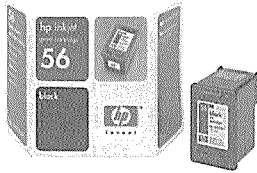


HP, 잉크 특허침해 업체에 강력한 저작권을 행사

HP가 카트리지 재생 업체 '카트리지 월드'가 자사 프린터용 잉크



카트리지에 사용된 잉크 특허를 침해했다며 사용을 중단하라고 요청했다.

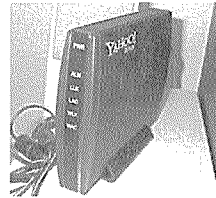
휴렛패커드(HP)가 자사의 프린터용 카트리지 잉크와 같은 화학혼합물로 재생 카트리지를 제조·판매하거나 사용한 HP 카트리지 상표를 떼고 잉크를 리필해 판매한 업체들에게 강력한 저작권을 행사하고 있다. C넷 등 외신에 따르면 HP는 프린터 잉크 카트리지 재생 업체 '카트리지 월드(Cartridge World)'의 프랜차이즈 여러 곳에서 HP 잉크 특허를 침해한 카트리지를 판매하고 있어 이를 '카트리지 월드 노스 아메리카'에 통보했다.

카트리지 월드는 호주 남부 애들레이드에 본사를 두고 있으면 미국 지사인 카트리지 월드 노스 아메리카는 캘리포니아주 에머리빌에 사무실을 두고 있다. HP는 카트리지 재생 업체 '카트리지 월드'에 보낸 편지에서 자사의 특허 잉크인 '비브라(Vivera)'에서 발견되는 것과 같은 화학 혼합물로 만든 잉크를 사용하지 말라고 요청했다.

HP는 "이번에 카트리지 월드에 보낸 편지가 비록 공식적인 법적 조치는 아니지만 잉크 카트리지 재생 산업을 단속하려는 활동의 일환"이라고 밝혔다. HP는 이미징 및 프린팅과 관련된 특허 9,000개를 보유하고 있다. 프라딤 자트와니 HP 이미징 & 프린팅 그룹 소모품 담당 수석 부사장은 "HP는 고객들에게 이익을 줄 혁신적 제품 고안에 연간 수 백만 달러를 투자한다"고 말했다.

체코, ADSL 가입자수 폭발적 증가

체코의 ADSL 가입자 수가 올해 들어서만 2배 이상 증가하는 등 고속인터넷 사용 인구가 폭발적으로 증가하고 있는 것으로 나타났다.



체코의 독점 유선통신 회사인 Cesky Telecom에 따르면, 동 사의 9월 말 현재 ADSL 가입자수는 22만 명으로 올해 초보다 117%가 증가했으며 가입자 수가 가장 많은 프라하의 경우 연초의 3만 2,000명에서 6만 명으로 늘어났다.

현재 체코의 ADSL 시장은 Cesky Telecom이 거의 80%를 점유하고 있으며, 그 밖에 대표적인 서비스 업체들로는 Cesky Radiokomunikace와 Nextra가 있으나 Nextra의 경우 최근 체코시장에서 철수를 결정해 사실상 Cesky Telecom이 체코의 ADSL 시장을 과점하고 있다.

체코에는 고속인터넷 가입자가 ADSL 이외에도 케이블 인터넷 가입자수가 10만 명이 넘고 있으며, 이동통신을 통한 고속인터넷 가입자 수도 약 10만 명 정도가 있다.

아직도 전화모뎀을 이용한 인터넷 가입자수가 60만 명에 달할 정도로 체코의 인터넷 사용자의 대다수를 차지하고 있으나, 최근 이들 가입자들이 빠른 속도로 ADSL로 전화되고 있어 체코의 고속인터넷 보급률은 빠른 속도로 증가할 것으로 예상되고 있다.

체코의 올 상반기 고속인터넷 가입자수는 50%의 증가를 기록해 체코의 고속인터넷 시장은 터키, 아르헨티나, 인도에 이어 증가율 면에서 전세계에서 4번째로 빠른 성장을 보이고 있는 것으로 나타났다.

인텔·모토로라·야후 3분기 실적 호조

인텔 모토로라 야후가 10월 18일 3분기 실적을 발표했다. 이들 3개사는 전년 동기에 비해 매출과 순익이 상승했으며 특히 모토로라는 휴대폰 사업 호조로 순익이 무려 3배나 증가했다.

세계 최대 반도체 업체 인텔은 3분기에 매출 99억 6,000만달러, 순익 20억달러(주당 32센트)를 기록했다. 전년 동기에는 매출 85억달러와 순익 19억달러(주당 30센트)였다.

3분기 순익은 마이크로유니티와의 특허 분쟁에 따른 합의금 3억달러가 영향을 미쳤다고 인텔이 밝혔다. 인텔은 4분기에는 102억달러~108억달러 매출을 기록할 것으로 예상했다.

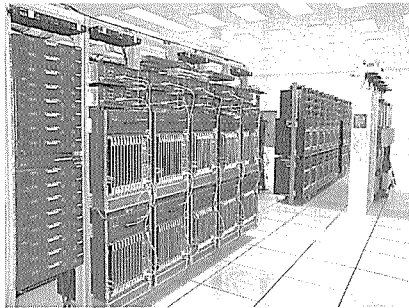
모토로라는 3분기 순익이 17억 7,000만달러(주당 69센트)를 기록, 4,790만달러(주당 2센트)였던 지난해 3분기에 비해 무려 3배 가까이 뛰어올랐다.

매출 역시 94억 2,000만달러로 지난해 3분기(75억달러)에 비해 26% 향상됐다. 모토로라의 이같은 좋은 성적에는 휴대폰 사업의 호조가 가장 큰 역할을 했다. 3분기 휴대폰 부문 매출은 56억달러로 작년 동기에 비해 41% 늘어났다. 영업이익은 5970만달러로 3,940만달러인 지난해 3분기에 비해 51% 향상됐다.

야후는 3분기에 순익 2억 5,380만달러(주당 17센트)로 전년 동기 2억 5,330만달러(주당 17센트)와 비슷한 수준을 보였다. 매출은 13억 3,000만달러로 지난해의 9억 700만 달러에 비해 47% 늘었다. 특별항목을 제외할 경우 매출은 9억 3천 200만 달러에 해당된다.

야후는 특별항목을 제외할 경우 올해 전체 매출을 36억 6,000만달러~37억 1,000만달러로 지난해에 비해 42% 향상될 것으로 기대하고 있다. 4분기 매출 예상액은 10억 3,000만달러~10억 8,000만달러다

시스코, 인도에 정보기술 캠퍼스 설립



미국 인터넷 업체 시스코 시스템즈가 인도 현지 정보기술 캠퍼스 건립을 포함해 11억 달러 규모의 인도 투자 계획을 밝혔다. 투자액수로는 시스코 창사 이후 최대 규모다.

존 챔버스 시스코 사장 겸 최고경영자(CEO)는 앞으로 3년간 인도에 11억달러를 투자할 계획이다. 뱅갈로르 IT 캠퍼스 건립과 인도 전국을 인터넷으로 연결하는 정보화 사업이 포함됐다.

시스코는 인도 정보기술의 중심인 뱅갈로르시에 5000만달러를 투자해 고객센터와 조사, 기업 서비스 업무를 담당할 캠퍼스를 지을 계획이다. 또 인도 정부와 공동으로 인도 마을 100곳을 인터넷으로 연결할 계획이다.

시스코는 연구개발(R&D) 분야에 7억 5000만달러, 금융부문에 1억5000만달러, 벤처창업지원 및 고객센터 지원 강화에 각각 1억달러를 투자할 계획이다.

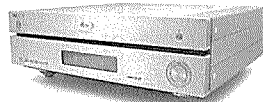
인도 정부가 전국에 인터넷 및 휴대폰 보급에 힘쓰면서 시스코의 실적이 크게 개선되고 있다.

시스코의 전체 매출은 지난 2년간 매해 50% 이상 증가했으며 체임버스 사장은 향후 3~5년간 최소 30%의 매출 성장은 유지할 수 있을 것으로 내다보고 있다.

시스코가 4년전 인도에 2억달러를 투자할 것이라고 밝힌 것에 비해 이번 투자 계획은 크게 늘어난 것이다.

중국 정부 산하 연구단체, 자체 DVD 포맷 개발

중국이 오는 2008년 전까지 자체 DVD 포



맷을 개발해 선보일 계획이라고 인민일보가 4일 보도했다.

중국 정부 산하 연구단체는 4일 베이징에서 자신들이 DVD 제조에서 외국기업들의 독점체제를 무너뜨리기 위해 자체 DVD 포맷을 개발할 계획이라고 발표했다.

루 다 국립디스크엔지니어링센터 부책임자는 새 중국 DVD 포맷은 HD-DVD의 가장 유행하는 포맷을 기반으로 하되 HD-DVD 시스템과 호환되지는 않을 것이라고 말했다.

그는 이 새로운 DVD 포맷이 고품질·고음질·저작권 보호 기능 등을 제공할 것이라고 말했다.

루 부책임자는 "우리는 이 포맷과 관련 표준을 가지고 DVD 산업에서 우리 자신의 목소리를 낼 수 있을 것"이라고 말했다.

중국은 세계 DVD 플레이어의 약 70~80%를 생산해왔으나 중국 제조업체들은 DVD 산업에서 해외 특허 보유자들에게 라이선싱 비용을 지불해야 했다.

라이선싱 비용은 DVD 플레이어 생산단가의 약 40%를 차지하고 있다.

중국 MP3 시장, 저작권 문제와 저가 경쟁으로 시골

중국의 MP3 시장은 점점 커져가는데 반해 내부적으로 어려움을 겪고 있다. 그 어려움 중 하나는 MP3 시장환경의 변화이고, 다른 하나는 시장 내부에서의 경쟁의 치열함에 있다.

MP3 시장환경 중 가장 큰 변화는 저작권

문제에 있다. MP3 플레이어 확산에는 인터넷에서 음악을 무료로 마음껏 다운로드 받을 수 있는 것이 크게 기여했다. 하지만, 최근 저작권문제가 계속적으로 불거져 나오고 있으며, 최근 모 인터넷 포털 업체가 MP3 검색을 지원하지 않기로 발표하는 등 일련의 조치들을 취하고 있다. 이는 비단 몇몇의 인터넷 업체들이 인식하는 문제가 아니라, 대다수의 인터넷 포털 업체들이 저작권 분쟁에 대한 대응방안을 마련하느라 분주하다. 예전처럼 마음대로 원하는 MP3파일을 인터넷에서 다운로드 받을 수 없다는 것에서 MP3업체들은 고심하고 있다.

MP3 플레이어의 가격은 가히 천차만별이다. 수십 만원대의 고가 브랜드형의 MP3플레이어가 있는 반면, 몇 만원이면 살 수 있는 MP3플레이어도 있다. 이들 저가의 MP3플레이어는 가격을 무기로 MP3플레이어 시장을 무차별 공략하고 있으며, 이로 인해 가격파괴 바람이 불고 있다. 저가의 MP3플레이어들은 기능이 조잡하고 단조로우며, 가격을 낮추기 위해 저가의 부속품을 쓰므로 내구성면에서 한계를 보이고, 품질도 그리 좋지 못한 것으로 알려져 있다.

현재 중국에서 MP3 플레이어 브랜드는 300여 가지에 이른다고 한다. 일부 업체는 개발비용을 절약하기 위해 타 업체의 제품을 베끼기식으로 제품을 출시하고 있다. 결국 이러한 관행이 중국 업체들에게 부메랑으로 다가오고 있어서 앞으로 제대로 이익을 내지 못하는 업체는 퇴출될 가능성이 많다.

