

Cover Story



(주)휴맥스 대표이사

변대규

“5년내 세계 10대
디지털TV 브랜드로 성장”

대담 / 정재관 기자

1. 지난 한해 돌아 본 소감은?

돌이켜보건대 1년이 언제 지났나 싶을 정도로 세월의 빠름을 새삼 느끼지만 꼼꼼 생각해 보면 또 수없이 많은 좋고, 또 나쁜 일들이 그 1년 안에 있었고, 그 많은 일들이 휴맥스인의 손으로 행해진 것이 대견해 보이기도 합니다. 특히 금년 한해는 전략적 측면에서 휴맥스로서는 분기점이 되는 해이기도 했습니다. 전략측면에서 셋톱박스 사업은 해외에서 일반 소매시장(Retail Market)이 주력이던 회사가 방송사 직구매시장(Operator market)이 주력인 회사로 매출구조가 바뀌는 모습을 보여주었으며 디지털TV사업과 홈미디어 서버 사업에 신규 진출하기로 하는 향후 10년을 좌우할 큰 결정을 내리기도 했습니다.

2. 휴맥스의 경영성과는?

휴맥스의 주력사업인 셋톱박스 사업의 경우, 일반 소비자 구매시장(Retail Market)에서 가격경쟁 심화와 세계적인 경기침체로 인해 업계 전반적으로 수익성이 악화된 것이 사실입니다. 하지만 시장진입장벽이 두터운 방송사 직구매 시장(Operator Market)에서 휴맥스의 위치는 상대적으로 강화되고 있는 추세로 이는 셋톱박스 사업의 안정성을 높이는 측면으로 긍정적으로 해석될 수 있습니다. 아울러 지난해 7월에 셋톱박스 분야와 연관성, 시너지 효과 등을 고려하여 신규진출하기로 발표한 바 있는 디지털TV와 홈미디어 서버 사업분야 준비에 여념이 없었습니다. 2003년 매출의 경우는 본사기준으로 2002년 3,576억 원보다 소폭 증가한 3,600억원 정도를 달성한 것으로 보고 있습니다.

3. 새해 전자산업 전망은?

내년도 전세계적 경제성장의 관건은 역시 미국경제의 회복, 중국경제의 조정 단기화, IT투자의 확대 여부 등일 것입니다. 지식정보화를 기반으로 하는 쏠산업부문의 디지털화 추세 및 IT 확대는 기술의 지능화, 융복합화 및

광대역화 추세를 보이고 있고, 특히 방송, 통신의 융합화는 IT분야의 전세계적 공급과잉이 진정되고 있는 흐름과 맞물려 커다란 시장성장의 가능성을 기대하게 하고 있습니다. 특히 디지털TV 등을 주축으로 하는 디지털 가전은 신기술 및 신제품에 대한 수요의 자극, 소비자의 구매의욕을 자극시켜 나가고 있는 가격하락 추세, 그리고 각국 정부의 적극적 지원정책 등으로 지속적인 고성장이 예상됩니다. 다만, 경제의 상승 기대에 따라 얼마나 크게 탄력을 받을지는 예상하기 힘든 측면이 있습니다. 한국 수출기업의 입장에서는 범용시장에서의 중국, 대만 등의 저가공세를 효과적으로 막을 수 있어야 하며 선진기업과의 기술적 격차를 극복할 수 있어야 하는 이중의 어려움이 있습니다. 따라서 선택과 집중을 통해 가격경쟁력 저하를 만회하기 위한 기술차별화, 고부가가치화와 제품 생명주기의 축소에 따른 빠른 Time-to-Market이 가능하여 독자적인 경쟁력을 확보할 때만이 이러한 성장의 파이를 향유할 수 있을 것으로 생각합니다.

4. 새해 경영방침은?

휴맥스는 이제 셋톱박스 수출 전문기업에서 디지털 가전기업으로 다시 태어날 것입니다. 휴맥스는 지난 연말에 셋톱박스를 중심으로 상호 연관성 및 확장성, 시너지 효과를 극대화할 수 있는 디지털TV, 홈미디어 서버 등 세 분야를 차세대 성장동력으로 삼아 디지털 가전시장에 본격 참여하는 것을 골자로 한 올해 사업계획을 발표한 바 있습니다만, 셋톱박스과 디지털TV, 홈미디어 서버 등을 3각 축으로 하여 셋톱박스의 경우는 “디지털 가전사업기반 확보를 위한 캐쉬 카우(Cash Cow)역할을 수행”하도록 할 계획이며 디지털 TV사업의 경우는 “5년 이내 세계 10대 디지털TV브랜드”로 자리매김하고, 홈미디어 서버 사업은 아직 본격적인 시장이 형성되지 않은 상태에서 “선도회사로서 컨버전스 기술확보 및 셋톱박스과 디지털TV사업과의 시너지를 극대화”해 나간다는 방침입니다. 이를 통해 내년도 연결기준 매출규모를 4,300억원에서 4,800억원 수준으로 잡고, 영업이익 규모는 390억원에서 430억원 수준을 달성한다는 계획입니다.

5. 금년에 특별히 전략적으로 추진할 사업이 있다면

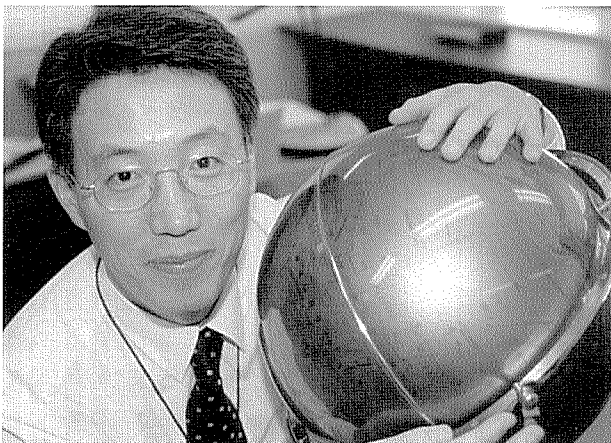
아무래도 디지털 TV사업쪽이 될 것 같습니다. 디지털 TV라는 용어가 조금 혼란스런 측면이 있는데 저희가 관심을 가지고 있는 디지털TV는 셋톱박스 기능이 내장된 디지털TV입니다. 셋톱박스 기능이 내장되지 않은 디지털TV보다는 셋톱박스 기능이 내장된 디지털TV가 상대적으로 저희가 현재 가지고 있는 기술과 시너지가 있습



니다. 셋톱박스 기능이 들어간 TV중에서도 초기에는 기술적인 차별화를 시켜 틈새시장을 공략해야 한다고 생각하고 있습니다. 저희가 셋톱박스 사업에서 했던 것처럼 우선은 차별화시켜 틈새시장을 공략한 다음에 성공적으로 틈새시장이 공략되면 좀 더 큰 시장으로 사업을 확대해 나갈 계획입니다. 이러한 디지털TV사업은 디자인, 화질을 포함한 품질, 그리고 기능차별화 등 세 가지 요인에 의해 그 성패가 결정된다고 보고 있습니다. 따라서 조기에 관련역량 및 유통망 확보, 전략적 제품 라인업 구축을 통해 전세계 유명 디지털TV 브랜드와 경쟁할 수 있는 기반을 갖출 것입니다. 이를 위해 휴맥스는 지난 9월, 디지털 TV사업부를 신설, 관련 연구개발 인력을 확보하여 독자적인 개발수행 준비를 마쳤으며 내년 2월부터 영국, 이태리, 독일, 북유럽 국가를 중심으로 유럽지역에 디지털과 아날로그 튜너가 내장된 지상파 셋톱박스 일체형 LCD TV를 17인치부터 출하하기 시작하여 금년 중 기능과 크기가 다양화된 LCD TV를 계속 선보일 계획입니다. 또한 2분기에는 미국과 호주, 중동지역에도 LCD TV를 출시할 계획이며 특히 미국의 경우는 제품 라인업을 다양화하고, 40인치 이상의 PDP TV제품도 내놓을 예정입니다.

6. 셋톱박스 분야 시장전망은?

전반적인 세계시장 전망을 보면 위성셋톱박스에서 추가로 성장을 기대하기가 쉽지 않을 것 같습니다. 특히 위성의 경우 유럽시장 침체와 중동시장 수요위축 등으로 인한 일반 유통 시장(Retail Market)의 매출둔화와 셋톱박스 시장의 경쟁심화에 따른 판매단가의 지속하락 등의 요인과 함께 특히 중동시장의 경우 일반유통시장이 무료방송수신기(Free to Air) 시장으로 전환되고, 低價化되면서 기술적 차별화가 점차 없어지는 가운데 시장진입장벽이 낮아져 중국업체들이 빠르게 시장확대를 도모하고 있는 상황입니다. 하지만 미국을 중심으로 PVR기능이 복



합된 high-end위성용 셋톱박스 시장이 커질 수 있을 것이라고 조심스럽게 전망해 볼 수 있으며 케이블이나 지상파도 디지털로의 전환속도가 빠르게 일어나고 있지는 않지만 분명한 것은 국내를 포함하여 인도 등 아시아를 중심으로 한 케이블 및 유럽을 중심으로 지상파쪽에 시장이 성장할 것이고, 이에 따른 기회도 있을 것으로 기대됩니다.

7. 연구개발 투자계획은?

올해 연구개발 및 설비관련 투자에 총 350억원 정도를 계획하고 있습니다. 분야별로 보면, 셋톱박스에 205억원, 디지털TV에 107억원, 홈미디어 서버에 38억원 정도입니다.

8. 진흥회 산하 디지털 셋탑박스산업협의회 회장을 맡고 계시는데 협의회 운영전략은

디지털셋탑박스산업협의회는 셋탑박스업계의 현안들을 일거에 해소할 수 없지만 우리 모두 협의회를 중심으로 공동으로 노력한다면 적지 않은 성과를 기대할 수 있다고 봅니다. 우선 협의회는 우리 제조업계의 신뢰회복과 협력강화를 위해 머리를 맞대고 협의할 수 있는 자리를 자주 갖는 것이 중요하다고 생각합니다. 또한 공통애로 기술개발 과제를 도출하여 전문연구기관에 공동 개발을 의뢰하거나 기업간에 협력개발을 한다든지, 특히 문제를 비롯한 현안 문제에 대한 협력을 강구하는 등 할 일은 많다고 봅니다. 제조업과 방송서비스업의 동반 발전을 위해서도 노력하겠으며 정부 및 사업자 등에 대한 우리 업계의 의견을 수렴, 대안과 함께 공동 건의하도록 하겠습니다. 특히 협의회를 통해 디지털셋톱박스 관련 기술 표준 등 향후 관련 규격 제정시 셋톱박스 업계의 목소리를 담아낼 수 있도록 노력해 나가고 또한 협의회를 셋톱박스 업계가 다양한 의견을 개진할 수 있는 '사랑방'으로 만들어 업계 현안을 보다 원활하게 해결할 수 있도록 하고자 합니다. ●