

에이 업계 소식

또 업계 및 시장조사 업체의 전망에서는 지난해 하반기 이후의 성장을 둔화 영향이 앞으로 계속될 가능성이 높은 것으로 지적되고 있다고 전했다.

관련 업체들도 일본 PC시장 성장률이 15% 정도로 크게 둔화될 것으로 전망하고 있다고 밝혔다.

이같은 수요 둔화 전망은 관련업체들에 대체 및 개인용 수요 개척을 위해 AV·절전화 등 제품의 기능 강화를 서두르게 하는 한편 제품의 저가화도 가속화시킬 것으로 내다봤다.

한편 가트너는 『일본 시장은 가구 보급률이 40%로 50%인 미국에 비해 성장 가능성이 높아 2002년까지 1750만대로 확대될 것』으로 예측하면서도 2003년 이후에는 『인터넷 단말기의 주력 자리가 휴대 단말기로 옮겨감에 따라 개인용을 중심으로 출하대수가 빠르게 감소할 가능성이 높다』고 지적했다.

中 모바일서비스 인기

중국의 모바일서비스 시장 규모가 급증, 지난 한 해 전체 통신서비스 시장 매출의 42%를 차지하는 한편 처음으로 고정통신서비스 규모를 앞지른 것으로 나타났다.

인민일보는 중국정보산업부(MII:Ministry of Information Industry)의 자료를 인용, 단문메세지서비스(SMS)와 WAP(Wireless Application Protocol) 서비스 같은 부가형 서비스가 주요 도시에서 점차 확산되고 있다며 이같이 보도했다.

중국 최대의 명절인 지난 춘절에 120종류의 인사말이 휴대폰으로 오고 갔을 정도로 SMS가 인기를 끌고 있다고 밝혔다.

인민일보는 이동통신사업자간 경쟁이 휴대폰 사용을 촉발하고 있다고 언급하며 중국 최대 통신사업자인 차이나모바일의 선불서비스가 모바일 시장의 20%를 차지하고 있다고 전했다.

또 중국 2위 통신사업자인 차이나유니콤의 선불서비스인 루이통(Ruyitong)도 인기를 끌어 이 회사가 시장점유율을 지난해 22%(99년 15%)로 끌어올리는데 공헌했다고 덧붙였다. 한편 중국 당국에 따르면 지난해 휴대폰 가입자는 8500만명에 달한다.

멀티 네트워크 솔루션 공급

스웨덴 에릭슨은 미국 장거리 전화 사업자인 월드컴에 자사의 멀티서비스 네트워크 솔루션인 엔진을 공급하기로 계약했다고 발표했다.

개방형 플랫폼인 에릭슨의 엔진은 단일 시스템 내에서 현대역(음성)과 광대역(데이터)을 모두 수용할 수 있는 통합 솔루션으로 세계 통합 네트워크 시장을 35%(미국을 제외하면 75%) 점유하고 있다.

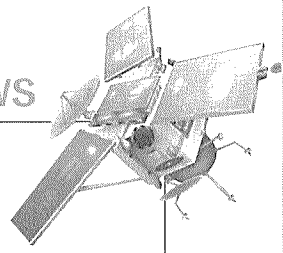
멀티미디어 서비스를 단일 네트워크에서 제공하면서도 어떤 네트워크와도 호환이 가능, 운용유지비 절감 효과가 큰 것이 특징이다.

에릭슨의 멀티서비스 네트워크 사업본부 사장은 『80억달러를 넘는 이번 월드컴과의 공급계약 성사로 앞으로 미국 및 중남미 시장을 계속 공략, 확대해 나갈 수 있는 발판을 마련하게 됐다』고 의미를 강조했다.

월드컴의 최고기술책임자(CTO)는 『음성·데이터 등을 단일 네트워크에서 통합하는 엔진 솔루션 도입으로 고객사에 e비즈니스 관련 첨단 서비스를 더 빠르게 제공할 수 있게 됐다』고 말했다.

日 통신시장 본격 진출

미국 장거리전화업계 3위인 스프린트는 최근 일본 통신시장에 본격 진출하겠다고 발표했다. 스프린트는 이르면 올 봄까지 자사 회선을 보유하는 「제1종



전기통신사업자」 면허를 일본 총무성에 신청하고 일본 법인도 설립해 본격적인 사업에 착수할 것으로 알려졌다.

이미 일본 시장에 진출해 있는 국제 통신사업부문과 함께 기업용 전용선 서비스 등을 일본내에서 전개한다는 것이 이 회사의 방침이다.

스프린트는 지난해 11월 회선 설비를 다른 회사에서 빌려 국제통신사업을 하는 「특별 제2종 전기통신사업자」 등록을 마친 상태인데 이번 자사 회선을 보유함으로써 미국 다음으로 큰 규모인 일본 통신시장에서의 사업을 본격화할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

사업면허 취득과 관련, 이 회사 관계자는 『이미 일 총무성측과 면허신청 등에 관해 상당한 의견조율이 있었다』고 말했다.

HD 내장 디지털TV ‘첫선’

일본 마쓰시타전기산업은 업계 최초로 하드디스크(HD)를 내장한 디지털TV를 3월 출시한다고 발표했다.

이 회사는 HD 내장 디지털TV가 디지털 캠코더 및 PC 등 디지털 정보기기를 연결하는 핵심 역할을 해낼 것으로 판단, 업계 최초로 제품화에 착수했으며

이를 통해 디지털 가전시장에서 주도권을 확보해 나갈 방침이라고 밝혔다.

방송위성(BS) 디지털방송 수신기도 장착한 마쓰시타의 HD 내장 디지털TV는 아날로그 방송의 경우 최대 25시간 녹화할 수 있고 녹화 도중 프로그램 재생도 가능하다. 또 녹화 프로그램을 고속으로 꺼낼 수 있는 기능도 갖추고 있다. 가격은 70만 엔 정도이고, 월 500대 생산할 계획이다.

한편 일본에서는 지난해 12월 BS 디지털방송이 시작됐는데, 그수신기인 BS 디지털TV는 기간부품인 반도체의 부족으로 생산에 차질을 빚고 있다.

IBM 美 IT기업중 매출 1위

IBM이 지난해 883억달러의 매출을 올려 정보기술(IT) 관련 업체 중에서는 1위에 올랐으나 미국 900대 기업 가운데 순위는 99년보다 2단계 떨어진 8위를 기록한 것으로 나타났다.

비즈니스위크 최근호에 따르면 AT&T는 지난해 659억달러의 매출로 99년과 같은 9위를 기록했으며 HP는 99년 13위에서 6단계나 떨어진 19위를 기록하는 등 지난해 IT관련 업체들의 순위가 전반적으로 떨어진

것으로 분석됐다.

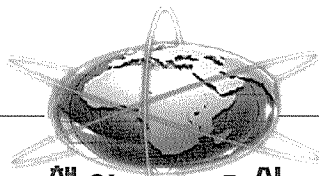
또 수익성 측면에서는 인텔이 지난해 105억달러의 순이익을 기록해 99년 8위에서 5위로 3단계 뛰어오른 반면 IBM은 지난해 80억달러의 순이익을 냈음에도 불구하고 900대 기업순위는 99년 6위에서 8위로 밀려난 것으로 조사됐다.

日 EC시장 규모 “4년후 124조엔 육박”

일본의 전자상거래시장 규모가 오는 2005년에는 100조엔을 넘어 설 것으로 전망됐다.

일본 「경제산업성」과 「전자상거래추진위원회(ECOM)」, 미국의 컨설팅업체 「액센추어(구 앤더슨컨설팅)」가 공동으로 조사한 「2005년 일본 전자상거래시장 전망」보고서에 따르면 2005년의 일본 전자상거래시장은 기업간(B2B) 전자상거래와 기업대 소비자간(B2C) 전자상거래를 합해 124조엔으로 지난해보다 55배 증가할 것으로 예측됐다.

이 가운데 B2B시장은 2000년 대비 5배 증가한 111조엔, B2C시장은 무려 16배 늘어난 13조 3000억엔의 규모를 각각 형성할 것으로 조사됐다. 3개 기관은 이 같은 시장 급팽창 배경으로 고속대용량 브로드밴드(광대역)통신 및 인터넷 대응 휴대폰 단말



해외 업계 소식

기의 보급 등을 꼽았다.

지난해 21조6000억엔이었던 B2B시장에는 e마켓플레이스의 바람이 거세게 불 것으로 전망됐다.

보고서는 향후 5년 동안 자재 및 부품의 조달 등을 목적으로 복수의 기업들이 모여 인터넷상에서 거래하는 「e마켓플레이스」의 성장이 가속화될 것으로 내다봤다. 또 e마켓플레이스를 경유해 거래되는 금액은 지난해의 2000억엔에서 5년 후에는 B2B시장의 40%에 해당하는 44조엔에 달할 것으로 전망했다.

e마켓플레이스의 성장을 견인하는 것은 전자·정보기기 및 자동차, 건설 분야가 될 것이라고 보고서는 예상했다.

B2C시장의 경우 지난해 8240억엔에서 오는 2005년에는 인터넷 대응의 휴대폰 단말기를 사용한 거래가 2조4500억엔, 광파이버 등 고속대용량 브로드밴드 통신을 이용한 거래가 3조5000억엔으로 불어날 것이라고 조사됐다. 또 스트리밍미디어와 디지털 TV의 보급 등으로 고품자 및 주부층의 인터넷 이용도 확대될 것이라고 전망했다.

美·유럽
콘텐츠 유료화 '열풍'

미국과 유럽에서 보건·의료

및 금융 등의 정보를 개인은 물론 기업과 단체에도 돈을 받고 판매하는 방식으로 콘텐츠를 유료화하는 데 성공한 인터넷사이트들이 최근 잇따라 등장하고 있다.

이러한 현상은 특히 대표적인 온라인음악사이트인 냅스터에 대해 미 연방 항소법원이 저작권 침해판결을 내린 것을 계기로 인터넷콘텐츠를 유료로 전환하기 위한 업체들의 움직임이 활발해지고 있는 것과 맞물려 있다는 점에서 더욱 큰 관심을 끌고 있다.

영국에서 발행되는 파이낸셜 타임스에 따르면 유럽 11개국에 각종 보건·의료 정보를 제공하고 있는 네트닥터를 비롯해 각종 콘텐츠를 배급하는 일종의 콘텐츠 도매상 역할을 하는 아이신디케이트, 또 금융분야에서 특화된 투자정보를 제공하는 아메리카인베스트 등이 최근 콘텐츠를 유료로 전환해 기대 이상의 성공을 거두고 있다.

먼저 네트닥터는 350여명의 의사들이 각자 전문적인 분야의 보건 및 의료 정보를 주로 보험공사·병원 등에 제공해 알짜배기 수수료 수입을 올리는 동시에 개인 네티즌들에게 개별적인 건강상담도 병행해 주고 있어 최근 유럽전역에서 폭발적인 인기를 끌고 있다.

이 회사는 지난 98년 네덜란드에서 첫 서비스를 시작한 후

지금까지 영국·프랑스·독일 등 유럽의 주요 11개국에 진출해 있으며 이 가운데 6개국 웹사이트가 이미 흑자를 기록하고 있다. 나머지 5개국 웹사이트도 모두 올해안에 흑자전환이 기대될 정도로 확고한 마케팅 기반을 다졌다.

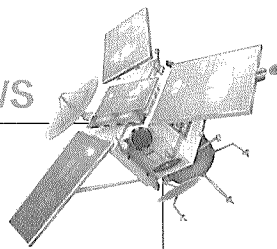
아이신디케이트는 다른 회사 콘텐츠를 수집해 수수료를 받고 판매하는 독특한 비즈니스 모델을 개발해 단시간안에 성공했다.

현재 이 웹사이트에 콘텐츠를 제공하고 있는 회사만도 1100개사에 달하고, 또 이들 콘텐츠를 구입해가는 고객회사만도 500여개에 달한다.

콘텐츠 배급이라는 새로운 비즈니스 모델을 만들어낸 아이신디케이트의 가장 큰 무기는 인터넷사이트에 돌아다니는 각종 콘텐츠를 찾아내 주제별로 분류해 주는 「딥-링크(deep-link)」라고 부르는 검색기술이다. 이 기술을 이용하면 인터넷 깊숙한 곳에 아무렇게나 흩어져 있는 콘텐츠도 돈을 내고 사야 하는 귀중한 정보로 탈바꿈한다.

이들의 성공에 고무돼 최근 인터넷콘텐츠를 유료로 전환하는 사례가 크게 늘어나고 있다.

특히 영국 소비자협회가 무료로 배포하는 「Which?」라는 잡지를 인터넷에 올려 놓은 휘치온라인은 최근 유료로 전환하면서 월 회비(7.75파운드, 약 1만원)를 받기 시작한 지 불과 6개월여만



에 5만여명의 회원을 모집해 다른 인터넷업체들을 놀라게 했다.

또 주식과 채권 등의 금융정보를 제공하는 미국의 아메리카인베스트도 최근 콘텐츠 유료화를 선언하면서 개인회원들에게 재테크상담을 약속해 신선한 바람을 불러 일으키고 있다.

착용PC 상품화 '박차'

히타치제작소가 착용(웨어블) PC사업에 박차를 가한다.

히타치제작소는 미국의 정보기기 개발업체인 자이브너와 제휴해 착용 PC의 상품화에 나선다고 보도했다.

착용 PC는 안경형 디스플레이와 초소형 PC를 합친 차세대 PC로 다양한 장소에서 화면을 보면서 수작업이 가능하기 때문에 공장 및 의료 기관 등 광범위한 용도로 쓰일 수 있는 제품으로 주목되고 있다.

현재 미국 IBM 등이 제품 개발을 추진중에 있으나 일본업체로는 히타치가 처음이다. 자이브너는 착용 PC의 기본 특허를 보유하고 있으며 현재 미국 IBM 등과 제휴해 50만~800만 원 정도의 제품을 판매하고 있다.

양사는 이미 일본의 시마즈제작소, 미국의 콜로라도 마이크로디스플레이와 공동으로 시험

제품인 「웨어러블 인터넷 어플라이언스(WIA)」를 개발한 상태인 것으로 알려지고 있다. 이개발에는 히타치와 자이브너가 시스템을, 시마즈 등이 초소형디스플레이 장치의 개발을 각각 담당했다.

WIA는 안주머니에 들어갈 정도 크기의 PC본체(약 230g)와 일안 안경형 디스플레이(약 70g), 한 손으로 잡고 조작하는 소형 마우스로 구성돼 있다. 결국 이용자는 디스플레이를 안경처럼 쓰고 착상해 화면을 볼 수 있다.

WIA는 자동차 및 항공기 공장에서 일하는 기술자들이 작업 현장에서 설명서를 보면서 제품을 조립하거나 통신회사 등에서는 복잡한 배선 공사에 사용돼 효율을 높일 수 있을 것으로 기대되고 있다. 또 의료기관 등에서 시술용으로 유용하게 쓰여질 수 있다.

히타치는 당분간 인터넷 접속은 PHS 및 무선 LAN에 의한 데이터 통신기능을 사용하지만 장치 대용량 통신이 가능한 차세대 휴대폰 단말기의 도입도 검토중이라고 밝혔다.

착용 PC시장은 향후 3년안에 전 세계적으로 1조원 규모의 시장을 형성할 것으로 전망되고 있다.

히타치는 자이브너의 기술을 도입해 제품의 기능을 간소화하는 한편 자사의 프로세서를 탑

재하는 등 가격을 낮추는 노력도 병행할 방침이다.

中, 디지털TV 상용화 나선다

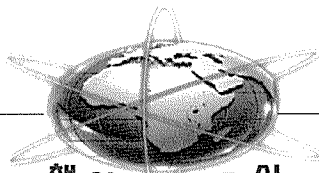
중국이 지난 1월 21일 베이징에 최초의 디지털TV 네트워크망을 설치하는 등 디지털TV 상용화에 본격 착수했다고 영문판 인민일보가 밝혔다.

이에 따르면 중국 당국은 베이징에 있는 「경제·기술개발(Economic and Technological Development)지역」에 중국에서는 처음으로 디지털TV 네트워크망을 설치, 디지털TV의 상용화에 필요한 각종 실험을 실시한다.

이번 디지털TV 네트워크망 설치에는 총 27억달러가 들어갔으며 세계 톱 500대 기업에 들어가는 25개 기업이 참여했다.

시장전문가들은 『중국에는 현재 3억 5000만대의 TV세트와 9000만평의 케이블TV 이용자가 있다』고 밝히고 『향후 10년간 점차적으로 디지털TV가 아날로그TV를 대체해 갈 것』이라고 전망했다.

DVDP 5년후 수요 4천만대



해외 업계 소식

향후 5년간 디지털다기능디스크(DVD)플레이어는 전세계적으로 수요가 크게 늘어 세계 시장 규모가 2000년의 약 2.5배로 팽창한다. 특히 디지털캠코더(DVC)는 매년 4%에 가까운 안정적인 성장세를 보여 전체 캠코더에서 차지하는 비율도 70% 정도로 늘어 주력 기종으로 자리를 확고히 할 것으로 전망했다.

일본 전자정보기술산업협회(JEITA)은 최근 발표한 「7대 AV기기에 대한 2005년까지의 세계 수요 예측 보고서」를 인용, 디지털화 및 네트워크화의 급진전을 배경으로 디지털 AV기기 시장이 전체적으로 크게 확대되고 있다고 보도했다.

JEITA의 수요 예측 보고서에 따르면 DVD플레이어는 북미는 물론 유럽과 아시아 등 전세계에서 모두 수요가 크게 늘어 2000년 1600만대였던 세계 시장 규모가 2005년에는 3980만대로 확대될 것으로 전망됐다. 이에 따라 2005년까지 전세계 누계 출하대수는 2억대에 근접할 것으로 예상됐다.

또 DVC는 향후 5년간 연평균 3.8%의 성장률을 기록해 2000년 480만대였던 세계 시장 규모가 2005년에는 1023만대에 이를 것으로 예측됐다. 또 DVC가 캠코더 전체에서 차지하는 비율도 68.8%로 높아지 것으로 분석됐다.

한편 지난해 12월 방송위성(BS) 디지털방송 개시로 본격적인 디지털 위성방송 시대를 맞은 일본의 디지털수신기기 시장은 수신기(튜너)와 튜너 내장 TV를 합쳐 2000년 40만대, 2001년 90만대, 2002년 250만대, 2003년 400만대, 2005년 600만대 등으로 늘어날 것으로 전망됐다.

또 내년 이후에는 수신기 가격이 떨어져 튜너 내장 TV 수요의 증가율이 두드러질 것으로 예측됐다.

산요 디지털카메라 해외 증산

일본 산요전기가 디지털카메라의 해외 생산을 크게 늘린다.

이 회사는 한국과 인도네시아 자회사의 생산설비를 대폭 확충해 올해 이들 2개 거점 합계 생산력을 연간 400만대 규모로 2.5배 증강키로 했다.

이와 함께 국내 생산을 고급 기종 중심으로 전환, 2001년도 국내의 합계 생산력을 작년의 1.5배인 600만대로 늘리면서 해외 생산비율도 현재의 40%에서 67%로 높일 계획이다.

산요의 이 같은 생산 조정은 국내 생산을 고급 기종 중심으로, 저가의 보급 제품은 해외 거점으로 생산을 집약해 코스트 경쟁력을 높이기 위한 것이다.

인도네시아 자회사인 산요자야전자부품에서는 다음달 말까지 가동중단 상태에 있는 VCR용 생산라인을 디지털카메라용으로 전환, 연간 200만대의 생산체제를 구축할 예정이다. 산요자야는 지난해 10월부터 디지털카메라 생산을 개시, 12월 말까지 20만대 정도를 생산했다.

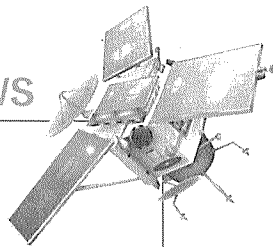
산요는 또 현재 연간 140만대 정도를 생산하고 있는 한국 TT(마산시)에서도 생산설비를 확충해 올해 연산체제를 200만대로 확대할 계획이다.

한편 산요는 국내 오사카 공장 과 기후 공장 생산을 동영상 촬영 기능을 갖춘 고부가 기종 중심으로 집약할 방침이다. 이에 따라 2개 공장 합계 2001년 생산은 200만대로 작년(240만대)보다 17% 정도 줄일 계획이다.

이 회사는 디지털카메라 생산의 90%를 다른 카메라 제조업체에 주문자상표부착생산(OEM) 방식으로 공급하고 있는데 앞으로도 OEM 중심으로 사업을 전개해 나갈 방침이다.

네트워크 프로세서사업 박차

IBM이 차세대 네트워크 프로세서 사업에 박차를 가하고 있다.



IBM은 개발명 「샌포드」로 불리는 차세대 파워NP 네트워크 프로세서(4GS3)의 애플리케이션 특정 버전을 내년 출하한다. 따라서 이 회사의 네트워크 프로세서 사업 확대가 관련시장에 적지 않은 영향을 미칠 것이라고 보도했다.

네트워크 프로세서는 최근 반도체업계에서 가장 관심을 보이고 있는 분야 중 하나로 주로 네트워크상의 데이터를 식별하는 데 사용된다.

IBM은 4GS3 칩과 개발 툴을 네트워크 인프라기업체들에 제공함으로써 새로운 기기의 개발에 대한 원가 절감과 기간 단축이 가능할 것으로 기대했다.

현재 IBM의 4GS3에 대한 채택 계획을 발표한 업체로는 알카텔, 노텔네트웍스 등이 있다. 알카텔은 오는 5월에 양산화하는 대형 통신사업자용 하이엔드 루터 「7770 루팅 코어 플랫폼」에 4GS3를 사용할 것이라고 밝혔다.

또 IBM이 10Gb로 작동되는 파워NP 프로세서를 올해안에 시험 출시할 계획이라며 이제품은 다수의 PC가 하나의 인터넷 접속을 공유할 수 있도록 지원하는 칩이라고 소개했다.

IBM 마이크로일렉트로닉스 파워NP 마케팅 매니저인 팀 와드는 『이 신형 프로세서를 채택한 제품은 내년 중반 무렵 시장에 본격 선보이게 될 것』으로 내다봤다.

SW 전략 대폭 수정

미국 휴렛팩커드(HP)가 수익성 창출과 인터넷과의 연동을 강화하기 위해 소프트웨어 전략을 대폭 재편한다.

「C넷」에 따르면 HP는 「서비스 중심 컴퓨팅」이라는 슬로건 아래 소프트웨어 그룹을 재편, 대부분의 소프트웨어를 통합하

는 한편 이름도 새로운 것을 사용하기로 했다.

이번에 통합되는 소프트웨어들은 △오픈소스 소프트웨어인 「E스픽」 △e커머스 소프트웨어 「블루스톤」 △보안제품군 「프레시디엄」 △운영소프트웨어 「프로세스 매니저」 △라우팅 폰콜 「오픈 콜」 △서버 측정용 「스마트 인터넷」 패키지 등이다.

NAS 신제품 출시

미국 델컴퓨터와 네트워크어플라이언스가 새로운 저장장치 아키텍처로 부상하고 있는 NAS(Network Attached Storage)시장을 겨냥해 신제품을 발표했다고 전했다.

이에 따르면 델은 중소기업 수요를 겨냥해 「파워볼트(PowerVault) 735N」이라는 새로운 NAS 시스템을 선보였다.