



뉴스라인은
일간지, 잡지, 컴퓨터
통신 정보란 등에 올라 있는
기사 중에 광학과 관련된
내용을 발췌해서
계재하고 있으며, 날짜와
계재지를 수록하지 않습니다.
의문 사항 있으신 분은
'광학세계' 편집부로
언제든지 연락 주세요.

<카메라>

카메라 관세 개정 시급하다

카메라에 대한 현행 관세제도가 정밀광학산업 육성 차원에서 개정돼야 한다는 목소리가 높다. 현행 관세제도는 카메라 완제품이나 부품에 대해 일률적으로 8%씩 관세를 부과하고 있어 완제품과 부품에 대해 관세를 차등 적용하고 있는 전기전자기류에 비해 불리하고 형평성에도 문제가 있다는 것이 관련업계의 주장이다.

전기전자기류의 관세제도는 전기전자산업을 수출 주력업종으로 육성하려는 정책추진에 의해 지금까지 해당부품을 수입할 때 여러 가지 감세혜택을 누리고 있는 게 사실이다. 컴퓨터의 핵심부품인 중앙처리장치

(CPU)의 경우 국내 산업 발전을 위해 할당관세 대상품목으로 지정돼 무관세로 통관된다.

게다가 전기전자기류는 세계 무역기구(WTO)의 양허관세 대상품목이어서 국내에서도 이들 품목을 수입할 때는 타 제품보다 세율이 낮은 4~5% 이하의 관세만 부과하고 있다. 또한 해외 공장이나 임가공업체에서 생산된 제품이라 할지라도 국내로 반입될 경우 국내에서 공급된 부품에 해당하는 만큼의 관세를 면제해 주는 관세면제 혜택도 누리고 있다

그러나 정밀광학산업인 카메라의 경우 총 400여개의 부품이 소요되고 국내 업체는 이 중 절반 정도인 200여개 품목을 수입에 의존하고 있는 실정이다. 이들 부품에는 모두 완제품과 동일한 8%의 수입관세가 부과되고 있다. 더욱이 해외에서 생산된 카메라를 국내로 반입할 경우 국내에서 부품이 공급됐다 할지라도 그만큼의 관세면제 혜택을 받지 못하고 있는 실정이다.

WTO 양허관세 대상품목들은 세계 자유무역 질서 차원에서 시행되고 있는 것이기 때문에 특혜라고 단언하기 어렵지만 해당 산업체들에는 상대적

으로 상당한 이득을 주고 있는 것만은 사실이다.

국내 카메라 분야는 그동안 매우 어려운 여건 속에서도 무역흑자를 기록하는 효자산업으로 자리잡아가고 있다. 지난 몇 년 동안 매년 수출액이 수입액보다 3배에서 최고 10배나 많았으며 세계에서 유일하게 일본과 어깨를 나란히 하는 경쟁국으로 부상할 만큼 수입대체 효과나 수출산업화에 크게 기여한 품목이다.

특히 카메라를 기반으로 하는 정밀광학기술은 우주항공 분야는 물론 정보통신에 이르기까지 핵심 기초기술로 간주되고 있고 특히 카메라산업은 비주얼이 중심인 멀티미디어산업에 없어서는 안될 중요한 기반산업으로 여겨지고 있다.

그럼에도 불구하고 카메라부품에 대해 동일한 수입관세를 부과하는 것은 제조원가를 상승시켜 완제품의 가격경쟁력을 떨어뜨리는 결과를 초래한다.

물론 해외로 수출할 경우에는 관세환급을 받을 수 있기 때문에 수출경쟁력을 떨어뜨리지는 않는다고 반박할 수 있지만 이는 하나만 알고 둘은 모르는 소리다.

국내 카메라 분야의 산업경

국내 및 국외 신제품

후지 필름, 프린트 기능 갖춘 디지털 카메라 출시

일본 후지필름은 오는 12월 20일 프린터 기능을 갖춘 디지털카메라를 출시할 계획이라고 발표했다.

PR21은 즉석카메라의 노광기술을 융합해 촬영한 그 장소에서 바로 명함 크기의 즉석 사진을 인쇄해 볼 수 있다. 촬영 후 35초 정도면 카메라 상부에 필름이 나오고, 30~60초 후에는 영상이 나타난다. 촬영 데이터를 기록매체에 보관할 수도 있다.

230만 화소의 고체촬상소자(CCD)를 채택하며, 크기는 113×127×60mm이고, 전지를 뺀 본체 무게는 약 550g, 가격은 9만9800엔이다.

니콘, 디지털 카메라인 1

일본 니콘이 디지털 카메라인 1 모델을 출시했다.

270만(2000×1312)픽셀 해상도의 일안렌즈를 사용하는 이 제품

의 셔터 속도는 싱글 셋의 경우 0.5초로 매우 빠르며 최고 21개 셋을 초당 4.5프레임의 속도로 연속 촬영할 수 있다.

저장장치로는 64MB의 콤팩트 플래시 타입의 카드를 사용한다. 가격은 5580달러.

후지필름 디지털카메라 X2900

일본 후지사진필름의 디지털카메라 X2900. 이 제품은 2인치 LCD와 3배줌 렌즈를 장착했고 8MB 스마트미디어 메모리카드를 탑재했다.

230만화소를 구현하는 이 제품은 28mm 광대역 렌즈와 43mm 필터를 부착해서 사용할 수도 있다.

또한 이 카메라는 뷰파인더 없이 렌즈를 통해 필름에 맺히는 상을 확인하며 촬영할 수 있는 일안렌즈반사형(SLR) 기능도 갖추고 있다.

쟁력은 안방인 내수시장에서부터 비롯된다. 내수시장을 차지하지 못하고서 해외시장에서 좋은 결과를 바라는 것은 어불성설이다.

국내 카메라산업이 세계에서 유일하게 카메라 왕국인 일본과 어깨를 나란히 할 수 있는 것도 수입선 다변화 제도를 통해 일산 카메라의 유입을 막아왔기 때문이다. 때문에 수입선 다변화 제도가 완전 해제된 지금까지도 수입의존도가 높은 셔터·파인더 등 카메라 관련 부품에 대해 높은 관세를 부과하고 있는 것은 일산제품이 국

내시장을 초토화시키는 것을 방지하는 것과 마찬가지다.

수입선 다변화 제도 해제로 일산 카메라 유입이 점차 늘고 있는 상황에서 현행 관세제도를 바람직한 방향으로 개정하는 것을 신중히 고려해야 할 것이다. 또한 국내 카메라업계도 해외 생산거점을 보유하고 있는 만큼 전기전자기류와 마찬가지로 해외에서 생산된 카메라를 국내로 반입할 때 국내에서 반출된 부품에 해당하는 만큼의 관세를 환급해 주는 방안을 모색해 볼 때다.

무점포판매 시장에 외국산 전자제품 '붓물'

외국산 전자제품이 붓물을 이루고 있는 것은 국산품과 유통채널이 달라 고마진을 챙길 수 있는 데다 소비자들의 외제 선호 심리에 힘입어 신규수요 개척이 손쉽게 때문인 것으로 분석된다.

1백30여종의 전자제품을 팔고 있는 LG홈쇼핑은 일본브랜드가 22종으로 17%를 차지하고 있다. 일제는 특히 이 회사의 가전매출 비중에서 3분의 1을 넘고 있으며 소니캠코더는

한달 평균 4백 여대가 팔리는 등 폭발적 판매량을 기록중이다.

인터넷쇼핑몰 업체들의 수입품 판매량은 TV홈쇼핑을 훨씬 웃돌고 있다. 한솔CS클럽은 아예 국산 캠코더를 취급하지 않고 있다. 현재 판매중인 캠코더 4개 제품이 모두 소니 브랜드다.

롯데인터넷백화점은 취급수입품수가 총 1백20여개에 달해 어느 인터넷쇼핑몰보다 많은 외제 전자제품을 팔고 있다. TV의 경우 총 9개모델중 소니 브랜드가 3개이며 세탁기 역시 총 17개 제품중 절반정도가 외제다. 롯데인터넷백화점은 이밖에 35개 품목에 달하는 소니 제품만을 취급하는 전문매장을 운영하고 있다.

현대인터넷백화점의 일제 전자제품 비율은 전체품목의 15%에 이르고 있다. TV와 카메라의 일제 판매비중이 타 쇼핑몰보다 월등히 높다. 카메라는 총 35개 제품중 18개를 캐논, 니콘 등의 일본 브랜드가 차지하고 있다.

카메라 무역 흑자폭 급감

지난 1월 일안반사형(SLR) 카메라의 수입선다변화가 해제된 이후로 카메라의 무역흑자폭이 크게 줄어들고 있는 것으로 나타났다. 관련업체와 관세청에 따르면 카메라는 지난 93

년 이후 지금까지 꾸준히 무역흑자를 기록해왔으나 수출액은 줄어들고 수입액은 늘어나 흑자폭이 매년 감소하는 것으로 집계됐다.

이 추세대로라면 지난 7월 수입선다변화에서 해제된 콤팩트(LS)카메라의 수입마져 증가할 경우 카메라가 무역적자 품목으로 전락할 가능성도 큰 것으로 우려된다.

카메라의 수출액은 지난 95년 1억5285만9000달러를 기록한 이후 매년 10% 이상씩 감소세를 보여 지난해에는 8748만6000달러로 줄어들었다. 올 상반기에도 카메라 수출액은 3217만4000달러로 전년 동기 대비 13.9%가 감소했다.

반면 수입액은 지난 95년과 96년에 각각 56.2%, 69.4%가 늘어났으며 올 상반기에는 작년 같은 기간보다 무려 244.8%나 폭증했다.

이에 따라 카메라의 무역흑자폭이 지난 95년 1억2836만1000달러에 달했으나 지난 98년에는 7901만3000달러로 줄어들었다.

특히 올 상반기에는 무역흑자폭이 2116만2000달러로 연말까지 4000만달러 정도에 불과할 것으로 예상되고 있다.

또한 지난 7월부터 수입이 허용된 일산 LS카메라의 수입이 대폭 늘어날 경우 무역흑자폭은 더욱 줄어들거나 적자로

반전될 전망이다.

대기업, PC카메라 사업 '눈독'

급성장하고 있는 국내 PC카메라 시장을 겨냥해 삼성전자, 삼성전기 등 대기업의 신규진출이 예상됨에 따라 대기업과 기존 업체의 내수시장 쟁탈전이 뜨거워질 전망이다.

삼성전기(대표 이형도)는 USB규격을 지원하는 36만화소급 제품 'MPC-C10'을 내수시장에 선보였다. 낮은 조도에서 반응성이 높은 고해상도소자(CCD)를 채택했으며 기존 시장의 주기종인 27만화소 제품보다 해상도면에서 앞서는 장점을 내세워 주요 PC게임방 협회를 중심으로 영업활동에 나설 방침이다.

삼성전자(대표 윤종용)도 같은 시기에 고해상도의 'SNC-80, 320' 시리즈를 내세워 PC카메라 시장에 진출한다. 삼성전자는 'SNC-80, 320' 두 기종이 각각 80만화소와 320만화소급의 고해상도를 실현한 점을 무기로 포토스티커 자판기나 서류전송용 스캐너용으로 판매, 일반 PC카메라 제품과 차별화된 시장전략을 구사할 방침이다.

LG전자(대표 구자홍)도 36만화소 VGA급 CCD소자를 장착한 'LPC-UC35' 기종을 출시해 기존 27만화소급

'LPC-UC30'을 대체할 예정 이다.

이에 따라 국내 PC카메라 시장에서는 코콤, 알파비전텍 등 기존 중소 업체와 새로 뛰어들어 온 대기업을 포함해 10개 이상의 관련업체가 월 7000대 수준의 내수시장을 놓고 치열한 경쟁을 벌일 전망이다.

미쓰비시전기, 적외선 카메라 확대판매

일본의 미쓰비시전기는 야간의 감시용으로 수요를 기대할 수 있는 적외선 카메라 '미쓰비시 씨멀 이미지'의 확대판매를 추진한다. 작년 가을에 소형·경량·저가격의 전략기종을 시장에 투입했는데, 가일층의 저가격화를 추진, 1년 이내에 현재 가격의 절반 이하를 목표로 한다.

밝은 장소의 감시에 사용되는 전하결합소자(CCD) 카메라의 가격에 접근시켜 야간 감시용의 화상 센서로서 수요개척을 겨냥하고 있다. 전략기종의 출하대수는 99년도에 300대 정도에 머무를 전망이지만 판매활동의 강화를 통해 2001년도에는 1천대 정도로 확대할 방침이다.

니콘 카메라, 우주개발 부산물

우주 탐사는 기업들의 훌륭한 마케팅 소재중 하나다.

'맥가이버' 칼로 불리는 스위스 빅토리아 녹스사의 다용도 칼, 니콘 카메라, 오메가 시계 등은 우주 탐사에 참여해 소비자에게 첨단이미지를 심음으로써 인지도를 크게 높이는 데 성공한 대표적 사례다.

머큐리호를 타고 미국인 최초로 지구 궤도를 돈 우주비행사 존 글렌은 지구의 모습을 카메라로 담았다. 이때 일본 미놀타의 몸체를 개조해 독일 칼 차이스의 렌즈를 붙인 카메라를 사용했다.

그후 우주 비행사 화이트가 우주유영을 할때 일본 니콘 카메라를 우주선밖으로 들고 나갔다. 니콘은 우주유영 성공 이후 초진공, 극저온 상태에서도 아무런 문제없이 작동하는 초정밀 카메라의 대명사가 됐다.

백두인터내셔널, 디지털렌즈 공급

백두인터내셔널(대표 전경원)은 디지털 방송시대에 대비, 일본 방송용 카메라렌즈 전문업체인 후지논사의 디지털 회로기술을 채택한 '디지털렌즈'를 공급한다고 밝혔다.

와이드에서 텔리까지 줌의 속도를 0.7초로 앞당겼으며 사용자가 포커스 확인을 위해 줌인을 확인한 뒤 원래의 프레임으로 다시 맞춰야 하는 불편을 해소하는 신기술이라고 회사측은 설명했다.

디지털카메라용 새 기록매체 '광자기 디스크' 뜬다

디지털카메라의 기록매체로 현재 주로 사용되고 있는 것은 '컴팩플래시' 등 메모리반도체다. 최근에는 미국 IBM제의 1인치 크기 하드디스크장치 '마이크로드라이브'를 채용하는 업체도 등장해 매체가 보다 다원화된 양상이다. 이런 가운데 대용량을 특징으로 하는 디지털카메라용 기록매체가 새롭게 등장, 이 시장의 판도변화를 예고하고 있어 관련업계의 주목을 끌고 있다.

올림퍼스광학공업, 산요전기, 히타치삭셀 등 일본의 3개 업체가 공동으로 개발한 2인치 크기의 광자기디스크 'iD'가 그것. 최대 기록용량이 730MB로 마이크로드라이브(340MB)나 컴팩플래시(160MB), 스마트미디어(64MB) 등을 월등히 앞선다.

iD가 이처럼 대용량을 지니는 것은 평방인치당 기록밀도가 디지털다기능 디스크(DVD)램의 약 두 배에 상당하는 4.6기 가비트나 되는 광자기디스크 규격 'AS-MO(Advanced Storage Magneto-Optical)' 기술을 채용하기 때문이다.

AS-MO는 한국을 비롯해 일본과 미국 및 유럽 등지의 16개 관련 제조업체가 참가하는 조직에서 제정한 규격이다.

이 규격 책정에 핵심 역할을 해 온 기업은 일본의 올림퍼스광학, 산요전기, 샤프, 히타치막셀, 소니, 히타치제작소, 후지쯔 등과 네덜란드의 필립스, 미국의 이메이션 등 9개사다. 나머지 7개 기업은 삼성전자와 LG전자, 일본의 도소, 하이위트테크놀로지, 마쓰시타전기산업, 미쓰비시화학, 미국의 LSI로직 등이다.

iD에 대응하는 디스크와 장치는 올해 말에서 내년 초에 상품화할 것으로 예상되고 있다. iD장치는 올림퍼스광학과 산요전기에서 내놓을 예정인데, 당분간 크기는 68×70×25mm 정도로 마이크로드라이브(42.8×36.4×5mm), 컴팩플래시(42×36×3.3mm), 스마트미디어(45×37×0.76mm) 등보다 크게 할 계획이다.

또 가격은 아직 공개돼 있지는 않으나 한 관계자는 '디지털카메라가 10만 이하가 아니면 시장에서 통하지 않고 있기 때문에 그 실정에 맞출 계획'이라고 밝히고 있다.

산요전기와 올림퍼스광학에서는 이미 iD장치를 내장한 디지털카메라도 개발중이다. 아직 제품의 특징은 밝혀지지 않고 있으나 730MB나 되는 대용량을 활용해 동영상 기록 기능을 탑재할 것으로 보인다. 이렇게 되면 디지털카메라 제조업체는 장래 캠코더 시장에도

전할 수 있는 근거를 마련하게 된다.

디스크는 히타치막셀에서 판매할 예정인데, 그 가격은 플래시 EEP롬 내장 메모리카드 수준으로 할 방침이다. 따라서 장당 3000엔 정도가 될 것으로 전망된다.

한편 디지털카메라업계에서는 올림퍼스광학이 약 20%의 점유율을, 산요전기가 30% 정도의 점유율(OEM 공급분 포함)을 확보하고 있다. 따라서 이들 2개사의 iD 채용 결정은 다른 디지털카메라 업체에 커다란 영향을 미칠 것으로 보인다. 이미 교세라, 코니카, 미놀타, 리코 등은 iD 규격을 지지하고 있다.

〈복사기〉

복사기 영업전략 '3사 3색'

국내 복사기3사의 영업 및 경영전략이 뚜렷이 차별화되고 있다. 롯데캐논·한국후지제록스·신도리코 등 국내 복사기 3사는 최근 복사기 수요시장이 점차 활기를 띠면서 IMF 한파 이후 지속된 경영난이 점차 해소되고 사업·조직 구조조정이 마무리된 데 힘입어 새로운 시장환경에 맞게 기존 영업과 경영 전략을 크게 수정하고 있다. 이에 따라 각사별로 독특한 영업·경영전략의 색깔이 형성되

고 있다.

한국후지제록스(대표 정광은)는 기존 저가보급형 복사기 공급업체 이미지에서 점차 탈피, 고기능 고가품 공급업체로 바뀌고 있다. IMF 이전까지 저가 보급형 아날로그 복사기 중심의 영업전략을 구사했으나 지난해 일본 후지제록스가 지분을 완전 인수한 이후 디지털 컬러 복사기, 디지털복사기, 디지털 인쇄시스템 등 고부가가치를 창출할 수 있는 디지털기기 중심으로 영업전략을 전환했다. 또 이 회사는 팩시밀리 등 사무기기(OA) 분야에서 기존 단품 판매방식에서 벗어나 다양한 솔루션 형태의 상품을 개발해 고객의 생산성 향상에 영업 주안점을 두고 있다. 이같은 경영전략에 따라 올들어 수익원대를 호가하는 초고가형 디지털 인쇄시스템(모델명 다큐텍135)을 출판사와 대기업에 집중 공급해 이미 이 부문에서만 50억원 정도의 매출실적을 달성했다.

롯데캐논(대표 김정린)은 내수시장 중심의 영업전략에서 탈피해 앞으로 일본 제휴사인 캐논사와 긴밀한 협력관계를 유지해 해외시장 개척에 주력하는 세계 경영전략을 표방하고 있다. 이와 관련 그 동안 일본 캐논사의 디지털복사기 생산라인 일부를 안산공장으로 이전해 공동으로 수출전용 복사기를 개발했으며 이 제품

국내 및 국외 신제품

마쓰시타전송시스템 팩스·복사 복합기

일본 마쓰시타전송시스템은 팩시밀리와 복사기 및 프린터 기능을 모두 갖춘 복합기 컷캐쳐 716은 선보였다. 팩스로는 1.7초에 원고를 읽고, 2초대에 전송할 수 있다.

복사기로는 업서에서 A3 크기 용지까지 대응하고 600dpi 해상도에서 분당 16장 복사할 수 있다. 가격은 68만8000엔.

후지제록스 소형 디지털 복사기

일본 후지제록스는 소형 디지털 복사기 orkCenter120을 내놓았다. 51.8×45.1cm 크기로 B4 용지까지 대응할 수 있고, 600dpi 해상도에서 A4용지의 경우 분당 12장의 인쇄가 가능하다.

옵션인 프린터 키트를 사용하면 원도용 프린터로도 사용할 수 있다. 가격은 26만8000엔

한국HP, 프린터.팩스등 다기능 복합기

한국HP는 프린터 팩스 스캐너 복사기 기능을 모두 갖춘 컬러 다기능 복합기 커의폴렛T시리즈施 커의폴봐S시리즈施 9월에 내놓았다.

오피스젯T시리즈는 커의폴봐S45施 커의폴봐S65 두 종류. 인쇄 품질은 6백x6백dpi, 복사할 때는 3백x3백dpi. 스캐너로 사용할 때 3백x3백dpi. 프린터로 사용할 때 인쇄속도는 흑백이 1분에 9장, 컬러는 6.5장까지 가능.

오피스젯T65는 인쇄품질은 6백x6백dpi로 오피스젯T45와 동일하다. 반면 복사품질은 3백x6백dpi로 오피스젯T45보다 높고, 스캔해상도도 3백x6백dpi로 우수하다. 가격은 T45가 86만3천5백원, T65는 98만4천5백원이다.

오피스젯R시리즈도 커의폴봐S45施 커의폴봐S65. 흑백이 1분에 11장, 컬러는 8.5장까지 인쇄. 인쇄품질은 6백x6백dpi, 스캔해상도는 6백x2천4백dpi다. 가격은 오피스젯R45가 1백23만7천5백원, 오피스젯R65는 1백53만4천5백원이다.

수출을 위해 올해 말까지 수출전담팀을 설치하기로 했다.

이와 달리 신도리코(대표 우석형)는 그동안 수출주력, 고가형 제품 공급업체라는 이미지에서 최근 수익성을 지향한 복사기 업체로 새롭게 변신을 시도하고 있다. 신도리코는 이에 따라 올들어 저가보급형 제품에 영업력을 집중한 결과 상반기 시장점유율을 지난해 동기(36%)에 비해 7%포인트 증가한 43%까지 끌어올렸다.

복사기 제조업체 한 관계자는 "최근 복사기업체의 전략이

변하고 있는 것은 IMF 한파 이후 다양한 시장변동요인이 상존한 데 따른 복사기업체의 자구책 마련에서 비롯된 것"이라며 "이에 따라 이같은 사업전략은 또 다른 요인에 의해 수시로 변할 수도 있다."고 말했다.

복사기업체, 성수기 맞아 판촉전 불붙었다

9월 국내 복사기 제조업체들이 제품공급 확대를 위해 다양한 마케팅전략을 마련하고 이를 적극 시행하고 있다.

롯데캐논·한국후지제록스·신도리코 등 국내 주요 복

사기 제조업체들은 최근 복사기 시장이 점차 지지개를 띄고 있는데다 가을철에서 겨울철로 이어지는 성수기를 맞아 로드세미나·할인판매 등 다양한 판촉전을 전개하는가 하면 신제품 출시에 적극 나서고 있다.

롯데캐논(대표 김정린)은 최근 내수시장 확대에 따라 기존 소형기 위주의 마케팅전략을 수정해 중급기 이상의 고부가가치 제품공급에 주력하는 한편 해외수출전략을 크게 강화하고 있다.

롯데캐논은 이와 관련, 최근

1000만원대 저가 디지털복사기(모델명 CP-660)를 출시한 데 이어 올해 말 자동급지 등 다양한 기능을 개선한 분당 35장급 신제품을 새로 선보이기로 했다. 수출과 관련해 그동안 일본 캐논사의 디지털복사기 생산라인 일부를 안산공장으로 이전해 캐논사와 공동으로 수출전용 복사기 생산에 착수했으며 이 제품 수출을 위해 올해 말까지 수출전담팀을 설치할 계획이다.

한국후지제록스(대표 정광은)는 최근 국내 복사기 수요 시장 활성화 추세에 따라 인쇄형 프린팅 시스템, 디지털복사기, 도면출력시스템 등 고부가가치 제품판매에 영업력을 집중하고 있다. 한국후지제록스는 이를 위해 최근 초고속 복사 속도와 고해상도를 지닌 디지털복사기(모델명 제록스도큐먼트센터리551)를 출시했으며 지난달부터 서울을 비롯해 전국 대도시를 순회하면서 시연회 및 세미나를 개최하고 있다.

특히 이 회사는 그동안 전개해온 단품위주의 판매방식에서 벗어나 네트워킹과 관련 소프트웨어(SW)를 한데 묶은 상품을 개발, 출시하는 등 솔루션 형태의 영업을 통해 국내 복사기 시장기반을 크게 넓혀간다는 전략이다.

신도리코(대표 우석형)는 국내 복사기 시장 활성화에 따라

그동안 구사해온 '수출주력, 고가형 제품판매'라는 영업전략을 '수익성 위주, 중저가형 사업강화'로 전환하고 있다. 이와 관련, 올해 말까지 분당 10장급의 100만원대 저가형 아날로그복사기와 프린터 및 스캐너 기능을 추가한 아날로그 복합기를 개발, 국내시장에 출시하기로 했다. 또 판매실적이 우수한 대리점에 제품공급가를 할인해 주는 등제품공급확대를 위한 다양한 전략을 마련, 시행할 계획이다.

'환경마크', '환경친화기업' 제도 유명무실

환경에 대한 인식을 제고시키고 친환경적 제품 생산을 유도하기 위한 '환경마크'와 '환경친화기업' 제도가 도입 7년이 지나도록 아무런 효과를 거두지 못하고 있다.

환경부와 관련업체에 따르면 환경마크제에 대한 기업과 업소의참여도는 최근 들어 급격한 하락세를 보이고 있는 것으로 나타났다. 97년만 해도 환경마크를 판 상품은 1백86개 제품에 달했으나 지난해에는 1백34개로 줄어들었고 지난 7월말 현재는 1백10개에 그치고 있다. 이러한 추세가 계속될 경우 연말에는 지정상품수가 1백개 미만으로 떨어질 전망이다.

환경친화기업 제도 역시 중

소기업이나 서비스업체들로부터 관심을 끌지 못하고 있다. 97년말 1백22개에 이르던 지정 업체수는 지난해 1백2개로 감소했다. 특히 올들어 지정기간이 끝났음에도 재신청하는 기업이 드물어 환경친화기업제도의 존립에 대한 의문마저 제기되고 있다.

환경마크와 환경친화기업 제도를 도입했을 당시에는 해당 기업과 상품 이미지를 제고시켜 환경과 경영 두 측면에서 모두 도움을 줄 것으로 기대했으나 환경마크를 제품은 재활용 제품으로 인식돼 오히려 마케팅에 걸림돌이 되고 있다.

실제 가스보일러, 복사기, 에어컨, 세탁기, 의류 등은 환경마크 대상업종에 포함돼 있으나 인증을 받은 제품은 단 한개도 없는 실정이다. 세탁기의 경우 지난해 9월 3개사 26개 제품이 환경마크를 판 회사는 현재 1개사 3개제품으로 감소했다.

또 현대환경연구원의 설문조사에서도 소비자의 71.7%가 환경마크제도의 취지에 대해 모르고 있다고 답변, 이 제도가 소비자의 구매 결정에 거의 영향을 미치지 못하는 것으로 드러나기도 했다.

'웨이텍'... 지폐위조 불가 '홀로그램' 개발

요즘 위조범들은 최첨단 스

캐너와 복사기를 사용, 더욱 정교한 '작품'을 만들어내고 있다. 전문가들도 혀를 내두를 정도. 스위스, 캐나다, 핀란드 등 지에서는 위조지폐 사건을 찾아보기 힘들다.

비결이 뭘까. 지폐에 '홀로그램(hologram)'이 들어있기 때문. 홀로그램 지폐는 어떤 최첨단 장비로도 복제할 수 없다.

에이텍(대표 여완구)은 차세대 홀로그램 광학분야를 개척하고 있는 벤처기업이다. 기존 사진술이 2차원으로 피사체를 표현하는 반면 홀로그램은 3차원 성질을 반영한다. 이같은 특성 때문에 어떤 첨단 장비로도 복제할 수 없다. 복사하면 홀로그램 부분은 색과 모양이 전혀 다르게 나온다.

<레이저>

레이저산업 육성 민간 주도

선진국에 비해 크게 낙후돼 있는 레이저기술이 민간 주도로 본격 개발된다.

한국광학기기협회 등 연구기관 및 단체들은 레이저 응용기술의 자립도를 확보하고 레이저 관련 자본재 산업을 육성하기 위한 '레이저산업 도약을 위한 중장기 계획'을 마련, 오는 2010년까지 총 300억원을 투입해 관련기술을 세계적인

수준으로 육성하기로 했다고 밝혔다.

내년부터 오는 2003년까지 제1단계 기간 동안에는 고체상태 레이저 발전기, 고속 가공시스템, 레이저 직접 금속조형기 등 시급한 부문의 기술을 확보하고 이어 제2단계 기간(2004~09년)에는 고속 가공시스템, 마이크로홀 천공 시스템 등 첨단 레이저 제품의 기반기술을 개발하게 된다.

이와 함께 내년부터 레이저 가공기술 인프라 구축에 나서는 한편 레이저 안전규격 제정 및 표준화·인증작업을 수행하게 된다.

이외에도 전문인력 양성과 기업체 인력 교육을 위한 정기적인 프로그램도 마련된다. 이같은 과제들은 특히 오는 2001년 건립될 레이저센터에서 체계적으로 뒷받침된다.

또 레이저 관련기술이 연구기관이나 업체 단독으로 가지적인 효과를 거둘 수 없다는 점을 감안, 정보 및 기술을 교류할 수 있는 산·학·연 연계를 중점 추진키로 했다.

이에 따라 업계 대표와 연구기관, 학회를 잇는 요소기술·상품화기술·사업화가 추진되고 세미나 등 국내외 정보교류를 통해 사업의 지속성을 유지하게 된다.

발전계획을 총괄하고 있는

하나기술의 김도열 사장은 "기술 개발이 조기에 이뤄지지 않으면 국제경쟁력 약화로 국내 레이저업체가 존폐 위기에 봉착하게 되는 것은 물론 이로 인한 국내 고부가가치 부품 및 완제품 산업의 외산 종속이 불가피하다"면서 "이 계획이 성공적으로 마무리되는 오는 2010년에는 국내 레이저산업이 독일·일본·미국에 이은 세계 제 4위권으로 진입할 수 있을 것"이라고 전망했다.

산요전기, 세계최대 출력 CDR용 적외선 반도체레이저 발표

일본 산요전기는 세계 최대 출력의 추기형 콤팩트디스크(CDR)용 적외선 반도체레이저를 개발했다고 발표했다.

일반적으로 레이저칩은 성질이 다른 반도체 층을 중첩하는 구조를 갖는데, 산요의 새 적외선 반도체레이저는 각 층의 경계면에 있는 반도체의 순도를 높여 빛의 흡수를 억제함과 동시에 레이저 광의 통로 바깥쪽에 층의 경계면을 설정하는 새로운 칩구조를 채택해 빛의 출력이 180mW로 종래 최고(150mW)보다 20% 높다.

산요는 이 신개발품을 내년 1월 CDR용 반도체레이저로 샘플 출하할 계획이다.