

삼성전자, 빌트인 가전 본격 공략

삼성전자가 빌트인 가전 시장을 본격 공략한다.

삼성전자는 2005년 말까지 전국적으로 100여개였던 빌트인 가전전문점 시스템하우젠을 180여개로 대폭 확대하고 200여팀 400여명의 빌트인 전문가가 리모델링에 관한 각종 상담 서비스 및 설치를 원스톱으로 제공하며 고객밀착마케팅을 강화한다고 밝혔다.

또한 삼성전자는 빌트인 가전에 있어서 가장 중요한 요소인 고품격 가전, 가구와의 조화, 빈틈없는 설치 및 서비스를 모두 만족시킬 수 있는 인프라를 갖추고 대고객 마케팅 강화에 나선다.

빌트인 사업의 중요한 요소인 가구 부문에 있어서는, 학계 전문가와 국내외 유명 주방가구회사들과 기술 및 영업교류 등 공동마케팅을 통하여, 가전

과 가구가 완벽한 조화를 이룰 수 있도록 인프라를 구축하고 있다.

또한 삼성은 고객에게 최고의 설치품질을 제공하기 위하여 최상의 전문 설치기사 양성을 위한 아카데미를 운영하고 있다. 이곳에서 충분한 설치경험이 있는 전문기사들이 빌트인 전문과정을 이수하여 빌트인 설치 자격증을 취득하게 된다. 현재 삼성전자에는 빌트인 가전 전문설치기 200팀(400여명)이 설치를 담당하고 있다.



삼성전자 주요 뉴스 (www.sec.co.kr)

No.	제목	일자
1	삼성전자, 독일서 '고품격' 문화재마케팅 펼쳐	2005.03.09
2	거리로 뛰쳐나간 패션MP3 맨	2005.03.07
3	삼성전자, AV제품 연결가이드 사이트 오픈	2005.03.07
4	삼성전자, 1만 5천여개 중소기업 현금결제!	2005.03.04
5	삼성전자, 디지털 슬림 TV 판매 '불티'	2005.03.03
6	삼성전자, 디지털로 중남미 공략 강화!	2005.03.02
7	삼성전자, 차세대 DVD 표준 선도	2005.02.28
8	삼성전자 공과대학교, 기술인재 배출의 산실	2005.02.25
9	삼성전자, 세계 최초 만능 통신기술 PTA 시연	2005.02.25
10	삼성전자, 中 TD-SCDMA 상용화 '스타트'	2005.02.24
11	삼성전자, 구김방지 스템세탁기 개발	2005.02.23

LG전자, 휴대폰 유럽R&D센터 본격 가동

LG전자는 유럽 휴대폰 시장을 적극 공략키 위해 프랑스 파리 빌르뱅크(Paris, Villepinte)에 유럽 휴대폰 R&D 센터를 본격 가동했다.

유럽 R&D센터는 현지 R&D분야 고급 인력 200여명으로 구성되었으며, 이를 중심으로 영국(런던), 독일(뒤셀도르프), 이탈리아(로마) 등 유럽 3개국에 R&D분소를 두고, 보다폰, 허치슨, T모바일, 오렌지 등 유럽의 메이저 사업자들의 요구사항을 적극 수렴하는 한편, 3세대에서 4세대에 이르는 차세대 휴대폰을 개발하는 등 본격적인 활동에 들어갔다.

LG전자는 유럽 R&D센터의 본격적인 가동을 통해 유럽전기통신표준협회 등 2세대부터 차세대에 이르는 이동통신서비스 국제표준에 적극 대응하는 한편, 상품기획, R&D, 기술지원 및 영업 등 주요 핵심 역량을 현지화하고, 유럽 WCDMA와 GSM시장의

공략에 더욱 박차를 가할 계획이라고 밝혔다.

현지 우수 디자인전문가 50여명으로 구성된 '이탈리아 밀라노 디자인센터'는 유럽형 3G폰 등 현지 감각에 맞는 첨단 휴대폰을 디자인하고 있으며, 이를 통해 디자인 혁신의 첨병역할을 수행하고 있다.

LG전자는 유럽 휴대폰 R&D 센터 및 디자인 분소를 통해 지난해 20여종의 GSM단말기를 올해에는 WCDMA 단말기 포함 40여종으로 2배 이상 대폭 늘려나갈 예정이며, 특히 3세대 휴대폰의 경우 올해 10여종의 첨단 휴대폰을 선보일 계획이라고 말했다.



LG전자 주요 뉴스 (www.lge.co.kr)

No.	제목	일자
1	LG전자, 휴대폰 유럽R&D센터 본격 가동	2005/03/08
2	LG전자, 핵심부품업체 육성으로 선행 제품 개발 강화	2005/03/08
3	LG전자, 프랑크푸르트 공항에 대규모 PDP TV 설치	2005/03/08
4	LG전자, 세계적 디자인상 휩쓸어	2005/03/08
5	LG전자, 국내 업체 최초로 통신분야 DAR 국제공인시험기관 인정 획득	2005/03/03
6	LG전자 휴대폰, 북미 CDMA 시장 2년 연속 1위	2005/03/02
7	LG전자, 가전영용에서 IT강자로	2005/02/28
8	LG전자, 세계 업계 최초 美 UL 공식시험소 지정	2005/02/25
9	LG전자, 미국 하원서 DTV 기술 중언	2005/02/25
10	LG전자, 미국 상공회의사에 '자판 휴대폰' 공급	2005/02/25
11	LG전자 사외이사, 인도 및 태국 사업 현황 점검	2005/02/21

삼성전기, 국내 최초로 차세대 무선통신 국제표준 제안



삼성전기(대표 강호문)는 IEEE(국제전기전자학회)에 차세대 WPAN(Wireless Personal Area

Network, 개인영역 무선통신)의 표준을 제안함으로써 기술선도기업으로의 면모를 갖춰 가고 있다.

삼성전기는 지난 1월 미국 몬테레이에서 열린, 차세대 WPAN(IEEE 802.15.4a)의 표준화를 위한 회의에서 삼성종합기술원과 공동으로 표준 제안서를 발표하였다. 이달 중순에 미국 아틀란타에서 우수 제안서 선정을 위한 1차 투표가 진행될 예정이며, 삼성전기의 표준안은 가장 경쟁력 있는 표준으로 평가되고 있다.

지금까지 미국 및 유럽이 강세를 보여 왔던 WPAN 분야에서, 시스템 전체에 대한 기술표준을 제안한 것은 국내 최초 사례이며, 본 표준안은 해당 표준화 그룹이 요구하는 ▲기술적 요구사항을 모두 만족시켜, 1월 회의에 참석한 관련업체의 많은 관심과 질문을 받았다고 밝혔다.

IEEE 802.15.4a 및 IEEE 802.22 표준 수립을 총괄하고 있는 삼성전기 중앙연구소 김학선 상무는 "무선통신 시스템 분야에서, 일부 기술이 아닌 시스템 전체에 대한 기술 표준을 제안한 것은 국내에서 이번이 최초 사례이다. 기술 표준 수립에 참여한다는 것은 전세계 기술선도그룹 안에서, 세상의 변화를 만들어 간다는 의미가 있다." 또한, "삼성전기는 높은 RF기술력을 갖고 있어 표준에 대한 기술적 권리를 갖게 될 경우, 누구보다도 빨리 제품화를 이루어 시장선점이 가능한 장점이 있다."고 밝혔다.

삼성전기는 작년 10월 발표한 뉴비전에서 2010년 매출 9조원, 이익률 15%를 달성하여, 세계 Top 3의 종합전자부품기업으로 도약 한다는 사업 목표를 밝혔으며 RF(고주파)기술 및 소재기술, 광(光)기술을 3대기술로 선정하였다.

또한 삼성전기는 기술적 리더십을 바탕으로 시장을 선도해 나가는 TDC(Technology Driven Company, 기술선도기업)체제로 전환하며, 단순 제품 중심의 사업 전개에서 벗어나, 기술 중심 및 시스템모델 위주의 사업을 전개해 나갈 계획이라고 밝혔다.

대우일렉트로닉스, LG전자와 홈네트워크 컨소시엄 발족

LG전자(대표 김쌍수)와 대우일렉트로닉스(대표 김충훈)는 2월 17일 홈네트워크 개발자 모임인 'LnCP 컨소시엄(가칭)'을 발족시켰다고 밝혔다.

LnCP 컨소시엄(가칭)은 앞으로 LG전자의 전력선통신(PLC) 프로토콜인 LnCP(Living Network Control Protocol)를 사용해서 제품 상호간 호환이 가능하도록 홈네트워크 표준을 만들어 나가게 된다. 특히 이 컨소시엄은 작년 12월 공고된 산자부 '전력선통신 국가표준'에 따라 API를 다양한 플랫폼에 사용할 수 있도록 개발하는 한편, 개발된 API에 대해서는 국가 인증을 획득해 컨소시엄 참여 업체와 공동으로 이용할 방침이다.

현재 컨소시엄에 참여의사를 밝힌 회사는 LG전자와 대우일렉트로닉스를 비롯, LG산전(원격 검침기), LG기공(홈서버, 냉난방시스템), 코스텔(TV 주방폰, 욕실폰, 신우전자(가스밸브), 중앙제어(조명시스템), 대양

D&T(도어 락, TV 주방폰, 욕실폰), 린나이코리아(보일러), 신동아전기(외출 제어기), SK C&C(홈게이트웨이), 코맥스(홈서버), 하니웰(홈서버, 온도 조절기), 아이컨트롤스(홈서버), 동영미디어(TV 주방폰), 대성계선(온도 조절기) 등 16개사다.

대우일렉트로닉스 장규환 전무도 "이번 컨소시엄을 통해 두 회사가 진행해 온 홈네트워크 사업이 확대 국면을 맞을 것이라고 기대한다"며 "향후 보다 많은 업체들이 컨소시엄에 참여할 것"이라고 내다봤다.

KEC, MOS FAB 공장 기공식 거행

국내 최대의 개별반도체 업체인 KEC(대표 박정소)가 지난 3월 4일 경북 구미공장에서 신규 MOS FAB 공장의 기공식을 거행했다. 기공식에는 구미시장을 비롯한 구미지역 관계 기관장과 구미상공회의소 회장등 지역 재계대표들이 참석하였다.

KEC가 금번 신규 건축할 MOS FAB 공장은 연면적 6,100평규모로 지상2층의 공장동과 지상 1층의 동력실, 폐수처리장을 갖추게 되며, 금년 12월말 건물 완공을 목표로 하고 있다. KEC는 이 공장에 2007년말까지 1,812억원을 투자하여 6인치 웨이퍼(WAFER) 월 20,000매를 처리할 수 있는 생산 능력을 갖추어 나갈 계획이다. KEC는 이 신규 MOS FAB LINE에서 MOS-DISCRETE(LV-MOS, SS-MOS 등)제품과 각종 CUSTOM IC 및 POWER MANAGEMENT 용 MOS-IC를 개발, 생산하여 2006년부터 5년간 MOS 사업에서 1조원 이상의 매출을 목표로 하고 있다고 밝혔다.

KEC는 1969년 설립된 국내 최대의 개별반도체 전문업체로 소신호용 개별반도체(SSTR : Small Signal

Transistor) 분야에서는 세계 소비량의 15%를 공급하고 있으며, 2007년까지 세계 1위를 목표로 하고 있다.

또한, KEC는 미래 성장 엔진(ENGINE)으로 MOS 사업에 신규 진출하여, KEC의 비전(VISION)인 '21세기 초우량 반도체 전문회사'를 향해 경영역량을 집중해 나가고 있다.

삼성SDI, 전동공구용 2차전지 첫 수출



삼성SDI(사장: 김순택)은 전동공구의 전원으로 사용되는 원통형 리튬이온 전지를 국내 최초로 개

발, 세계적인 전동공구 업체인 독일의 보쉬(Bosch)사와 계약을 맺고 공급을 시작한다고 밝혔다.

삼성SDI가 공급하게 될 전동공구용 전지는 1,300mAh급 원통형 리튬이온 전지로, 순간적으로 높은 전류의 인출로 고전력을 낼 수 있어, 드릴과 드라이버 등 가정용은 물론 전문가용 전동공구의 전원으로 사용 가능하다.

또, 공급 계약을 맺은 보쉬사 외에도 조만간 블랙앤데커, 힐티 등 전세계 유명 전동공구 업체들과도 성능 테스트를 진행한다는 방침이다. 이에 따라 향후에 추가적인 공급 계약이 체결될 경우 2차전지 매출 확대와 거래선 다변화에 큰 기여를 할 것으로 기대된다.

이 회사는 이번 첫 수출 건을 계기로 산요와 소니 등 일본 업체들이 세계 시장의 90% 이상을 장악하고 있는 전동공구용 리튬전지 시장에서 입지를 강화해 점유율을 점차 높여 간다는 방침이다.

한편, 2차전지 전문 조사기관인 IIT(Institute of Information

Technology)에 따르면 세계 전동공구용 리튬전지 시장 규모는 지난해 3백만셀, 올해 700만셀 2006년 1,500만셀, 2007년 3,200만셀, 2008년 5,700만셀로 연평균 124%의 급격한 증가세가 예상되는 "황금 시장"으로 알려져 있다.

현대이미지퀘스트, 국내 디지털 TV 생산시설 투자

디지털 디스플레이 전문기업인 현대이미지퀘스트(대표 김홍기)는 디지털TV 시장 확대에 대응하기 위해 이디아이큐(주)의 공장 및 생산시설을 인수하는 자산 양수도 계약을 체결했다고 2월 30일 밝혔다.

현대이미지퀘스트는 급격하게 증가하고 있는 디지털TV 수요에 적극적으로 대응하기 위해 약 30억원을 투자하여 생산공장을 인수했으며, 추가적인 투자를 통해 디지털TV 및 프로젝터 생산라인을 구축할 예정이다.

이번 계약을 통하여 인수된 김천공장은 토지 4,900 여평, 건물 2,459평의 규모로 2001년 경북 김천에 준공되었다.

현대이미지퀘스트 김천공장에서는 LCD TV, PDP TV 등 디지털TV와 프로젝터를 연간 100만대 이상 생산하게 될 전망이다.

현대이미지퀘스트는 기존의 모니터 제품을 위한 중국 텐진의 자체 공장, 유럽 수출 제품을 위한 스페인 협력 공장과 함께, 디지털TV를 위한 국내 자체 생산시설을 확보해 연구개발과 제품 양산 간의 긴밀한 협조가 가능하게 되었다.

현대이미지퀘스트 김홍기 대표이사는 "2005년 이후 디지털TV 시장의 급속한 확대에 대비하기 위해 국내 공장을 확보하게 되었으며, 이로써 신제품 개발과 내수 시장 확대에도

더욱 노력해 나가겠다"고 설명했다.

팬택, 美·유럽 3G시장 진출

팬택(대표 이성규)이 올 3분기 미국 및 유럽 3세대(3G) 이동통신 시장에 진출한다.

팬택은 2월 21일 오후 조선포털에서 골드만삭스 주최로 열린 기업설명회에서 오는 3분기 미국 3G 시장에 진출하는 데 이어 10월 안정적인 솔루션을 채택한 WCDMA 단말기를 앞세워 서유럽 시장공략에 나설 계획이라고 밝혔다.

팬택애크리텔이 지난 1월부터 미국 최대 CDMA 사업자인 버라이즌에 3G 동기식 CDMA EVDO 단말기 6만대를 공급하고 있어, 올 연말에는 팬택계열 2개사 모두 3G 시장에 본격 참여할 것으로 전망된다.

팬택 관계자는 이날 "올해 전세계 시장에 850만대의 단말기를 공급, 평균 7~8%의 영업이익률을 달성할 것"이라며 "매출은 독자브랜드 사업을 강화하면서 지난해 8,920억원보다 늘어난 1조 1,000억원을 기록할 것"이라고 설명했다.

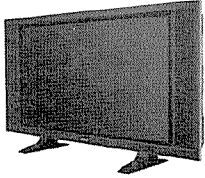
팬택은 또한 지난해 4분기 145.4%였던 부채비율을 올해 100~110%까지 낮출 것이라고 강조했다.

팬택의 부채비율은 지난 2003년 4분기 138%에서 지난해 3분기 142.3%, 4분기 145.4%까지 높아졌다.

팬택은 이와 함께 지난 4분기 GSM 원천기술을 갖고 있는 업체와 로열티 협상을 마무리짓고 GSM단말기 사업을 안정적으로 할 수 있게 됐다고 덧붙였다.

팬택은 지난해 4분기 GSM 라이선스 협상을 위해 일시적으로 로열티 충당금을 지급하면서 전분기 9.6%였던 영업이익률이 5.6%로 떨어졌다.

이레전자, 42인치 PDP TV 국내서도 대박



디지털TV의 90%이상을 해외시장에 판매하고 있는 수출전문기업 이레

전자가 내수시장에서도 크게 히트하고 있다.

최근 하이마트를 통해 판매를 개시한 PDP TV제품이 소비자들로부터 좋은 반응을 얻음에 따라 올해 내수판매 목표치를 100억원에서 400억원대로 300% 상향조정키로 했다.

하이마트의 기존 30개 매장에서 전국 모든 매장으로 확대해 판매할 방침이다.

이레전자 관계자는 “PDP TV의 핵심부품인 PDP 패널이 기존 대기업에서 생산하는 것이지만 대기업의 제품에 비해 100만원 이상 저렴하다”며 “할인판매행사를 실시하고 디자인, 기능에서 차별화하는 공격적인 마케팅전략을 통해 내수시장 진출에 성공한 것”으로 분석했다.

이에 따라 해외시장 뿐만아니라 국내시장 진출 성공으로 시장다변화를 통한 수익증대를 더욱 견고히 할 수 있게 되었다고 밝혔다.

안철수연구소 브라질시장 진출

안철수연구소(대표 안철수)는 브라질 온라인게임 유통업체 Net2K사와 계약을 하고 온라인게임 보안 솔루션 ‘핵실드’를 공급한다고 2월 22일 밝혔다.

핵실드는 국내 온라인게임 개발사인 소프트닉스(대표 김진호)가 Net2K를 통해 브라질에서 서비스

하31.119 mm고 있는 온라인 대전 슈팅게임 ‘건바운드’에 탑재된다.

핵실드는 온라인 게이머들의 정상적인 게임 이용을 돕는 게임 보안 전용 실시간 해킹 감지 및 차단 프로그램으로 잠재적 해킹 경로 차단 등을 통해 게임 자체에 대한 해킹이나 변칙 플레이를 막아준다.

Net2K사는 현지 온라인 게임 시장을 개척하고 있는 게임 전문 유통업체다.

김철수 부사장은 “이번 공급 계약은 남미 게임 보안 시장에 진출했다는 점에서 의미가 있다”며 “브라질 등 남미 지역 브로드밴드 시장이 급격히 확대되면서 보안 문제가 사회 이슈화되고 있어 스파이제로, 온라인 보안 서비스 등 다양한 보안제품 수요를 발굴해 시장을 확대해 나갈 계획”이라고 밝혔다.

삼보 세계 5대 PC업체 도약

삼보컴퓨터(대표 이홍순)가 글로벌 브랜드 전략을 통한 ‘세계 톱5’ 브랜드 PC 업체로 도약을 선언했다.

삼보는 2월 23일 서울 소공동 프라자호텔에서 ‘TG 삼보 2005년 사업 전략’ 발표회를 열고 ODM 수출 위주의 PC사업 체질을 개선해 자체 브랜드를 기반으로 세계 시장 공략에 나설 계획이라고 밝혔다.

이를 위해 표준화된 통합 글로벌 브랜드 전략을 펼치기로 하고 데스크톱과 노트북PC의 구분없이 프리미엄 브랜드는 ‘루온’, 보급형은 ‘에버라텍’으로 단일화하고 전세계에 같은 라인업과 브랜드를 출시키로 했다. 그동안 삼보는 데스크톱은 루온과 드림시스, 노트북은 에버라텍과 드림북 등 제품과 모델에 따라 서로 다른 브랜드 정책을 취해왔다.

삼보는 먼저 수출 주력 모델인 에버라텍에 프리미엄 브랜드 ‘루온’을 추가해 세계시장 공략에 나선다. 이를 기반으로 삼보는 올해 수출에서만 사상 처음으로 100만 대를 돌파해 ‘노트북 수출 100만대 시대’를 열어갈 계획이라고 밝혔다.

수출과 관련해 삼보는 먼저 미국에서 베스트바이·컴퓨에스에이·서킷시티·월마트 등 4대 유통점을 포함한 다양한 영업 채널을 갖춰 지난해 대비 300% 가까이 성장한 70만대의 노트북을 공급키로 했다. 또 미국과 일본시장에서도 연간 30만대의 에버라텍 노트북을 수출할 계획이다.

내수에서도 에버라텍 노트북 15만대를 판매해 노트북 분야 시장 점유율 2위를 달성키로 했다.

삼보 측은 “지난 98년 ‘이머신즈’를 통해 저가형PC를 수출할 당시만 해도 국내와 해외 시장은 가격·제품유통 등의 현격한 차이로 인해 이원화된 전략이 필요했다”라며 “하지만 기술 발전과 유통 구조의 변화로 전세계 PC시장이 표준화된 지금은 국내와 세계 PC시장을 ‘하나의 시장’으로 간주해 동일한 글로벌 전략으로 공략하는 게 타당하다”라고 배경 설명했다.

이홍순 대표는 “규모를 기반으로 한 ODM 수출 위주의 PC사업 체질을 개선하고 높은 마진의 브랜드 PC 사업을 확대해 본격적인 성장 시대를 열겠다”며 “글로벌 마켓이 인정하는 노트북과 프리미엄 PC를 키워 진정한 글로벌 PC브랜드 기업으로 거듭나겠다”고 강조했다.