

유럽서 주목하는 삼성전자

미국과 일본의 주요 매체들에 이어 유럽 주요 언론도 삼성전자를 주목하고 있어 화제다.

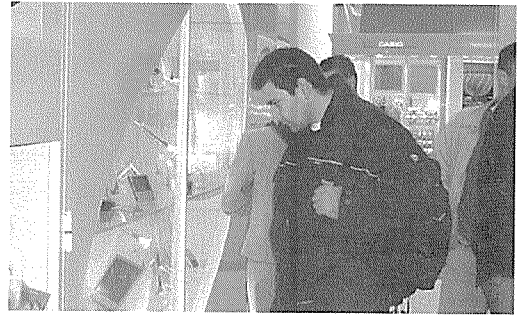
프랑스와 독일, 영국의 주요 매체들은 최근 삼성전자의 기술 선도와 성장잠재력, 실적 등을 집중 조명하고 있다.

프랑스의 최대 경제지인 앙주레제코(Enjeux Les Echos)는 “삼성전자식 디지털경영 (Le Numerique Selon Samsung Electronics)”이라는 기사에서 “세계 2위의 휴대폰 업체이자 디스플레이 부문의 선두기업인 삼성전자가 새로운 경영모형을 제시하고 있다”고 소개했다.

앙주레제코는 “모토로라가 삼성전자에 휴대폰 2위 자리를 내준데 이어 노키아도 삼성전자의 위협으로 제품과 가격을 재검토하고 있다”면서 “삼

성전자는 또한 평면 TV 제품을 전시회에 선보일 때마다 스스로 신기록을 갱신해 나가고 있다”고 밝혔다.

삼성전자와 노키아는 기술 지향적인 나라, 강력한 브랜드, 업계 평균이상의 영업이익이라는 공통점과 고급제품-중저가제품, 디스플레이, 반도체 등에 투자-운용 시스템 투자 등의 차이점이 있다고 분류했으며, 삼성전자와 샤프는 LCD TV에서 사이즈 경쟁, 첨단공장 가동 등의 공통점과, TV·모니터 등 방대한 시장-LCD TV에 집중, 삼성계열사와의 협업-LCD 특화 등의 차이점이 있다고 밝혔다.



삼성전자 주요 뉴스 (www.sec.co.kr)

No	제목	일자
1	삼성전자, 동남아 2개국서 DMB 시연	01-21
2	삼성PC Q30, 독서 2005 히트 예감	01-24
3	국내기업 최초 美에 예지폰 수출	01-24
4	三星電子 東南亞 TV서 1위 올라	01-25
5	三星電子, 유네스코 '세계 무형 유산' 캠페인 후원	01-26
6	삼성전자, 마니아급 DLP 프로젝트 출시	01-27
7	東아프리카서 '三星' 브랜드로 통한다!	01-28
8	삼성전자, 숲포맷 지원 기록형DVD 기술 자체 확보	01-31
9	삼성MP3플레이어 아시아서 최고 브랜드	02-03
10	삼성전자, 스트레스 풀어주는 모니터 출시	02-04
11	삼성전자-佛 VDL과 최초의 지상파DMB 제휴	02-07

LG전자, 경제 5단체 주관「투명경영 대상」최초 수상

LG전자가 1월 26일 경총, 상의, 전경련, 무협, 중기협 등 경제 5단체가 공동으로 제정하고 시상하는 제 1회 「투명경영 대상」에서 영예의 대상을 수상했다.

이번에 처음 제정된 제 1회 「투명경영 대상」에서 「대상」을 수상함으로써 그동안 추진해 온 ▲철저한 이사회 중심 경영 및 독립적인 감사위원회 운영 ▲윤리경영 실천 ▲가치창조적인 노경관계 ▲사회봉사 등 사회공헌활동 ▲친환경경영 등을 인정받게 됐으며, 아울러 국내 기업의 투명경영을 선도하게 됐다.

철저한 이사회 중심 경영(사내이사 3명, 사외이사 4명)을 실시하고 있으며, 전원 사외이사로 구성된 감사위원회는 대주주 및 경영진으로부터 독립되어 경영에 대한 감시 및 감독 활동을 수행함으로써 경영투명성에 대

한 시장의 증대되는 요구에 부응하고 있다.

또한 선진형 기업지배구조인 지주회사체제 하에서 ▲순환출자구조 개선으로 출자부담 없이 고유사업에 전념 ▲전문경영인에 의한 책임경영 ▲내부통제시스템 구축과 회계투명성 제고 ▲LG윤리규범 제정 및 정도경영 선언 등을 통해 기업의 투명성과 사업경쟁력을 높이고 주주가치 및 기업가치를 극대화했다.

지주회사체제로 전환되면서 출자에 대한 부담없이 고유사업에만 전념함에 따라 경영실적도 호전됐다.



LG전자 주요 뉴스 (www.lge.co.kr)

No	제목	일자
1	비즈니스위크誌, '한국의 LG' 커버스토리 소개	01-17
2	LG전자, 중국시장서 새로운 도약 노린다	01-17
3	LG전자, 인도네시아 환경안전 대통령상 수상	01-18
4	LG브랜드로 노트북 시장 재편 나섰다	01-19
5	LG전자 태국법인(LGETH)과 상해법인(LGESH), '남아시아 자진해일 재해민 돕기' 나서	01-21
6	LG는 중국인들의 마음속에 영혼이 있는 브랜드', LG전자, 중국 언론서 연이어 호평 받아	01-21
7	LG전자-노텔 통신장비 합작법인 설립 양해각서 체결	01-24
8	LG전자, 트렌드 주도형 MP3 출시	01-25
9	LG전자, 사상 최대 매출·영업이익 달성	01-25
10	LG전자, 경제 5단체 주관「투명경영 대상」최초 수상	01-26

현대이미지퀘스트, 유럽 등 해외
공략 마케팅 강화

디지털 디스플레이 전문회사인 현대이미지퀘스트(대표 김홍기 <http://www.hyundaiQ.com>)는 올해 4개 해외법인에서 공격적인 마케팅을 진행해 명실상부한 디지털TV 업체로 자리매김한다는 방침이다.

올해 대형 LCD 패널 가격 하락과 디지털TV 방송 시작으로 인해 올해 최대 전략 품목인 디지털TV 자체 브랜드 매출에서만 1억달러 가량을 올릴 수 있을 것으로 예상하고 있다.

LCD TV 최대 시장 중 하나인 일본에서는 그동안 주력이던 LCD 모니터보다 LCD TV 매출이 더 높아지는 첫해가 될 것으로 기대하고, 현재 일본 내 3개 양판점과 160개 점포에 입점하고 있지만 상반기 내로 9개 양판점의 600개 점포로 확대한다는 방침이다. 또한 야후 재팬, 아마존 재팬과 같은 온라인 유통망을 통한 영업을 2월부터 시작할 계획이다.

지난해 매출이 전년 대비 100% 성장한 미국 시장에서는 현재 거래하고 있는 프라이즈 일렉트로닉스(Fry's Electronics)와 월마트 등 대형 양판점은 물론 온라인 판매망을 확충해 나갈 방침이다. 관공서 프로젝트 영업도 중점을 두고 추진키로 했다. 또 기존 주력해 오던 미국 시장 외에도 캐나다, 남미 시장 개척에도 주력할 방침이다.

현대이미지퀘스트는 LCD TV용 패널 가격하락으로 올해에는 32인치 이상이 주력 제품이 되고, LCD, PDP TV를 10만대 이상 판매하게 될 것으로 예상하고 있다. 올 상반기 중으로 LCD TV 37, 40인치 모델을 출시할 예정이다. 생산력 확대를 위해 지난해 11월 경북 김천에 디지털 TV 생산공장에 30억원을 투자했으며 주력 시장인 유럽에는 스페인 협력공장

을 이용하고 있다. 미주·남미·러시아 지역에서 현지조립과 판매가 가능한 업체들과 협력해 나갈 계획이다.

대우일렉트로닉스, 아중동 시장
공략



대우일렉트로닉스가 중동 시장 공략을 강화하고 아프리카에도 신규 진출한다.

대우일렉트로닉스(대

표 김충훈 <http://www.dwe.co.kr>)는 올해 중동과 아프리카 시장에서 신제품 출시, 마케팅 강화, 판매망 확대를 통해 작년보다 25% 증가한 2,500억원의 매출을 달성하겠다고 1월 6일 밝혔다.

현재 60%에 머무르고 있는 중동 지역의 브랜드 판매를 2006년까지 80% 이상 끌어올리는 한편 판매망도 미진출 지역인 나이지리아·세네갈 등 아프리카 지역으로 넓힌다는 계획이다.

지난해 자물쇠 냉장고, 코란 TV 등 지역 특화 상품으로 중동에서 성공을 거둔 바 있는 대우일렉트로닉스는 올해 비타민 에어컨 및 냉장고, LCD TV 등 차별된 프리미엄 가전을 출시해 신규 시장에 진입하고 시장 지배력을 강화한다는 전략이다.

아프리카·중동사업단 김승로 상무는 "최근 오일 소득이 증가하면서 중동 가전 시장은 고급화·디지털화가 빠르게 진행되고 있는 추세"라며 "중동과 아프리카에서 확고한 제품·브랜드 경쟁력을 갖추기 위해 특화 제품을 출시하고 마케팅 활동을 벌일 계획"이라고 설명했다.

이레전자, "하이마트에서 만나
요"…DTV 판매 계약

세계 30여개국에 디지털TV를 수출해 온 중견 디스플레이업체 이레전자(대표 정문식)가 국내 가전유통시장에도 본격 진출한다.

국내 최대규모의 가전제품 양판점인 하이마트와 디지털TV 공급을 위한 계약을 체결하고 이달 중순부터 하이마트 전국 매장에서 자사 브랜드 '이레(ERAEB)' 제품을 판매할 계획이고, 하이마트를 통해 판매할 디지털TV 제품은 고화질 벽걸이TV 제품인 42인치 PDP HDTV 제품 한 종류와 32인치와 26인치 두종류의 LCD HDTV 제품이다.

기존 국내 판매처인 전자랜드에 이어 하이마트에 디지털TV 제품을 본격적으로 공급하게 됨에 따라 국내시장에서 제품경쟁력과 함께 브랜드 인지도가 높아질 것으로 기대하고 있다.

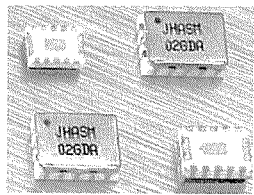
정문식 사장은 "하이마트에 공급을 계기로 디지털TV의 판매가 확대될 것으로 기대된다"고 말하고 "기존 대형 가전양판점을 통한 유통외에도 다양한 판매채널을 확보해 내수판매를 강화할 계획"이라고 밝혔다.

자화전자, 안테나 스위치 모듈사
업 진출

자화전자(대표 김상면 <http://www.jahwa.co.kr>)는 내년도 신규 사업으로 시분할(TDMA)방식 휴대폰에 적용되는 듀얼밴드 안테나 스위치 모듈(ASM) 분야에 진출한다고 1월 1일 밝혔다.

자화전자는 최근 시제품 개발을 완료하고, 국내 휴대폰업체에 제품 승인을 거치는 중이다.

안테나 스위치 모듈은 세라믹 부품의 하나로, 송신 주파수와 수신 주파



수를 번갈아 걸러내는 역할을 한다.

듀얼 밴드 모듈은

TDMA방식 듀얼밴드 휴대폰에 사용돼 두가지 대역(GSM/DCS)의 송신과 수신 신호를 분리시키는 기능을 한다. 이 제품은 두 대역을 분리해주는 디플렉서(분파기) 부분과 송신과 수신을 분리하는 스위치 부분, 저주파 필터(LPF) 등으로 구성돼 있다.

자화전자는 “세라믹 부품으로 새롭게 매출을 낼 것으로 기대한다”면서 “내년 중반에 본격적으로 양산에 돌입할 예정”이라고 설명했다.

오토닉스, 올해 브라질·인도 공략...수출 갑절로

국내 토종 센서업체로는 처음으로 지난해 수출 1,000만 달러를 돌파한 오토닉스의 박환기 사장은 중국 시장 개척의 성공에 이어 중남미와 동남아, 중동 지방의 시장 선점에 나섰다. 넓은 시장 하나만을 보고 ‘땀방에 헤딩’ 하듯 뛰어들었던 중국 공략이 예상보다 빨리 성과가 보이기 시작해 희망을 얻었기 때문이다.

중국에서는 현지법인을 설립한 지 3년 만에 벌써 오토닉스 상표를 단 가짜 제품 ‘짝퉁’이 등장할 정도로 인기가 많다. 모조품이 등장한 것이 반가운 일만은 아니지만, 그 정도로 중국에서 오토닉스 제품에 대한 인지도와 신뢰도가 높아졌다는 의미라는 것이다. 중국에서만 작년 500만 달러 규모의 수출이 이뤄졌으며 올해에는 1,000만 달러도 가능할 것으로 보인다.

박 사장은 “중국은 수요가 큰 데다 인건비도 싸지만 부품가격이 10~

40%까지 저렴하다”며 “브라질과 인도 시장을 개척하려고 한 것도 이와 비슷한 여건 때문”이라고 말했다.

해외시장을 공격적으로 개척하려고 하는 이유는 국내시장 상황과도 맞물려있고 사업 초창기 시절과 달리 국내에서는 공장자동화부문에서 큰 성장을 기대하기 어렵기 때문이며, 반면 중남미와 아시아 등지는 값은 싸지만 품질을 보장할 수 없는 현지 제품과 턱없이 비싼 수입품이 대비를 이루고 있어 틈새를 공략, 시장을 선점할 수 있으며 오토닉스가 이미 20여년 동안 국내에서 증명해 왔듯 해외시장에서도 가격 뿐 아니라 품질로 승부하겠다고 각오를 다졌다.

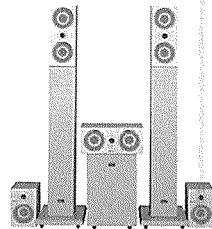
박 사장은 “오토닉스는 28년간을 기술지상주의로 일관해왔다”면서 “전 직원이 예외없이 진급을 위해서는 제품·기술 시험을 통과해야 할 정도로 모든 조직의 역량이 기술력 향상에 초점이 맞춰져있다”는 말로 기술과 품질에 대한 자부심을 드러냈다.

시장 집무실보다는 연구실에서 고기능 센서와 제어기기 개발에 열중하는 시간이 더 많은 만큼 오로지 기술로 승부해 유럽 등 이른바 선진국 시장까지 공략할 생각이다.

그는 “본사가 경남 양산에 있으면서도 고급인력을 채용하기 위해 중앙 연구소를 부천에 설립한 것도 이런 이유 때문이다”라며 “해외시장에서도 이런 기술력이 인정받을 수 있을 것”이라고 덧붙였다.

2008년 매출 1,000억 원, 수출 5,000만 달러 달성을 목표로 부단히 해외시장을 개척해 나가겠다는 게 박 사장의 새해 포부다.

아남전자, 멀티미디어 부문을 주력 사업으로 육성



아남전자(대표 남귀현 [http:// www.aname.co.kr](http://www.aname.co.kr))는 올해 오디오 △홈시어터 △디지털 셋톱

박스(DSTB) 등 멀티미디어 부문을 주력 사업으로 육성할 방침이다.

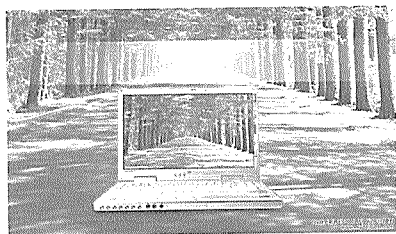
내수침체 장기화와 업체 간 출혈경쟁 영향으로 지난해 말 TV 사업을 완전 철수한 이후 경영자원의 선택과 집중을 통한 수익경영 달성에 매진하겠다는 전략이 포함돼 있다.

고부가가치 컨버전스형 모델 중심의 영업이익 극대화에 주력하며 하만 카든·마란츠·티악·데논 등 해외 우수 오디오 업체와 다져진 주문자상표부착생산(OEM) 입지를 강화하고 전략적 제휴 및 상호 보완적 기술교류를 통하여 사업 핵심역량을 강화하기로 했다.

제품별로는 첨단 디지털 콤보제품을 지속적으로 선보여 단품 위주 제품 라인업을 복합형으로 전환시키고 AV 분야에서 다져온 제조와 설계 노하우를 바탕으로 디지털 영상기기와 연계된 오디오, 홈시어터, 디지털 셋톱박스 등과의 기술융합 디지털 가전 제품을 겨냥한 컨버전스형 제품 개발에 주력하기로 했다.

지난해 하반기부터 디지털 컨버전스 신제품 출시에 따른 수출물량과 DSTB의 주문량이 대폭 증가함에 따라 2개의 제조라인을 증설한 데 이어, 올해 1분기에 추가로 2개 제조라인을 구축할 예정이다. 동관공장의 라인 증설이 최종 완료되는 금년 5월경에는 총 12개의 제조라인을 갖추게 되며 이를 통해 올해 300만대 이상의 오디오와 셋톱박스를 생산할 계획이다.

삼보컴퓨터, 노트북 판매 3배 신장



삼보컴퓨터[014900]는 1월 국내시장 노트북 판매량이 평소의 3배에 이르는 등 판매가 급신장한 것으로 파악됐다.

90만 원대 노트북 '에버라텍(Averatec) 5500' 등 '에버라텍' 시리즈의 판매가 호조를 보이면서 최근 3년간 월 평균 판매량 4천여대의 3배, 그리고 당초 월간 목표 5천대의 2.5배 1만2천대를 넘어섰다면 폭발적인 주문이 이어져 판매 목표를 상향 조정했다고 설명했다.

지난달 '에버라텍 5500' 출시와 함께 국내 노트북 시장 2위 탈환을 선언하고 2분기를 기점으로 월 1만대 판매를 목표로 하였으나 예상보다 빨리 1만대 고지를 넘어섰다고 강조했다.

각종 멀티미디어 기능을 갖춘 룩시어터 노트북 '에버라텍 6300'과 140만 원대 리모컨식 와이드 스크린 노트북 '에버라텍 6200', 초경량·초슬림 노트북 '에버라텍 3200' 등도 1천~2천500대가 판매되었다.

회사 관계자는 "저가 출혈경쟁이라는 오해가 있지만 삼보의 가격정책은 대량 생산에 따른 현실적 가격의 제시"라면서 "부품구매의 효율성과 생산의 효율성을 제고함으로써 적정 마진을 유지하고 있다"고 말하였다.

삼보는 올해 에버라텍 노트북 제품군을 중심으로 10.6~15.4인치에 이르는 다양한 와이드 스크린 탑재 노트북을 출시하고 가격대 성능비가 뛰어난 초저가 모델부터 최고급형 사양을 적용한 하이엔드 모델까지 라인업

을 다양화해 국내 시장 15만대 판매를 달성, 노트북 부문 2위 업체로 도약할 계획이다.

거원시스템, EBS와 지상파DMB 업무 제휴

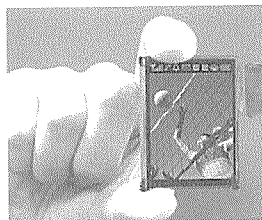
MP3플레이어 전문회사인 거원시스템(대표 박남규 <http://www.cowon.com>)은 1월 24일 한국프레스센터에서 한국교육방송공사(대표 고석만, 이하 EBS)와 지상파 DMB 사업에 관한 전략적 제휴를 체결하였다.

이번 제휴를 통해 양사는 EBS 지상파 DMB 사업권 획득을 포함해 지상파 DMB 수신 품질향상을 위한 공동 연구, 교육 콘텐츠 지원용 솔루션 개발, DMB 단말기 조기 보급 등 여러 분야에서 상호 협력할 방침이다.

박남규 사장은 "다양한 기능을 제공하는 휴대형 멀티미디어 기기(PMP)에 EBS의 교육 콘텐츠가 합쳐질 경우 시청자에게 최고의 만족을 주는 DMB 이동방송단말기가 될 것"이라고 설명하였다.

한편 거원시스템은 올 초 미국 라스베이거스에서 열린 CES에서 16대 9 와이드 비전의 4인치 TFT LCD와 스테레오 스피커를 장착한 PMP를 선보였다.

삼성SDI, 능동형 OLED사업 본격화



(OLED) 사업을 위해 저온폴리(LTPS) 라인 투자를 본격적으로 진

행한다.

삼성SDI는 1월 25일 개최된 경영설명회에서 올해 능동형 OLED 사업을 위한 LTPS라인 건설, PDP 증설 등에 7,500억원을 투입하는 등 총 1조 300억원을 투자키로 했다고 밝혔다.

올해 매출 목표를 전년 대비 3% 증가한 9조 6,000억 원으로 세우고 기존 사업의 수익성과 경쟁력을 강화하는 데 주력키로 하고 PDP의 경우 50, 63, 80인치 대형제품 판매 비중을 높이고 HD급 제품 판매 비중을 지난해 12%에서 올해 40%까지 끌어올려 고부가가치 제품 판매 확대에 주력키로 하였다. 또 재료비를 지속적으로 혁신하고 주요 고객의 판매 비중을 57%까지 높여 보다 안정적인 사업 기반을 구축, 휴대폰용 LCD사업은 TFT 비중이 높아짐에 따라 기존 셀을 구입해 모듈화하는 데서 더 나아가 TFT원판과 컬러필터 원판을 구매해 셀을 만드는 공정까지 내부에서 처리, 가격 경쟁력을 높이기로 하였다.

이에 따라 TFT 모듈사업의 세계 시장점유율을 지난해 7%에서 올해 15%까지 높여 휴대폰용 TFT 시장 5강을 달성한다는 목표로 또 색재현율과 응답속도를 높인 카메라용 UFC(UFB for Camera)를 본격 판매하고 STN시장 점유율도 34%에서 38%까지 높이기로 하였다. 능동형 OLED사업 강화를 위해 올해부터 본격적으로 저온폴리(LTPS) 투자를 진행하는 한편 PM부터 AM까지 제품 개발을 확대할 예정이다.

브라운관은 32인치 빅슬림을 조기에 출시하고 21, 28, 29인치 TV용과 17인치 모니터용 제품에도 빅슬림 라인업을 확대함으로써 디지털TV의 주력 디스플레이로 정착하도록 공격적인 마케팅을 실시한다는 전략이다.

삼성SDI(대표 김순택)가 올해 능동형 유기발광다이오드