

Photonics Convergence ISSUE

미래 수출동력 확충 핵심사업인 “世界 一流商品 育成事業” 10돌 맞아

수출품목의 다양화·고급화와 미래 수출동력 확충을 위해 2001년부터 시작한 '세계일류상품 육성사업'이 지난해 2010년에 10돌을 맞았다.

지식경제부는 2010년도 세계일류상품 58개 품목(현재일류 32개, 차세대일류 26개), 생산기업 68개 기업을 지난해 12월 신규로 선정하였다.

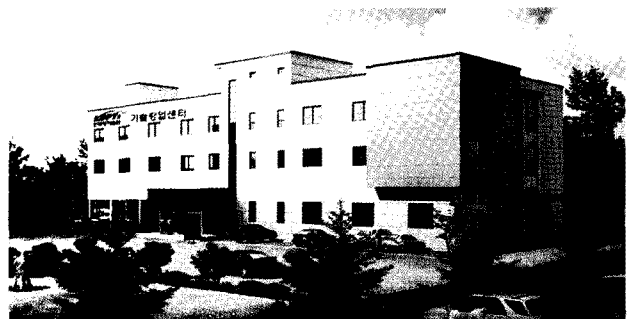
세계일류상품은 매년 현재일류상품(세계점유율 5위권 이내)과 차세대일류상품(5년 이내 점유율 5위권 진입가능)으로 나누어 품목과 생산기업을 선정함에 따라 시행 첫해 120개이던 품목이 553개로 늘어났으며, 세계 1위 품목도 119개로 조사되었다.

지식경제부는 지난해 12월 7일 교육문화회관(양재동)에서 올해 신규 68개 기업에 대해 세계일류상품 생산기업 인증서를 수여하였다.

스타코(조립식 화장실), 제일모직(평판TV하우징용 고풍택 플라스틱수지), 이녹스(3층 인쇄회로기판), 옵토웰(수직공진표면발광레이저 칩 및 패키지), 사파이어테크놀로지(LED사파이어단결정) 등 58개 기업이 신규로 일류상품 인증을 받았다. 기 선정 상품에 대해 10개기업이 추가로 선정되었다. 이날 지식경제부 박영준 차관은 세계일류상품에 대해 기술개발부터 해외마케팅까지 적극 지원해 나가기로 하고, 특히 내년부터 '세계일류 한국상품전'을 현행 1회에서 2회로 확대함과 함께 중소·중견기업의 해외시장 진출을 위한 맞춤형 지원제도인 World Champ사업*을 강화해 나가겠다고 밝혔다.

* World Champ사업 : 정부지원과 기업의 매칭(50 : 50)으로 기업의 해외진출 맞춤형 마케팅 제공('10년 : 5개 기업 1억원씩 조성 → '11년 : 10개 기업 내외)
- 신청기업이 타겟으로 하는 나라의 KOTRA KBC에 전담관을 지정, 시장 조사 뿐만아니라 소비자 성향 등 진출에 필요한 제반사항을 수시·정기 조사, 보고 등 수행

한국광기술원, 신기술창업센터 확장사업으로 녹색 광산업 창업 활성화 '청신호'



▲ 한국광기술원 신기술창업센터 투시도

한국광기술원의 '신기술창업센터' 건립 공사가 순조롭게 진행되어 그동안 공간 부족으로 애태우던 예비창업자 및 입주기업에게 청신호가 되고 있다.

한국광기술원(원장 김선호)에 따르면 중소기업청으로부터 녹색연구기관 특화 B확장건립 지원 사업으로 16억원(전체사업비 36억)을 지원받아 신축 중인 '신기술창업센터'가 현재 70%의 공정률로 순조롭게 진행되고 있어 2011년 3월에는 예정대로 새로운 가족을 맞이할 것이라고 밝혔다.

신축중인 신기술창업센터의 규모는 지상3층(연면적 2,813㎡), 보육실 1,921㎡(16개실)이며, 센터 입주기업은 광기술원의 첨단장비와 인프라, 인력 등 기업 활동에 필요한 실질적인 지원을 받을 수 있게 된다.

이번 센터 확장으로 한국광기술원의 보육 시설은 기존의 26개실(1,466㎡)과 더불어 총 3,387㎡로 늘어나게 된다.

한국광기술원 한택상 기업지원본부장은 "이번 확장사업으로 한국광기술원의 기업지원 영역은 '예비창업자→초기 기업→시험생산센터 활용

기업 순서로 기업 성장 형태에 따라 순차적인 지원 시스템을 구축하게 되었으며, 향후 광주 R&D특구 지정과 맞물려 광관련 기업 유치에 큰 효과가 있을 것이다"면서 "미래 광산업을 선도할 기술융합형 예비창업자와 관련 기업의 많은 관심을 부탁한다"고 말했다.

한국광기술원의 신기술창업센터는 2011년 1월중에 입주 공고를 통해 광산업에 열정을 가진 입주자를 모집할 것이며, 3월중에 입주를 할 예정이라고 밝혔다.

김재권 신임 사장 강조 "삼성 LED 키워드는 절대 경쟁력·스피드·열정"

김재권 삼성LED 사장은 지난해 12월 13일 수원시 매탄동 사옥에서 취임식을 갖고 LED(발광다이오드)사업 일류화를 위한 3대 키워드를 제시했다.

김재권 사장은 세계 LED시장의 경쟁이 갈수록 심해지고 있다고 분석한 후 누구도 따라올 수 없는 절대 경쟁력 확보를 당부했다. 그는 "디스플레이용 LED시장에서는 일본과 중화계 업체의 진입이 시작됐고 조명용 분야에선 전통 강자와 신규 진입한 업체들의 경쟁이 더욱 치열해지고 있다"며 "새로운 경쟁 구도와 불확실성에 대응하기 위해서는 열정을 갖고 미래를 향해 도전해야 한다"고 말했다.

이를 위해 경쟁사 대비 확실한 기술 우위를 선점할 수 있는 '절대 경쟁력', 세계 최고의 제품을 가장 먼저, 가장 경쟁력 있게 공급하는 '스피드', 도전정신이 넘치는 조직문화를 만드는 '열정' 등을 갖춰야 한다고 강조했다. 김 사장은 "하나된 조직문화를 만들려면 소통을 위해 상대방의 작은 목소리에도 귀 기울이는 경청의 자세를 가져야 한다"며 "불굴의 열정으로 세계 최고에 도전하는 자세를 가져 달라"고 당부했다.

전임 대표가 제조분야 전문가였던 것과 달리, 김재권 사장은 구매·마케팅 분야를 두루 가진 인물이다. 올해까지 생산능력 극대화 및 수출 안정화가 삼성LED의 지상 과제였다면 내년부터는 거래선 안정화를 통한 실적 신장에 역점을 둘 것으로 보인다.

룩스노바, 엘리베이터용 LED 감성조명 각광

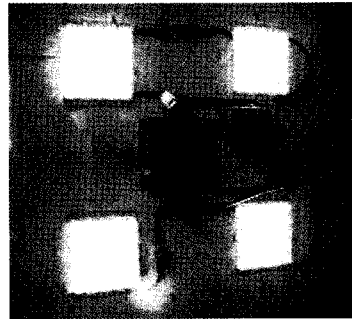
룩스노바(대표 양용철)는 발광다이오드(LED) 엘리베이터 감성조명이 에너지 절감과 쾌적한 조명환경 구현으로 시장에서 큰 호응을 얻고 있다고 지난해 12월 12일 밝혔다.

이 회사는 한국광기술원으로부터 기술이전 받아 사업화에 성공한 엘리베이터용 LED조명제품(상품명 썬라이트)을 국내 엘리베이터 제조사에 납품해 내년 50억원의 매출을 예상하고 있다. 또 한국광기술원 엘리베이터 6대에 설치했으며 유럽 등 해외시장 진출을 위해 적극적인 홍보

마케팅도 벌이고 있다.

특히 대규모 아파트 단지나 일반 건물 수요자들로부터도 기존 형광등에 비해 50% 이상 절감되는 에너지와 반영구적인 수명으로 관리비가 크게 절감된다는 입소문이 퍼지면서 설치 문의가 잇따르고 있다.

이 회사가 출시한 엘리베이터용 LED조명제품 썬라이트는 계절별로 하루 24시간 이동하는 태양의 색온도와 일치시키는 제어기술로 구현됐다. 조명 색깔은 아침에는 주황으로 시작해 낮 시간대에는 흰색, 저녁에는 붉은색으로 점차 바뀌게 된다.



▲ 룩스노바가 출시한 엘리베이터용 LED 감성조명 설치 사례.

이에 따라 외부의 태양의 색온도(2500K~7000K)와 엘리베이터 내부 빛이 동일해 인간의 생체리듬을 왜곡시키지 않는 쾌적한 조명환경을 실현한다. 또한 정전 등의 사고시에도 비상전원으로 3시간 정도 조명을 구동할 수 있는 LED 점등회로 기능이 있으며, 조명 밝기도 자유자재

로 조절이 가능하다. 일반 형광등보다 가격은 비싸지만 3개월에 한 번 교체해야 하는 백열등보다 무려 20배 이상 오래 사용할 수 있다. 전기도 일반 형광등보다 50%에서 최대 90%까지 아낄 수 있다는 것이 회사 측 설명이다.

양용철 사장은 "안전이 최우선시되는 엘리베이터 특성을 고려해 그동안 국내 엘리베이터 제조사들과 신뢰성 검증을 통해 안정성을 확보했다"면서 "폐쇄적인 공간으로 답답하고 차가웠던 엘리베이터 조명에 LED 감성조명으로 새로운 바람을 불러일으켜 나갈 계획"이라고 말했다.

주춤한 'LED 붐'에 사파이어 잉곳 가격 하락

2009년 이후 'LED 붐'을 타고 상승세를 거듭하던 사파이어 잉곳(LED 원료인 사파이어 웨이퍼의 전 단계) 가격이 LED 시황이 꺾이면서 동반 하락세를 보이고 있다.

지난해 12월 14일 관련업계에 따르면, 지난달 중순까지만 해도 2인치 기준 1mm당 26달러 수준이던 사파이어 잉곳 가격은 현재 15%정도 하락한 22달러를 나타내고 있다.

사파이어 잉곳은 LED 업체들의 증설이 잇따르면서 공급부족이 지속돼 최근까지 가파른 상승세를 이어왔다. 올 3분기 2인치 기준 1mm당 16달러에서 4분기 26달러까지 급등하며 내년 1분기까지 상승이 지속될 것이라는 관측이 나오기도 했다. 하지만 LED 분야 최대 수요처였던 TV LED 백라이트(BLU) 부분의 수요가 주춤하면서 그 파장은 사파이어 잉곳까지 이어졌다.

3분기 TV 세트 제조사들의 LED TV 판매실적이 기대에 못 미친 데다, 패널 제조사들이 원가 절감 차원에서 백라이트에 LED패키지 장착 개수를 줄이면서 LED 칩 수요가 급감하게 된 것이다. 결국 LED칩 제조사들은 MOCVD 가동률 조정에 들어갔고, 여기에 들어가는 사파이어 웨이퍼와 그 원료인 사이어 잉곳 수요까지 감소했다.

이른바, TV세트-LED LCD 패널-LED 백라이트-LED 칩-사파이어 웨이퍼-사파이어 잉곳으로 이어지는 연쇄 반응이다.

이같은 사파이어 잉곳 가격 하락세는 올해 1분기와 2분기를 거치며 점점 더 확대될 전망이다. 그동안의 하락 원인이 '수요감소'였다면, 내년 추가 하락 전망의 근거는 '공급확대'다. 세계 1위 사파이어 잉곳 제조업체인 미국의 루비콘이 설비 증설을 완료하고 2분기 양산을 준비 중이다. 또, 국내 사파이어 잉곳 생산업체인 사파이어테크놀로지도 2010년말까지 증설과 공정개선 등으로 월 생산량을 760kmm로 늘렸으며, 한솔LCD, 일진디스플레이 등도 사파이어 잉곳 생산에 투자를 확대하고 있다.

현재 형성된 사파이어 잉곳 가격은 시장분위기 등 약간의 거품이 반영된 가격이며, 올해 사파이어 잉곳 제조사들의 증설작업이 마무리됨에 따라 점차적으로 가격이 하락하게 될 것으로 예상된다.

제주에도 LED조명교체 바람이 강하게 불다

육지에서 제주도를 오가는 대한민국 최단시간 항로 쾌속선(오렌지호)을 시작으로(전남 장흥~제주 성산포) LED조명 제주 상륙작전이 시작되고 있다. (주)현대통신(대표이사 이대훈)의 지원으로 오렌지호의 객실일부 삼파장 20W 대신 LED조명 7W로 매점, 복도, 화장실 세면대등의 할로겐 50W 조명을 LED조명 5W로 시범 설치되었다. 배에서는 발전기를 가동하여 220V 전기를 사용하다보니 전력소모에 민감하여 연료 소모와 밀접한 관계에 있고, 배의 진동에 내구성이 강한 LED조명이 효과적이며, 또한 수명과 유지보수 면에서 매우 만족스럽다며 현대통신에 감사함을 (주)장흥해운 김진영 사무장은 밝혔다.

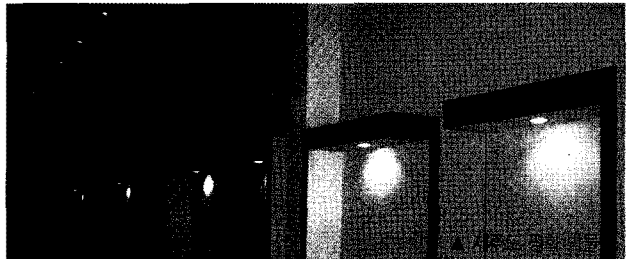
현대통신은 제주 평화박물관(관장 이영근)에도 LED조명을 시범 설치하여 제품 성능의 우수성을 인정받았다. 평화박물관은 일본군 지하요새 땅굴로 일본군의 만행을 홍보하는 박물관인데 땅굴에 조명을 설치하려면 습도 90%를 견딜수 있도록 방수가 잘 되어야 하며 또한 견고성이 좋아야만 설치가 가능하다. 현대통신에서는 리니어 타입 조명(WTL-7WW)과 DC전원공급기를 이용 지난해 11월말 시범 설치하였으며, 60여일간 동굴환경 시험 성능에 합격하면 땅굴 복원공사에 200여개의 LED조명이 올해 1월에 설치될 예정이다.

현대통신의 강윤구 광주지점장은 평화박물관에 전시장 조명을 LED조명으로 재설계하여 박물관의 고민을 해결하고 전시품 조명을 한단계 업그레이드 하였다. 그의 디자인 설계는 박물관의 천정 높이 6m에서 삼파장 전등 45W, 할로겐 100W를 사용하고 있으나 전시장 유리진열장에 적절한 조도가 나오지 않아 어둡고, 전시품을 돋보이게 할수 없고 전기세만

낭비하고 있었으나, 빔각도 50도 렌즈가 장착된(WTH-17WW 50도) LED조명으로 교체하여 박물관의 고민과 전시품 변색방지, 전등 유지보수 위험을 저하 등 LED의 장점을 살린 설계를 하였다.

이영근 관장은 박물관 로비에 설치한 LED 면조명은 햇빛 밝기에 따라 리모콘으로 6단계 디밍이 가능해 전기세 절감에 효과적이라고 밝혔다.

또한 현대통신은 제주의 THE HOTEL, KAL HOTEL 내 카지노, 샤르망 호텔, 평화박물관, 테디베어박물관, 테지움 박물관, 아프리카 박물관, 소림박물관, 약천사 등의 LED조명 교체로 제주도 청정 관광도시를 이끌어 가기 위해 한몫 하기를 기대한다.



광주인탑스(주) 일본 도와산교社에 LED 조명 개발 및 판매 양해각서 체결

광주인탑스(주)는 지난해 11월 23일 일본 도와산교社 측과 LED 조명개발 및 판매에 대한 양해각서를 체결했다. 이미 광주인탑스(주)는 지난해 10월 13일 도쿄에서 개최된 한국부품산업전에서 도와산교社측과 LED FPL 램프 약 10억원 구매계약을 체결하였고, 계약 확장을 위해 금번 양해각서를 체결했다. 또한 양사는 LED FPL 램프 외에도 일본 시장에 진출할 수 있는 LED 조명을 검토 중이다.

광주인탑스(주)와 도와산교社는 양해각서를 체결함으로써 향후 LED조명

시장의 일본시장을 진출을 위해 지속적인 협력관계를 갖고 함께 동반성장 할 것을 다짐하였다.

도와산교社は 1918년에 설립된 일본 연매출 1조 2천억원의 대기업 규모인 이다그룹의 자회사로 조명과 건설자재의 제조 및 유통을 하고 있으며, LED 조명으로 사업영역을 확대하고 있다. 도와산교社は 그 일환으로 광주인탑스쥬와 금번 제품개발 및 판매에 대한 협약을 체결하게 되었다. 이로써 도와산교社は 안정적인 제품공급처를 광주인탑스쥬는 고정적인 매출처를 각각 확보하여 향후 동반성장하는데 합의하였다.

인탑스 그룹의 자회사인 광주인탑스쥬는 2007년부터 LED 스탠드를 포함한 다양한 실내외 LED 조명제품을 개발해 왔다. 지난 10월에는 일본 시장에서 미츠비전기를 통해 일본 대형유통매장인 코스트코(COSTCO) 7개 지점에 업소용 냉장쇼케이스에 소요되는 LED Tube 램프를 수출했으며, 최근 추가 물량에 대한 발주가 지속적으로 이루어지고 있다. 이러한 추세는 향후 미국 코스트코(COSTCO) 매장을 포함한 아시아 전역까지 시장이 확대 될 예정이며, 향후 안정적인 매출처로 자리매김 할 것이라고 밝혔다.

지난해 10월에 고효율가치인증서를 취득한 LED 센서등은 국내뿐 아니라 해외에도 많은 관심을 받고 있다. 특히 유럽시장의 바이어로부터 많은 문의를 받고 있음에 따라 2011년에는 유럽시장 진출이 가능할 것으로 예상하고 있으며, 지난해 9월에는 베트남 하이퐁시에 LED 가로등을 26개주를 시범설치를 완료함으로써 동남아시아 시장 진출 역시 기대하고 있다.

광주인탑스쥬는 제 44회 2천만불 수출탑 수상에 이어서 올해 제 47회 무역의 날을 행사를 맞이하여 3천만불 수출의 탑을 수상하였다. 한국무역협회에서 주관하는 '무역의 날 시상식'은 해외시장 개척과 수출의 획기적인 증대에 기여한 업체를 선정해 수여하고 있는 상이다. 2007년과 2009년 수출규모를 비교하였을 때 150% 이상의 성장률을 기록하였고 2010년 예상 수출액은 3300만불을 넘어설 것으로 예상하고 있다. 또한 2011년에는 동남아, 일본, 유럽, 미국 시장 등 해외시장의 판로가 열리면 서 비약적인 성장을 이룰 수 있는 한 해가 될 것으로 예상된다.

1년 일본시장 LED조명 신제품 개발 및 판매협약식
광주인탑스 (株) 代表取締役社長 藤田 隆彦 氏 (右) と 光州市代表取締役社長 藤田 隆彦 氏 (左)



SDN 불가리아 프로젝트 산업은행 파이낸싱 2,142억 원 승인

- 본격적인 실적반영 스타트

SDN(대표 최기혁)은 불가리아 소피아 현지에서 지난해 12월 13일(현지시간)에 사모보넨 및 프라타리사 프로젝트(42MW 태양광 발전소)에 대한 금융 약정식을 거행하였다고 밝혔다. 동 약정식은 한국산업은행 공세일 PF 센터장의 최종금융제시서(Firm Offer)와 현지 프로젝트사 서일성 법인장의 기재의리서(Mandate)의 서명 교환으로 이루어 졌으며, 사실상 본 프로젝트를 위한 한도 약 2,142억원의 기체가 완성되었다고 전해왔다. 이에 앞서 같은 날 동 프로젝트는 한국산업은행의 여신 심사위원회 통과하였다.

회사는 이날 산업은행과의 세례모니로 약 2000억 규모의 SDN의 불가리아프로젝트의 본격적인 건설과 실적반영이 가능하게 되었다며 내년 2분기까지 완공을 목표로 프로젝트를 진행할 것이라고 밝혔다.

또한, SDN은 동일 오전 불가리아 보이소프 수상을 예방하여 이 자리에서 A등급 투자자(국유지 우선 구매권, 세액 환급, 투자 보조금 우대 등)로 지정 받게 되었으며, 전력가격의 고정화 및 행정지원을 약속 받았다고 전했다. 또한, 2010년 12월 14일에 진행중인 프로젝트 42MW 프로젝트중 부분준공한 6.25MW 준공식에 맞추어 경제에너지부 장관, 국영 전력회사 대표, 투자청장 등과 2012년까지 추가적으로 약 5000억 규모 100MW의 태양광 발전소 건설을 위한 부속 협의도 진행하고 있다고 밝혔다.

