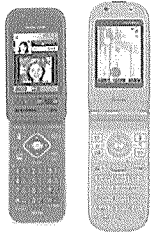


일 NTT도코모, 4세대 휴대전화 기술 선도



일본 최대 이동통신회사인 NTT 도코모는 CD에 견줄만한 음악과 하이비전 영상 시청이 가능한 4세대 휴대전화 기술 실용화를 위한 발판을 마련했다. 통신속

도가 이 회사의 3세대 휴대전화인 'FOMA'의 약 2,500배인 4세대 휴대전화는 광화이버와 비슷한 수준의 초고속통신을 가능케한다. 이 회사는 기술 개발에 이어 향후 장치 소형화 등에 착수함으로써 2010년까지 실용화에 들어간다는 전략을 세우고 있다.

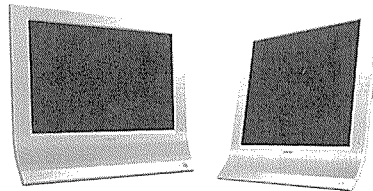
NTT도코모는 4세대 휴대전화에 들어가는 장치를 시험제작, 시속 20km로 달리는 차량 안에서 하이비전 영상 32개를 동시에 수신하는데 성공했다. 이는 초당 1기가비트의 데이터 전송을 실현해 다수의 휴대전화 이용자가 동시에 접속하더라도 성능 유지가 가능케하는 것으로 통신에 방해가 되는 환경에서도 하이비전 영상을 시청할 수 있음을 의미한다.

아울러 4세대 휴대전화가 보급되게 되면 야외에서도 PC용 대용량 홈페이지에 수시로 접속할 수 있게 되고, 영화 한편을 1분 안에 수신할 수 있게 된다. 휴대전화 내장 카메라로 촬영한 고화질 동영상도 손쉽게 친구나 가족들에게 전송할 수 있다.

정지했거나 저속이동시 초당 1기가비트의 최대통신속도가 실현 가능한 4세대 휴대전화는 고속이동시 100메가비트의 최대통신속도를 확보하는 것이 관건으로 NTT 도코모는 이미 실험단계에서 이와 같은 목표를 달성해 이 부문에서 구미기업들을 리드해나가고 있다.

NTT 도코모는 오는 2007년 4세대 휴대전화 표준기술의 결정을 앞두고 경쟁회사에 앞서 실용화에 성공한 자사 기술의 세계표준화를 모색하고 있다.

소니, 삼성과 TV액정 패널 공동개발키로



소니는 이르면 연내에도 삼성전자와 박형 TV 액정 패널의 공동개발에 착수할 계획이다. 삼성의 양산 기술과 소니의 영상 기술이 어우러져 가격경쟁력과 고화질을 겸비한 패널을 생산한다는 전략이다. 아울러 일본 국내에서의 연말 치열한 판촉전을 앞두고 박형TV 등의 브랜드를 쇄신, 패널의 자체조달을 시작으로 적자에 빠진 TV 사업 재건을 서두를 방침이다.

소니는 금년 4월, 액정TV의 핵심부품인 패널의 내제화를 목표로 약 천억엔을 출자해 삼성과의 합작회사인 S-LCD를 설립, 패널 양산체제에 돌입했다.

소니의 이하라(井原) 부사장은 24일, "삼성과 패널 기술개발 영역에 대해서도 협력할 계획이다"라고 밝히고 S-LCD를 통한 양산 본격화를 계기로 공동개발을 추진할 것이라고 설명했다. 삼성전자 간부도 같은날, 이 같은 사실을 인정하고 "의견이 좁혀지면 연내에도 공동개발에 착수할 것이다"라고 밝혔다.

S-LCD가 생산하고 있는 패널은 삼성이 개발한 제품이 기본이 되는 것으로 소니는 액정을 구동하는 반도체(드라이버) 및 백라이트, 튜너 등을 조립해 제품화하고 있다. 소니는 향후 패널 개발단계에서부터 참여함으로써 우수한 품질의 패널을 가격경쟁력이 있는 상태에서 조달가능할 것이라 판단하고 있다. 삼성측도 공동개발이 패널 원가절감 및 개발기간 단축에 도움이 된다는 입장이다.

유럽 GPS 시장 뜨기 시작

판매가가 워낙 비싸 극히 일부 층에서만 수

요가 있었던 내비게이션 시스템이 이제는 일반 슈퍼마켓에서도 찾아 볼 수 있을 정도로 대중화되고 있고 또한 과거에 비해 소비자들의 전자제품에 대한 지식도 깊어지고 있는 경향으로 2005년 유럽 시장의 휴대형 자동차 내비게이션 판매는 600만개 까지 증가할 것이라고 시장조사업체 SBD는 전망하고 있다.

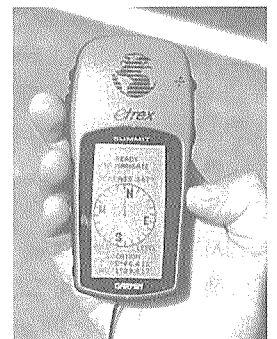
벨기에에서도 2005년 1분기 동안 휴대형 자동차 내비게이션 판매 대수가 1만 2,400개로 작년 연간 판매(약 1만 3,000대)와 거의 버금가는 수준이며 작년 총 판매의 65%를 차지했던 지난 분기(2004년 10~12월)에 비해서는 물량으로 45%, 금액으로는 35%의 비율로 크게 증가했다.

전문업계에 따르면 앞으로도 휴대형 카 GPS 수요는 계속 증가할 것이나 동시에 브랜드간 가격 경쟁이 심화돼 판매 마진은 줄어들 것으로 전망되고 있다.

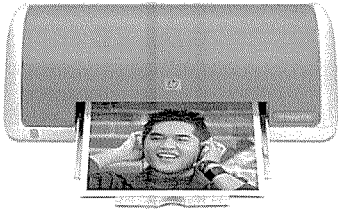
중전에는 거의 전적으로 카 오디오 전문점(Car Audio Specialist)에서 취급됐던 것이 근래 일반 가전 전문점에서 판매되기 시작하면서 특히 이들 가전 유통점간 가격 경쟁이 치열해지고 있다.

벨기에의 경우 금년 1분기 중 유통 채널 별 매출 비중을 보면 오디오 전문점과 일반 가전 전문점이 각각 똑같이 총 매출액의 35%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 휴대형 카 GPS가 처음으로 벨기에 시장에 선을 보였을 2004년 5월 초 당시에는 시판 브랜드 종류가 소수에 지나지 않았었는데 지금은 수 많은 브랜드가 시장을 다투고 있다.

이 제품 분야에서는 가격도 가격이지만 특히 제품의 기능이 판매의 성패를 가름하는 중요한 역할을 하고 있다고 전문가들은 말하고 있다.



캄보디아 산업용 잉크젯프린터시장 진출 호기



캄보디아에는 산업용 잉크젯 프린터 생산이 전무해 수요 전망을 대만, 중국, 싱가포르로부터 수입에 의존하고 있으며, 국내 수요량 중 일부는 포장 회사, 식품 가공 회사, 음료수 공장, 의류 공장 등 현지 제조업자들에게 의해서 직접 수입되고 있다.

현재 산업용 잉크젯 프린터는 상업적 목적보다는 생산라인의 일부분으로 수입하고 있으며, 주요 구매자는 의류 제조업자와 음료수 생산업자이다. 상당수 봉제공장들이 자체적인 사용목적으로 다양한 특성의 잉크젯 프린터 시스템을 수입해 사용하고 있는 것으로 파악되고 있다.

현재까지는 저가 저품질의 잉크젯 프린터가 중소기업의 음료수, 생수 제조업자와 여타 제조업체에서 사용되고 있는 것으로 나타나고 있으며, 이들 제품 대부분은 주로 중국과 대만으로부터 수입되고 있는 것으로 나타나고 있다.

접촉한 바이어에 의하면 중국과 대만산의 경우 품질에 불만이 있지만 가격 때문에 이들 국가제품이 주로 사용되고 있다고 밝히고 있으며, 캄보디아의 제조업체들도 점차 품질에 대한 인식이 높아지기 시작하면서 점진적으로 더 나은 품질의 제품을 선호하는 방향으로 전환되고 있다고 밝히고 있다.

특히, 봉제공장 위주로 이루어지고 있었던 외국인 투자진출이 점차 여타 제조업 분야로 다양화되면서 빠른 속도로 산업화가 이루어지고 있어 앞으로 캄보디아의 산업용 잉크젯 프린터 시장 수요는 계속해서 증가할 전망이며, 향후 5년 이내에 수요가 본격적

으로 이루어질 것으로 전망되고 있다.

日 전자부품업계, 베트남 진출 확대

중국에 생산거점을 두는 일본의 전자부품업계가 거점의 중국 집중현상에서 탈피, 베트남에 대해 투자를 확대하는 움직임을 보이고 있다. 니혼덴산(日本電産) 그룹은 베트남 최대인 1,000억엔을 초과하는 투자를 계획중이며, 닛토우덴코(日東電工) 또한 베트남에서 프린트 배선판 생산에 착수할 예정이다. 중국에서는 위안화 추가 절상 전망과 함께 임금 상승 및 전력 부족 등 사업리스크가 증가하고 있는 상황으로 부품업계는 양질의 노동력이 확보가능한 베트남으로 눈을 돌려 생산거점 분산을 추진하고 있다.

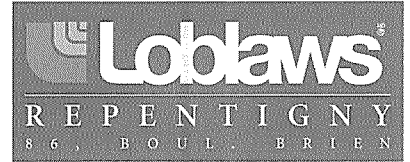
니혼덴산은 연내에 호치민 시내에 2개의 공장을 착공, 빠르면 2006년 6월부터 가동해 들어간다. 모기업은 PC용 모터, 그룹 산하 산쿄우세이키(三協精機) 제작소는 DVD 레코더용 광학부품 등을 생산해 수출할 계획이다.

니혼덴산은 세계최대의 정밀소형모터 제조업체로 중국 절강성(浙江省)에 그룹 12개사의 생산거점을 두고 있는데 2010년까지 총액 10억달러(1,100억엔)를 베트남에 분산 투자한다. 베트남에 대한 민간투자로서는 구미기업들을 포함해 최대규모로 2005년도 연결설비투자계획(400억엔)의 약 3배에 가까운 거액을 투자, 중국에 이어 베트남을 생산기지화한다는 전략이다.

NEC 토키은 동나이성에 있는 공장을 순차적으로 증강해 중국에서의 트랜스코일 생산 일부를 이관시킬 계획이다. 중국과 베트남에서 분업체제를 구축하는 것이다. 코일 제조업체인 토코우(東光)는 중국 4개 공장의 일부를 축소해 베트남에 신공장 건설 및 기존공장 증설을 검토하고 있다.

전자부품 각사가 베트남에서의 공급을 지속적으로 확대해 나갈 경우, 일본 전기메이커들의 유력한 생산거점으로서 對베트남 투자가 확산될 전망이다.

캐나다 휴대폰시장 경쟁심화 전망



캐나다 전역에 매장을 운영하고 있는 대형 식품유통체인인 Loblaws Co. 가 유통업계 최초로 휴대폰 서비스 시장에 진출, 향후 캐나다 휴대폰 시장의 경쟁구도에 일대 변화를 가져올 것으로 전망되고 있다.

Loblaws 가 지난 8월 중순 자체 브랜드 휴대폰 판매 및 서비스사업을 시작하였음을 선언함에 따라 시작된 유통업체들의 통신시장 진출을 시작으로 앞으로 더욱 많은 업체들이 Loblaws 의 뒤를 따를 것으로 예상되고 있으며 캐나다 휴대폰 서비스 시장을 장악하고 있는 주요 이동통신업체들과의 경쟁도 심화될 것이 보다 확실시 되고 있다.

Loblaws 의 뒤를 이어 휴대폰 서비스 시장에 진출할 가능성이 높은 것으로 전망되는 전국적인 체인망을 가진 대형 유통업체로는 Canadian Tire(홈하드웨어, 가전제품, 자동차부품 등 판매), Shoppers Drug Mart (약, 화장품, 생활용품, 식품 등을 판매하는 잡화점) 등이 거론되고 있다.

Loblaws가 업계 최초로 휴대폰 사업에 뛰어들게 된 가장 큰 원인으로서는 급격하게 성장하고 있는 이동통신 산업에 진출해 사업분야 확대와 수익증가를 도모할 뿐만 아니라 오랜 시간동안 쌓아온 마케팅 노하우와 브랜드 인지도를 토대로 두터운 고객기반을 확보할 수 있을 것이라는 자신감을 꼽을 수 있을 것이다.

Loblaws는 이미 높은 인지도를 보유하고 있는 자체 개발한 식품 및 금융서비스 브랜드인 President's Choice 에 휴대폰 서비스를 추가하였는데 우선적으로 서부 알버타주에서 서비스가 제공되고 있다. Loblaws 는 조만간 온타리오주, 브리티시컬럼비아주, 퀘벡주에서도 동 서비스가 제공될 수 있도록 추진 중에 있다.