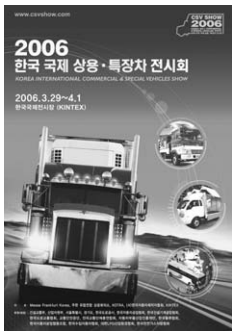


# 2006 한국 국제 상용·특장차 전시회 3월 29일 개최



국내 최대의 상용·특장차 전문전시회인 '2006 한국 국제 상용·특장차 전시회 (CSV Show 2006 : www.csvshow.com)'가 오는 3월 29일부터 4월 1일까지 4일간의 일정으로 한국국제전시장(KINTEX)에서 개최된다.

KOTRA, 주한유럽상공회의소, (사)한국자동차제작자협회, 메세프랑크푸르트 코리아, 한국국제전시장(KINTEX)가 공동으로 주최하는 이번 전시회에는 트럭/트레일러, 탑차, 왕바디, 구난차, 복지차량, 트레일러 및 부품/용품 업체 등 상용·특장차 관련 기업들이 대거 참여할 예정이며, 레저 캠핑카 특별관이 전시 되어 관람객들의 이목을 집중시킬 전망이다.

특히 이번 전시회에서는 지금까지 국내전시회 참가를 미루어왔던 SCANIA, VOLVO, BENZ, IVECO, MANN 등 해외 유명 상용차 업체들이 모두 참가하여, 치열한 마케팅 경쟁을 펼칠 것으로 보인다.

또한 한국물류협회를 비롯하여 지방자치단체, 한국도로교통협회, 교통안전공단, 전국교통단체총연합회, 자동차부품산업진흥재단 등 관계기관의 후원으로, 관련업계 홍보는 물론 단체 참관이 예정되어 있다.

전시회 사무국은 "명실 공히 상용·특장차 전시회 관련 산업 종사자들이 한자리에 모이는 축제의 장이 될 것이다"고 말하고 "실질적인 비즈니스 상담과 구매, 기술교류 및 네트워크 구축을 위하여 최상의 서비스를 제공하도록 노력할 것"이라고 밝혔다.

전시회 사무국에서는 지난 10월 개최된 프랑크푸르

트모터쇼(IAA)를 비롯하여 동경트럭쇼, 암스테르담 상용차박람회, 파리자동차부품박람회, 라스베가스 자동차부품쇼 등에 참가하여 홍보 및 마케팅 활동을 펼쳐왔으며, 전시회 기간 중에는 KOTRA 초청 바이어와 국내 기업들의 1:1 상담·계약을 위한 수출상담회도 개최 될 예정이다. 이를 통해, 취약한 국내의 유통망을 개선하는 동시에 해외 판로개척을 통한 수출증대 효과가 기대된다. **물류**

※문의 : 031)810-8144/8035

## 2006 한국국제상용·특장차전시회 개최개요

### ▶ 개최 개요

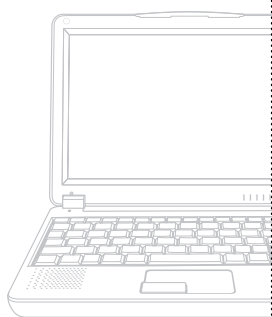
- ① 명칭 : 국문-2006 한국국제상용·특장차전시회  
영문-CVS Show 2006
  - ② 기간 : 2006. 3. 29(수) ~ 4. 1(토) (4일간)
  - ③ 장소 : KINTEX (한국국제전시장)
  - ④ 주최 : KOTRA, 주한 유럽연합 상공회의소, (사)한국자동차제작자협회, Messe Frankfurt Korea, KINTEX
- ※국내 최대규모 자동차 Aftermarket 전문 전시회인 "한국 자동차 서비스 전시회"와 동시개최

### ▶ 전시품목

- 상용차 - 트럭, 버스, 택시, 콜벤 등
- 특장차 - 수송용, 견인/피견인, 밴(탑차)용, 건설용, 환경용, 크레인/작업용 등
- 특수차량 - 방송·홍보차량, 의료·복지차량, 소방관련 차량, 레저차량 등
- 건설 차량 - 덤프트럭, 펌프트럭, 믹서트럭 등
- 레저 및 캠핑차량 특별관 - 캠핑카, 캐러반, 레저 트레일러 등
- 부품/용품 - 타이어, 휠, 유압실린더 및 유압기기, 냉동기, 경광등, 진공펌프, 탑판넬 등
- ◇ 기타 - 금융/보험, 언론, 컨설팅, 물류운송업, 화물공사, 차량자동화시스템 등

### ▶ 부대행사(예정)

- ◇ 환경친화형 상용차 엔진 기술세미나
- ◇ RV/캠핑카 및 복지차량 특별관
- ◇ 해외바이어 초청 수출상담회



# 한솔CSN, 올 3천억 매출목표에 순조로운 출발

한솔CSN이 지난해보다 약 140% 증가한 올 3천억원의 매출을 목표로 세우고 시장공략에 나선다. 특히, 삼성전자의 생활가전총괄 회사인 삼성광주전자(대표 이상웅)와 통합물류 운영에 관한 본 계약을 체결하여 연간 400억원, 5년간 계약으로 총 2천억원의 조달 및 사내외 물류 부문을 운영하게 됨으로써, 순조로운 출발을 보이고 있다. <박스기사 참조>

한솔CSN의 지난해 매출액은 2,269억(추정), 당기순이익은 125억 수준을 추정하고 있으며, 2006년 매출 목표는 3,030억원, 영업이익 목표는 110억원으로, TPL부문에서는 1,000억원 이상을 달성한다는 계획이다. 한솔CSN이 올 목표 매출액을 향해 순조로울 수 있었던 것은 "소프트 경쟁력 강화"라는 경영슬로건에서 알 수 있다.

물류는 서비스 산업으로 사람이 가장 중요한 자산이고, 창조적 혁신을 해 나갈 우수한 인재를 기반으로 소프트 경쟁력을 확보하여야 하는 것이 중요하다고 보고 있다.

한솔CSN은 남들이 흉내 낼 수 없는 우리만의 소프트웨어를 창출하는 것, 그것이 바로 경쟁력 확보의 지름길!! 그리고, 빠른 속도로 진행되고 있는 기업들의 글로벌 경영에 맞춰 적극 대응하는 것도 전략의 하나로 보고있다. 따라서, 올해 추진하고자 하는 주요 신규사업 전략은 '글로벌 시장 개척'이다. 특히, 2006년을 비전을 달성하는 중요한 분기점으로 보고, 글로벌 서비스 시스템과 인프라를 갖추고 해외 사업을 본격적으로 확대해 나갈 방침이다. 이를 위해 한솔CSN은 글로벌 시장추진에 있어 핵심 과제로 ▲글로벌 신규 시장 개척 ▲글로벌 서비스 네트워크 구축 ▶ 글로벌 스탠다드구축으로 정했다.

글로벌 시장 개척을 위해 이미 작년 9월부터 삼성테스코 홈플러스의 중국 소싱물류를 시작으로 중국물류시장에 진출하였으며, 올해는 중국 남부 지역의 주요 거점인 심천에 추가로 물류센터를 운영할 예정이다.

## ▣ 한솔CSN, 삼성광주전자 물류계약 체결

종합물류기업 한솔CSN(대표 서강호)이 지난 1월 4일 삼성전자의 생활가전총괄 회사인 삼성광주전자(대표 이상웅)와 통합물류 운영에 관한 본 계약을 체결했다. 이번 물류 계약 규모는 계약기간 5년에 총 2천억원으로, 물류운영범위는 조달 및 사내외물류 부문이다.

한솔CSN은 지난해 9월, 삼성광주전자의 물류회사 선정공모에서 우선협상대상자로 선정되었고, 이후 삼성측과 공동 T/F를 구성하여 ICB 체제 구축 준비에 들어갔다. 본격적인 서비스 운영은 2월 1일부터 시작됐다.

한솔CSN 서강호 대표는 "삼성광주전자가 통합물류 체제를 구축하기 위해 제 3자 물류 전문업체인 한솔CSN에 물류를 맡리게 됐다"며 "특히 이를 계기로 앞으로 삼성광주전자는 SCM 최적화를 통해 물류 경쟁력을 높이고, 본업인 제조업에 역량을 집중할 수 있을 것" 라고 말했다.

뿐만 아니라, 한솔CSN은 작년 9월 수주한 한국 라파즈 석고보드와 본 계약을 체결하고 지난 1일부터 물류운영에 들어갔다. **물류**



# (사)한국포장협회, 제4기 포장기술관리사 수료식 개최

- 1백23명 포장기술관리사 배출

(사)한국포장협회(회장 김선창)는 지난 2월10일 키콕스벤처센터 대회의실에서 제4기 포장기술관리사(Packaging Professional) 수료식을 개최했다.

(사)한국포장협회가 지난 해 10월14일부터 지난 1월 14일까지 총 11주간 실시한 포장기술관리사 통신교육에는 총 1백28명이 수강을 신청했으며, 이 중 1백23명이 포장기술관리사증을 취득했다.

김선창 회장은 “현대사회에서 종합과학인 ‘포장’의 중요성이 부각되면서 포장전문가의 역할이 강조되고 있다”면서 “포장기술관리사 취득을 시작으로 포장에 대해 더욱 깊이있게 공부해 나가길 바란다”고 말했다.

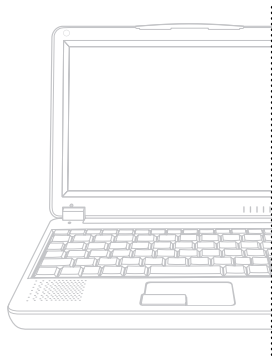
덧붙여 자격을 취득한 1백23명의 포장기술관리사들을 축하하면서 “모든 기업들이 포장전문가들의 활약으로 포장유통시스템을 정착해 나갔으면 좋겠다”고 바람을 나타냈다.

이날 수료식에서는 1백점 만점에 92.9점을 획득, 1등으로 수료한 (주)남경 생산본부 조명진 주임을 비롯, 92.6점으로 2등을 차지한 삼성전자로지텍 석영근 대리와 92.2점을 획득, 3등으로 수료한 부경대학교 인쇄공학과 하영백 강사에 대한 우수성적수료자 시상식이 있었다.

포장기술관리사(Packaging Professional)는 (사)한국포장협회가 정부의 산업기술기반조성사업 중 인력양성(포장분야)을 목적으로 실시하고 있는 통신교육으로 2004년 제1기 포장기술관리사 배출을 시작으로 현재에 이르고 있다.

앞으로도 협회는 연2회 포장기술관리사 통신교육을 실시, 연 2백50~3백여명의 포장기술관리사를 배출함으로써 포장전문가의 역할을 부각, 포장산업을 발전시켜 나갈 계획이다. **물류**





# KLA, 아시아 최초 기내인터넷 장착기지 인증획득

대한항공이 아시아 지역 최초로 기내 인터넷 서비스 제공회사인 커넥션바이 보잉(CBB)사로부터 기내 인터넷 시스템 장착기지 인증을 획득했다. 또한, 대한항공 소속 B747-400 항공기에 기내 인터넷 시스템 장착을 완료해 자체기술로 CBB사의 기내 인터넷 시스템 탑재 100호기를 완성하는 영예도 안았다.

기내 인터넷 시스템 장착기지 인증은 보잉사의 자회사로 전세계 항공사들에 기내 인터넷 시스템을 공급하고 있는 CBB사가 자사 시스템의 장착 및 개조작업을 할 수 있도록 면허를 내주는 것으로, 정비 시설 수준은 물론이고, 정비 정시성, 정비 능력 등에서 고루 높은 평가를 받아야 가능하다.

대한항공의 이번 인증은 아시아 지역에서 최초일 뿐 아니라 세계적으로는 루프트한자 항공의 자회사인 루프트한자 테크닉 등에 이어 세 번째로서, 대한항공의 높은 정비기술력을 대외적으로 인정받았다는 점에서 의의가 크다.

또한, 이번 인증을 통해 대한항공은 향후 자사 항공기에 대한 시스템 장착은 물론이고, 타항공사 항공기에 대한 기내 인터넷 시스템 장착 및 항공기 개조작업 수주를 통해 높은 외화획득과 함께 해외 정비 시장 진출에 한층 박차를 가하게 됐다.

대한항공은 오는 2007년까지 중장거리 노선 운항 항공기 전체에 기내 인터넷 시스템을 장착할 계획이다. 현재 기내인터넷 시스템은 신형기의 경우 항공기 제작사로부터 도입시 기본 옵션으로 장착되어 들어오지만 기존 운항하던 항공기에 장착할 경우 CBB 및 미연방항공청(FAA)으로부터 장착기지 인증을 획

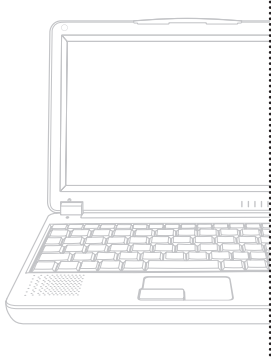
득한 곳에서만 장착 및 개조작업을 수행하도록 되어 있다.

이에 따라 현재 서비스 초기 단계인 기내 인터넷 서비스의 활성화와 함께 향후 많은 항공사들이 항공기 개조를 통해 시스템장착 확대에 나설 것으로 예상되고 있어 높은 해외 정비물량 수주가 기대되고 있다.

또한, 대한항공은 이번 장착기지 인증과 함께 17일자사의 B747-400항공기에 기내 인터넷 시스템 장착을 완료함으로써, CBB사의 고속 인터넷 시스템을 탑재한 100번째 항공기를 자체 기술로 완성하게 됐다.

이번 대한항공의 장착기지 인증에 대해 CBB측은 “이번 CBB시스템 장착 100호기 돌파에서 볼 수 있듯 기내 인터넷은 빠른 속도로 성장해나가고 있다. 대한항공 정비본부와의 제휴 체결로 앞으로 CBB 이용 고객들은세계 최고 수준의 기내 서비스를 받을 수 있게 될 것”이라고 밝혔다. **특류**





# 유통업체들, “올해는 매출, 순익 두 마리 토끼잡는 해 될 것!”

- 유통업 : 매출 15.4%, 순익 14.7%, 투자 16.3%, 고용 9.8% 증가 전망
- 물류업 : 매출 5.7%, 순익 11.3%, 투자 23.3%, 고용 5.1% 증가 전망

주요 유통물류기업들이 올해를 매출액과 순이익이 전년대비 급격히 향상되는 밝은 한 해가 될 것으로 전망하고 있는 것으로 나타났다.

대한상공회의소(회장 孫京植)가 최근 매출액 상위 유통기업과 물류기업 총 200개사를 대상으로 실시한 ‘주요 유통물류기업 경영계획 및 전략 조사’ 결과에 따르면 유통기업들은 지난해 대비 올해 매출액 및 순이익 증가율 전망치를 15.4%와 14.7%로 전망했고, 물류기업들은 매출액과 순이익 증가율 전망치를 각각 5.7%, 11.3%로 예상하고 있었다.

〈표1. 매출액 상위 유통물류기업 '05년 실적 및 '06년 전망(전년대비)〉

구분	2005년		2006년	
	매출액(%)	순이익(%)	매출액(%)	순이익(%)
유통기업	5.4	7.1	15.4	14.7
물류기업	6.6	2.9	5.7	11.3

아울러, 경기회복세를 바탕으로 유통기업들의 올해 투자와 고용은 작년에 비해 각각 16.3%, 9.8% 증가할 것으로 조사됐다. 또한 물류기업들의 올해 투자와 고용은 각각 23.3%, 5.1% 증가시킬 계획인 것으로 나타났다.

올해 유통기업들은 ‘판매채널 다양화’에, 물류기업들은 ‘물류서비스 다양화 및 고도화’에 가장 큰 중점을 둘 것으로 나타났다. 유통기업들은 다양한 판매 채널을 통해 소비자에 대한 접근도를 높이겠다는

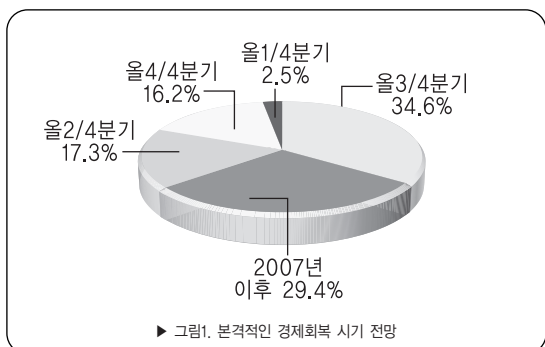
의도이고 물류기업들 역시 화주에 대한 다양한 서비스 제공과 동시에 서비스의 질적 수준을 높이겠다는 계획이다.

〈표2. 유통물류기업의 올해 중점 경영전략〉

유통기업		
순위	경영전략	응답율(%)
1	판매채널 다양화	19.8
2	신규 점포수 증대	16.7
3	판촉·광고 등 마케팅 강화	15.6
4	CRM, DB마케팅 등 정보화시스템 확충	15.6
5	리모델링·리뉴얼	10.9
6	쇼핑몰 등 전자상거래 사업 강화	8.9
7	ERP, SCM 등 선진 물류시스템 확충	5.2
8	명품, 저가품 등 특화·차별화	4.7
9	중국 등 해외진출 적극화	2.1
10	기타	0.5

물류기업		
순위	경영전략	응답율(%)
1	물류서비스 다양화 및 고도화	22.1
2	채산성 개선 및 경비 절감	14.2
3	수출입 물량 증대 및 시장점유율 확대	12.6
4	물류거점시설의 확충·정비	12.6
5	물류설비 투자확대	11.6
6	물류사업의 다각화	10.5
7	물류인력 확충 및 전문화	7.9
8	물류정보시스템의 확충	5.3
9	전략적 제휴 및 M&A	2.6
10	기타	0.6

유통기업들은 올해 중점 경영전략으로 ‘판매채널 다양화(19.8%)’에 이어 ‘신규 점포수 증대(16.7%)’,



‘관촉·광고 등 마케팅 강화(15.6%)’, ‘CRM(고객관계관리), DB마케팅 등 정보화시스템 확충(15.6%)’ 등을 꼽았다.

물류기업들의 올해 중점 경영전략으로는 ‘물류서비스 다양화 및 고도화(22.1%)’ 다음으로 ‘채산성 개선 및 경비절감(14.2%)’, ‘물류거점시설의 확충·정비(12.6%)’, ‘수출입 물량증대 및 시장점유율 확대(12.6%)’ 등의 순으로 나타났다.

올해 가장 큰 유통업계 이슈로 ‘유통과 레저가 합한 복합쇼핑몰과 같은 유통업 복합화 현상(25.4%)’, ‘전자상거래, e-마켓플레이스의 약진 지속(22.3%)’, ‘유통업체의 대형화 계속(12.4%)’, ‘웰빙트렌드와

같은 새로운 소비패턴·문화 유행(12.4%)’ 등이 될 것으로 전망했다. 물류업계의 가장 큰 이슈로는 ‘고유가로 인한 연료비 부담(24.9%)’, ‘종합물류기업 인증제 시행(18.5%)’, ‘물류기업간의 전략적 제휴 및 M&A(14.8%)’ 등이 될 것으로 조사됐다.

유통물류관련 정부정책방향과 관련해 유통기업들은 ▶유통산업 육성을 위한 제도적 틀 보완(25.5%) ▶대형점과 중소유통업간 균형발전(24.5%) ▶정부 규제 완화 및 업계자율성 강화(16.3%) 등을 중요하게 생각하고 있는 것으로 나타났다. 물류기업들은 ▶제조업 수준의 정부지원 확대 및 관련 제도 개선(29.3%) ▶물류 정보화, 표준화, 공동화 지속 추진(22.2%) ▶제3자 물류화 이행 추진 등 물류 아웃소싱 수요 확대(12.1%) 등을 꼽았다.

한편, 유통물류기업들은 우리 경제의 본격적인 회복시기에 대해서는 ‘올 3/4분기’ 라고 예상한 기업이 전체의 34.6%로 가장 많았고 그 다음으로는 ‘2007년 이후’ 라고 응답한 기업이 29.4%로 나왔다. 그밖에 올 ‘2/4분기 17.3%’, ‘4/4분기 16.2%’, ‘1/4분기 2.5%’ 순으로 응답했다. **물류**

