

**대만 에이서, 게이트웨이 주식 81% 확보**



미국 게이트웨이 인수를 추진 중인 대만 에이서가 이 회사의 보통주 81%를 확보했다고 10월 4일 보도했다.

신문에 따르면 에이서는 주식공개매수(TOB) 기간을 10일로 연장하며 이 같이 밝혔다. 주식공개매수 연장으로 에이서는 게이트웨이 보통주 90%까지 회수할 수 있을 것으로 기대했다.

에이서는 지난 8월 게이트웨이 인수 합의를 발표하며 12월 이전에 모든 인수 절차를 마무리 짓겠다고 밝힌 바 있다.

한편 중국 PC 시장 공략을 위해 기업 추가 인수를 검토 중이라는 시장의 소문과 관련해 에이서의 JT 왕 회장은 “그럴 계획 없다”고 말했다. 그러나 그는 “6~9개월 내엔 계획 없다”는 단서를 달았다.

현재 중국 내 3위 PC 업체인 파운더테크놀로지의 매각설이 지난해부터 꾸준히 제기되고 있다. 이 기업 인수에는 하이얼과 델이 관심을 표하고 있는 것으로 전해지고 있다.

**한·미 디스플레이소재 합작사 윤곽**

4억달러 규모의 자산을 자랑하는 한미 합작 글로벌 디스플레이소재 전문 기업이 마침내 모습을 드러냈다.

SKC와 미국 화학업체 롬앤드하스는 양사 합작법인명을 ‘SKC하스’로 정했으며 첫 사령탑에 SKC의 김명한 전무를 내정했다.

11월 1일 SKC·롬앤드하스전자재료코리아에 따르면, 양사가 설립 예정인 합작법

인의 신임 최고경영자(CEO)에 SKC의 디스플레이소재사업부문장인 김명한 전무가 내정된 것으로 확인됐다.

김명한 전무는 지난 1981년 SKC에 입사해 폴리에스터(PET)필름 사업본부, 일본 지사장, 미디어 사업본부 상무(판매담당)를 거쳐 지난 2005년부터 SKC의 미래 성장동력사업인 디스플레이소재사업 부문을 이끌어 왔다.

CEO 내정을 계기로 다음주부터 합작법인 설립이 구체화된다. 우선 SKC는 다음 주께 가공필름·광학필름·밀베이스 등을 생산중인 SKC의 디스플레이 소재사업 부문(천안 소재)을 물적분할해 신설법인 등기를 마칠 예정이다.

**MS, 차세대 플레이어 '준' 공개**



2007년 초 국내 출시를 앞두고 있는 마이크로소프트(MS)의 MP3플레이어 ‘준’(Zune)을 미국 시애틀에 위치한 MS 본사에서 미리 만날 수 있는 기회를 가졌다. 이미 알려진 것처럼 준은 애플의 MP3플레이어 ‘아이포드’를 겨냥해 만든 제품이다. 그러나 애플과의 승부와는 별개로 준은 MS의 차세대 성장동력 프로젝트의 일환으로 기획되었다는 점에서 의미가 있다.

우선 제품 자체의 가장 큰 특징은 내장된 ‘무선랜’을 통한 파일 공유(Zune-to-Zune sharing) 기능이다. 이 기능을 이용하면 내 준 안에 있는 MP3 음악이나 사진 파일을 옆 친구의 준으로 간단하게 이동시킬 수 있다. 인터넷 서버나 기지국 등을 거치지 않고 기기끼리 자율적으로 통신하는 차세대 네트워크 개념을 MP3플레

이어에 적용한 것이다.

이는 MS가 지향하는 ‘소셜 엔터테인먼트’(Social Entertainment)가 무엇인지 단적으로 보여준다. MS 관계자는 “단지 ‘내’가 즐기는 것을 넘어 ‘우리’가 함께 즐기는 것이 차세대 엔터테인먼트의 특징”이라며 “MS의 비디오 게임기 ‘X박스 360’에 온라인 기능을 넣은 것도 그런 전략의 일환”이라고 설명했다. MS측은 준에 동영상 공유 기능도 곧 추가할 계획이다.

**시스코, 하이얼과 홈네트워킹 사업 제휴**

시스코시스템스가 세계 최대 TV 시장이자 세계 2위 인터넷 시장인 중국의 안방을 공략한다.

9월 26일 시스코시스템스는 중국 최대 가전업체 하이얼과 손잡고 중국 홈네트워킹 시장에 진출한다고 발표했다.

이번 제휴는 마이크로소프트가 지난 6월 중국 창흥전자와 디지털 엔터테인먼트 제품 개발 협력을 맺은 데 이어 나온 것이다.

시스코와 하이얼은 홈네트워킹 시스템 구축과 관리 노하우를 공유해 중국과 세계 시장에서 공동 전선을 펼치기로 했다.

중국은 현재 4억명의 TV 시청자를 보유하고 있으며 인터넷 가입자 수는 1억 3700만명에 달한다.

**구글, 인터넷 개인 정보 보호 기술 모색**



세계 최대의 인터넷 사이트 검색 업체인 구글은 인터넷 사용자의 개인정보를 보호할 수 있는 신기술 개발을 추진하고 있다고 9월 27일 밝혔다.

구글의 법무 책임자인 데이비드 드러먼드는 이날 구글의 온라인 광고회사 더블클릭 인수 추진과 관련해 개최된 미국 상원

청문회에서 이같이 밝혔다.

드러먼드는 구글이 인터넷 디스플레이 광고 사업을 "새로운 각도로 바라보고 있으며 사용자 개인정보 보호를 혁신시키기 위한 변화가 가능한 지를 평가하고 있다"고 말했다.

그는 이날 증언에서 구글이 사용자 개인정보 보호를 위한 신기술 개발에 주력하고 있다는 인상을 의원들에게 심어주기 위해 애썼다. 그는 이와 관련해 인터넷 사용자에 대한 모든 정보가 쿠키라고 부르는 단일 식별 코드에 연결되지 않도록 하는 이른바 "부스러진 쿠키" 기술이 새로운 돌파구가 될 가능성도 제시했다. 구글은 31억달러에 더블 클릭 인수를 추진하고 있으나 인수가 성사될 경우 더블클릭의 기술과 고객 기반을 확보해 온라인 광고 시장에서 너무 큰 시장 지배력을 갖게 되고 소비자 사생활 보호에도 문제가 될 수 있다는 비판이 제기되고 있다.

**애플, 분기 순익 9억400만달러 전년비 67% 급증**



애플은 지난달 종료된 2007회계연도 4분기(2007.7~2007.9)에 9억400만달러(주당 1.01달러)의 순이익을 기록해 전년 동기(5억4200만달러·주당 62센트) 대비 67%의 증가세를 보였다고 10월 22일 밝혔다.

1년전 48억4000만달러였던 분기 매출은 62억2000만달러로 29% 늘어났다.

이같은 실적은 블룸버그가 집계했던 전문가들의 예상치 △주당 순이익 85센트와 △매출 60억2000만달러를 크게 상회한 것이다. 이 기간동안 매킨토시 컴퓨터 판

매량은 216만대로 전년 동기에 비해 34% 늘어났다. 판매액수는 31억달러로 40%가 증가했다.

아이팟 MP3 플레이어 판매대수도 1020만대로 17% 증가했다. 매출액(아이튠스 뮤직스토어 포함)은 22억2000만달러였다. 아이폰의 분기 판매량은 112만대에 달했으며 6월 29일 출시 이래 누적 판매량은 139만대를 기록 중이다.

2007회계연도 전체 순이익은 35억달러로 2006회계연도의 19억9000만달러에 비해 75% 증가했다. 매출은 24% 늘어 240억달러에 달했다. 애플의 피터 오픈하이머 최고재정책임자(CFO)는 "환상적인 분기와 한 해였다"며 "이번 연말분기 실적은 사상 최대가 될 것"이라고 말했다.

**대만 치메이, OLED 생산 라인 추가 건설**



대만의 디스플레이 전문업체 치메이옵토일렉트로닉스(CMO)가 OLED 양산 경쟁에 가세한다.

10월 25일 대만 디지털타임스에 따르면 호차오 양 CMO 대표는 자회사이자 현재 OLED를 주력 생산하고 있는 치메이TEL에 수요가 몰려들어 10억대만달러(약 280억원)를 투자, 제2 생산라인을 짓기로 했다고 밝혔다.

호 대표는 "2008년 3분기부터 제2라인을 가동할 계획"이라며 "2인치 패널의 경우 월 70만장을 생산할 수 있는 규모로 라인을 짓는다"고 설명했다.

**모토로라, 대만과 대형 와이맥스 계약 체결**

마쓰시타전기가 PDP 생산 목표치를 당초보다 10% 더 늘리기로 결정했다.

니혼게이지아이신문은 마쓰시타가 현재 연 216만개 수준인 효고현 아마가사키 2공장의 PDP 생산능력을 내년 말까지 연

660만개로 끌어올릴 방침이라고 10월 2일 보도했다.



이는 당초 연 600만개로 예정했던 생산 목표에서 60만개가 증가한 것이다. 회사 측은 제품 수요증가가 예상됨에 따라 목표를 상향조정했다고 밝혔다.

**샤프, 업계 최초로 22·26인치 TV 출시**



샤프가 고화질(HD) LCD TV 라인업을 20인치대 소형 제품군으로 확대하고 있다.

파이낸셜타임스는 샤프가 HD TV로는 가장 크기가 작은 22인치와 26인치급 제품을 공개했다고 10월 30일(현지시간) 보도했다. 20인치대의 HD LCD TV가 나온 것은 이번이 처음이다. 일본 시장 출시는 이달 22일로 예정돼 있다. 월간 공급물량은 22인치가 5000대, 26인치가 6000대다.

샤프는 지난해 출시했던 32인치급 HD LCD TV에 대한 소비자들의 반응이 좋아 20인치 시장진출을 결심했다고 설명했다. 샤프의 히로베 도시히코 이사는 "32인치 제품 출시 초기에는 성공 가능성에 대한 우려가 없지 않았지만 수요가 예상을 뛰어넘었다"고 말했다. 자신의 방에서 혼자 TV를 시청하거나 비디오게임을 즐기기를 원하는 젊은이들이 주요 고객이다.