뉴욕 삼성 체험관, 美 콜럼비아大 교재로 채택

삼성전자가 미국 뉴욕 맨하탄에 설치한 상설 제품 전시관이 명문 콜럼비아대의 경영 교재로 채택되어 화제가 되고 있다.

뉴욕 맨하탄 타임워너 빌딩에 설치한 삼성전자의 체험전시관인 '삼성익스피어리언스'가 콜럼비아대의 브랜드 마케팅 성공 사례로 채택되었다.

미국내 기업 임원 및 브랜드 담당 매니저 등을 대상으로 올해 처음으로 신설되는 콜럼비아대의 체험마케팅(Expereince Marketing) 강의는 뉴욕시내 주요 브랜드 성공 사례를 소개하는 것으로, 그중 삼성체험관 방문이 필수 견학코스로 포함됐다.

이 강의를 담당하는 버언트 슈미트 (Bernd Schmitt) 교수는 컬럼비아 비즈니스 스쿨 교수로서 글로벌 브랜드 리더십 센터 소장을 겸임하고 있으며, 이번 강의는 매년 4월, 10월 두 차례 개설될 예정이다.

슈미트 교수는 선정 이유에 대해 "삼성은 지난 수년간 삼성익스피어리언스 등 다양한 감성적 체험 마케팅을 통해 글로벌 브랜드로서의 성과가 뛰어난 모범 케이스라고 판단되었기 때문"이라고 말했다.

현재 그는 20개국의 마케팅 전문가를 대상으로 컨설팅 활동을 진행중이며, 저서인 '체험마케팅(Experiential Marketing)', '고객 체험관리(Customer Experience Management)' 등이 베스트셀러 목록에 올라 있다.

한편, 미국의 대표적인 일간지 뉴욕타임스는 지난해 10월 18일자에 보도한 타임워너 센터 관련 기획기사에서 삼성익스피어리언스가 타임워너센터에서 큰 성공을 거두었다고 보도한 바 있다.

그동안 삼성익스피어리언스는 삼성전자의 자선행사, 애니필름 영화제, UN대사 초청 행사, 가수 본 조비 자선행사, 농구스타 매직 존슨 자선행사, 투자가 설명회, 기자회견, 패션쇼, 학생 초청 행사, 무료 제품 체험 행사 등 다양한 이벤트를 진행해 왔다.

LG전자, 3G LTE 상용 기술 세계 최초 시연

LG전자가 4세대(4G) 이동통신 기술 표준의 유력 후보인 '3G LTE(Long Term Evolution)' 상용 기술을 세계 최초로 선보이며 초고속 이동통신 시대를 앞당긴다.

LG전자는 12일 스페인 바르셀로나에서 개막된 '3GSM 월드 콩그레스(World Congress)'에서 통신장비 분야의 전략적 파트너인 노텔과 공동으로 '3G LTE' 상용 기술을 공개 시연했다.

LG전자가 이번에 선보인 '3G LTE' 상용 기술은 상, 하향 모두 20Mbps (Mega bit per second)의 속도를 구현한다.

이는 현재 상용화된 HSDPA(고속하향패킷접속), HSUPA(고속상향패킷접속) 와 비교하면 동일 주파수 대역폭에서 각각 2배와 4배 이상의 속도이다.

이 기술을 이용하면 휴대폰을 통해 MP3 파일 한 곡(3MB)을 단 1.2초, 영화 한편(700MB)의 경우 4분 40초 만에 무선으로 송수신할 수 있다.

특히, LG전자의 3G LTE 기술은 단순히 데이터 전송 속도를 높이는 것뿐이 아니라 동시에 단시일 내 차세대 휴대폰에 적용이 가능한 상용화에 초점이 맞추어져 있어 오는 9월 표준화 결정과 2010년 상용화를 앞둔 3G LTE 기술의 실질적인 주도권을 확보했다는 의미가 있다.

LG전자는 ▲다수의 안테나를 이용해 데이터 송수신 효율성을 극대화하는 'MIMO(다

삼성전자 주요 뉴스 (www.sec.co.kr)

No.	제 목	일자
1	삼성전자, 멕시코 新공항 LCD 독점 공급업체로 선정	2007/01/15
2	삼성전자 와이브로, 중동 진출	2007/01/14
3	삼성전자 옙, 겐조와 손잡고 공동 마케팅	2007/01/31
4	전세계 최고의 7대 박물관 삼성 브랜드 입성	2007/01/31
5	삼성 프린터, 올해 B2B 시장서 쾌조의 출발	2007/01/30
6	삼성전자, 리눅스 모바일 플랫폼 공동개발	2007/01/26
7	삼성전자 ODD 제품, 윈도우 VISTA 인증 완료	2007/01/25
8	삼성전자, '하우젠 은나노 에어워시' 체험존 운영	2007/01/24
9	삼성 모니터, 미국서 예술을 담다	2007/01/21
10	삼성전자 · 타임워너社, 美서 양방향 TV 시대 연다	2007/01/18

LG전자 주요 뉴스 (www.lge.co.kr)

No.	제 목	일자
1	LG전자, 에어컨 예약판매 불티	2007/02/09
2	LG전자 '샤인', 유럽 상륙	2007/02/09
3	LG전자, 3G LTE 상용 기술 세계 최초 시연	2007/02/08
4	LG전자, '윈도비스타' 노트북 시장 공략 강화	2007/02/07
5	LG전자 남용 부회장, 스탠포드서 강연	2007/02/06
6	LG '슈퍼 멀티 블루' 플레이어 미국 상륙	2007/02/05
7	LG전자, '샤인폰' 해외 스타마케팅 시동	2007/02/02
8	LG전자, 트리플 100억 불 첫 달성	2007/01/31
9	'윈도 비스타' 노트북 풀라인업 출시	2007/01/30
10	LG전자, 4시간 TV 보는 DMB칩 출시	2007/01/29

중입출력) 기술'과 ▲단일 채널에서 주파수와 시간을 나누어 데이터를 전송하는 'OFDM(직교 주파수 분할 다중) 기술' 등 3G LTE 핵심 기술을 휴대폰을 통해 상용화하는데 적합하도록 자체 개선했다.

대우일렉, 실적 경영 강화 대대적 조직 개편

대우일렉은 기존 기능별로 묶여 있던 조직을 주요 제품군을 주축으로 하는 사업부 형태로 전환하고 성과 위주 경영에 나선다고 1월 31일 밝혔다.

이번 조직개편은 기존 국내영업본부 · 해외영업본부 · 기술총괄본부 · 생산본부 · 전략기획본부 등 기능별로 묶여 있던 조직을 DM(디지털미디어)사업본부 · HA(홈어플라이언스)사업본부 · 국내영업사업본부 · 생산사업본부 등으로 재편했다.

기존 조직이 각 본부별로 영상 · 리빙 · 냉기 관련 품목에 대한 기획 · 개발 · 영업 · 마케팅 등을 흩어져 수행했다면 신 체제에서는 DM본부는 TV · AV 등 영상과 음향 관련 제품을, HA본부는 에어컨 · 세탁기 · 냉장고 등 생활가전 품목에 대한 사업을 총괄적으로 통합 담당하게 된다. DM사업본부는 전략기획본부를 총괄했던 서영진 상무가, HA사업본부는 해외영업을 담당했던 이성 전무가 총괄 지휘하게 된다.

대우일렉 관계자는 "이번 개편은 삼성, LG전자와 마찬가지로 부분적인 사업부제를 도입하면서 기능별 조직의 강점도 살리기 위한 것"이라며 "실적 개선에도 긍정적인 영향을 미칠 것"이라고 말했다.

팬택 '붐붐폰' 잘나간다

팬택계열이 브랜드를 '스카이'로 통합한 가운데 첫 전략 제품인 '붐붐폰(IM-U610)'이 인기상승세에 힘입어 2월 1일부터 KTF를 통해 시판하였다. 작년 12월 중순 SK텔레콤을 통해 출시된 붐붐폰은 터치 패드와 진동 기능이 신세대의 오감(五感)을 자극, 빠르게 소구하면서 하루 개통 가입자가 800~900명에 이르러 현재까지 4만여대가 팔렸다. 여기에 지상파DMB 기본 수신 기능과 스카이의 새 브랜드 프로모션 'MUST HAVE'가 눈길을 끌면서 상승세를 부채질하고 있다.

붐붐폰이 주목받는 또다른 이유는 팬택계열로서는 창사 이래 처음으로 이동통신 3사에 공히 공급하는 모델이라는 점이며 곧 LG텔레콤을 통해서도 시판된다. 지난해 출시한 슬림 폴더와 슬림 슬라이더가 SK텔레콤과 KTF에 함께 공급된 적은 있으나 3사에 공통 모델을 공급한 것은 큐리텔 · 스카이 브랜드를 통틀어서도 처음이다.

이에 대해 팬택 측은 시가 2,000억원에 이른다는 평가를 받은 바 있는 스카이 브랜드력에 팬택과 SK텔레텍의 통합이 본궤도에 오르고 있음을 방증한다고 분석했다.

박병엽 팬택계열 부회장은 "스카이 브랜드뿐만 아니라 팬택의 기술과 제품에 대해 고객이 신뢰를 보내고 있다는 증거"라며 "이통 3사에 공통 모델을 공급하면 수익성 개선과 회사 안정화에 크게 도움이 될 것"이라고 전망했다.

삼성SDI와 LPD, 올해 슬림 브라운관 판매량 배로

삼성SDI와 LG필립스디스플레이(LPD)가 올해 슬림 브라운관 판매량을 배로 늘리기로 했다. 두 회사는 이를 위해 생산라인을 슬림 브라운관으로 전환하는 한편 기존 슬림 브라운관보다 두께를 5㎝ 이상 줄인 프리미엄 제품 라인업도 대폭 강화키로 했다.

삼성SDI는 최근 경영전략회의를 갖고 올해 TV용 슬림 브라운관(모델명 빅슬림) 판매 목표를 작년 530만대보다 배가 많은 1,050만대로 상향조정했다. LPD도 최근 수립한 사업계획에서 슬림 브라운관(모델명 슈퍼슬림) 판매 목표치를 작년 400만여대보다 150% 늘려 잡았다.

이동훈 삼성SDI 상무는 "그동안 한국과 일본 TV업체만 출시했던 슬림 브라운관 TV를 올해부터는 인도, 남미, 러시아 업체들도 출시하는 등 이머징 마켓으로 수요가 크게 확대될 것"이라고 말했다.

삼성SDI는 지난해 슬림 브라운관 생산공장을 3개에서 7개로 확대했으며, LPD는 한국, 중국, 인도네시아 등 3개 생산거점 모두에 슬림 브라운관 생산라인을 도입했다.

LPD 관계자는 "기존 브라운관 생산라인을 슬림 브라운관으로 전환하는데에는 소수 장비만 교체하면돼 시설투자 비용도 크지 않다"며 "시장은 줄고, 후발업체는 늘어 수익성이 날로 악화 되는 가운데 선두업체가 새 수익원으로 떠오른 슬림 브라운관시장을 독식하면서 업체간 양극화는 심화될 것"이라고 전망했다.

두 회사의 이같은 움직임은 슬림 브라운관이 일반 브라운관에 비해 이익률이 20% 높은데다 슬림 브라운관 TV 시장규모도 올해 150% 급신장할 것으로 예상되기 때문이다. 브라운관 시장은 LCD와 PDP에 밀려 매년 10% 이상 급감하고 있지만 슬림 브라운관만이 성장세를 이어가며 유일한 '대항마'로 꼽히고 있다. 현재 슬림 브라운관 기술은 삼성SDI와 LPD만이 보유하고 있으며 두회사가 세계 브라운관시장의 63%를 점유하고 있다.

LG이노텍, 글로벌 부품기업 도약 선언

허영호 LG이노텍 사장은 1월 17일 "올해에는 지난해 진입한 글로벌 대형 고객을 중심으로 매출을 확대해 규모의 경제를 실현하고 수익성을 높여 글로벌 부품업체로서 도약하겠다"고 밝혔다.

LG이노텍은 이를위해 LCD 및 카메라폰 모듈, 파워모듈, 튜너, LED 등 주력 품목의 영업을 강화, 올해 전년 대비 25% 성장한 1조 5,000억원의 매출을 올리고 해외 고객선을 다변화한다는 전략이다.

LG이노텍은 특히 해외 주요 업체들을 대상 부품 판매실적을 지난해 2억5,000만 달러보다 두배 이상인 5억달러로 늘릴 계획이다.

LG이노텍의 비 LG계열 매출 비중은 지난 2005년 29%이던 것이 지난해에는 30% 이상으로 높아졌다.

LG이노텍은 지난해 세계 메이저 휴대폰 기업 2곳에 잇달아 휴대폰용 진동모터, 카메라폰 모듈을 각각 공급하기 시작했으며 일본·대만의 주요 업체들에게 튜너와 모터를 판매하는 등 고객선을 해외로 다변화하는데 성공했다.

LG이노텍이 LG 계열사가 아닌 해외 주요 휴대폰 기업을 주요 거래선으로 확보하기는 이번이 처음이다.

LG이노텍은 해외 매출을 강화하기 위해 지난해 처음으로 주요 세트 기업들을 대상으로 로드쇼를 3회 개최했으며 올해에도 지속적으로 행사를 개최할 예정이다. 또 허영호 사장이 직접 로드쇼에 참가, 주요 해외 바이어들을 만나면서 고객 확보에 나서고 있다. 또 해외 영업을 담당하는 해외영업팀을 지난해 초 39명에서 현재 50여 명으로 확충했다.

새한미디어, 양극활물질 양산 체제 돌입

새한미디어가 전지 핵심소재인 양극활물질 양산에 착수, 양극활물질의 상당부분이 국산으로 대체될 전망이다.

새한미디어(대표 김태석 www.saehanmedia.com)는 2월 8일 충북 충주공장에서 김호복 충주시장, 황병주 충주시의회의장 등이 참석한 가운데 2차전지 핵심소재인 양극활물질 공장 준공식을 갖고 본격적인 양산체제로 돌입했다.

'양극활물질'은 음극활물질, 전해액, 분리막과 더불어 2차전지의 4대 핵심소재로, 휴대폰, 노트북, 디지털카메라, MP3플레이어, 하이브리드자동차(HEV) 등에 쓰이는 전지의 핵심소재로 사용되고 있다.

이번에 준공된 공장은 2006년 6월에 착공하여 8개월의 공사기간을 거쳐 완공됐으며 월 120톤 규모로, 국내 시장의 20%, 세계 시장의 7%에 달하는 생산능력을 갖추게 되어 향후 시장 판도에 급격한 변화가 예상된다.

또한 새한미디어측은 2008년에는 월 240톤 규모로 설비를 확충함으로써 매년 20% 이상 확대되고 있는 전지소재 분야 시장을 선점하고, IT소재 분야에서만 2007년 500억 매출을 시작으로 2010년 2,500억 매출을 달성할 계획이다.

새한미디어의 한 관계자는 "이미 일부 전지업체에게 제품을 공급하기 시작했으며 국내 최대 전지업체와도 공급 협의중"이라며 "성능은 이미 검증이 완료됐다"고 밝혔다. 한편 양극활물질은 벨기에계 국내 생산법인인 한국유미코어, 앨엔에프신소재 등과 일본화학 등이 국내에 제품을 공급해왔다.

삼성전기, 올 매출 3조5,000억 목표

삼성전기는 올해 전년에 비해 10% 증가한 3조5,000억원의 매출을 달성하고 기판과 MLCC 등 전략제품 위주로 4,100억원의 시설투자와 매출액 대비 9%에 달하는 연구개발 투자를 집행한다.

삼성전기는 1월 18일 가진 투자설명회에서 기판·MLCC·ISM의 3대 핵심사업의 매출을 15% 높인 2조3,000억원의 매출을 실현시키겠다며 이같이 밝혔다.

삼성전기는 올해 △고수익 사업구조 실현 △글로벌 사업경쟁력 강화 △R&D 성과 극대화 △차세대 유망사업 발굴을 중점 추진 전략으로 선정하고 역량을 집중해 나갈 계획이다.

삼성전기는 지난해 4분기에 연결기준으로 8,444억원의 매출과 467억원의 영업이익을 기록, 5.5%의 영업이익률을 올렸다.

삼성전기가 5%대의 영업이익률을 올린 것은 지난 2004년 2분기 6.9%이후 처음이다.

삼성전기는 매출과 영업이익이 전분기 대비 각각 4.2%(344억원), 62.2%(179억원) 증가했으며, 순이익도 67.7%(132억원) 확대되는 등 매출과 영업이익, 순이익 등 모든 지표에서 최근 2년 내 분기 최대 실적을 기록했다.

삼성전기는 기판·MLCC·카메라모듈 등 3대 핵심제품의 경쟁력 강화와 지속적인 사업구조 개선활동으로 6분기 연속 영업이익이 확대되는 견조한 성장세를 기록했다고 설명했다. 지난해 연간기준으로는 3조1,772억원의 매출을 기록해 연초 계획했던 3조1,000억원을 상회했으며, 2005년 적자(-426억원)였던 영업이익은 1,234억원을 달성해 흑자전환에 성공했다.

홈캐스트, 올해 매출 목표를 1,500억원

디지털 멀티미디어 전문기업인 홈캐스트는 올해 매출 목표를 1,500억원으로 잡고 명실상부한 디지털 셋톱박스 선도업체로 자리매김을 다짐하고 나섰다.

홈캐스트의 이보선 사장은 "올해 지배구조를 안정화해 기존 디지털 멀티미디어 부문에 대한 사업 활동을 가속화하는 해가 될 것"이라며 "기존 디지털 셋톱박스 사업을 바탕으로 고부가가치 제품을 집중 육성, 유럽과 미주·아시아 시장을 적극 공략하겠다"는 포부를 밝혔다.

홈캐스트는 올해 매출액과 영업이익 목표를 각각 1,500억원과 104억원으로 확정했다. 주력 사업인 디지털 셋톱박스 사업에서 1,440억원의 매출을 올리고 멀티미디어 사업에서도 60억원을 달성한다는 계획이다. 이는 전년 대비 매출액 47.3%, 영업이익률은 무려 1,633%로 증가한 수치다.

올해엔 해외 HD 디지털방송과 IPTV 시장의 본격 개막이 예상된다. 또 개인영상저장장치(PVR)와 DMB 수신기기 등 차세대 고부가 제품의 급성장도 기대되는 한 해다.

코원 D2, 씨넷 아시아 선정 최고 제품에 꼽혀

코원시스템은 자사 프리미엄 MP3플레이어인 '코원 D2'가 최근 씨넷 아시아(asia.cnet.com)가 선정한 최고 제품에 꼽혔다고 2월 7일 밝혔다.

씨넷 아시아측은 터치스크린 기반의 편리한 조작성, 넉넉한 재생시간, 뛰어난 반응속도, 저장공간 확장성 등에서 높은 평가를 받은 D2가 최고평점을 받아 삼성, 아이리버,

크리에이티브 등을 제치고 '에디터스 초이스(Editors' Choice)' 제품으로 선정했다.

이 제품은 이미 지난달 미국 라스베이거스서 열린 CES에서 씨넷(CNET) 선정 '관람 필수 제품(MUST SEE LIST)'으로도 뽑힌 바 있다.

D2는 1,600만 컬러의 고화질 터치 스크린을 장착해 다양한 포맷의 오디오는 물론, 30프레임의 고화질 동영상 재생을 구현한 고기능 프리미엄 MP3로 지난 12월 첫 출시 이후 국내외서 큰 인기를 모으고 있는 제품이다.

새로텍, 외장형 하드디스크 출시

새로텍은 속도와 백업 기능을 보강한 외장형 하드디스크 '큐티FHD-254US'를 2월 10일부터 출시한다. 이 제품은 직렬 인터페이스(serial ATA) 방식의 2.5인치 하드디스크를 내장, 최대속도 1.5Gbps와 함께 원 터치 방식으로 PC의 데이타를 백업받을 수 있는 것이 특징이다. 특히 2.5인치 하드디스크를 사용해 작고 가벼워 휴대하기도 편리하다.

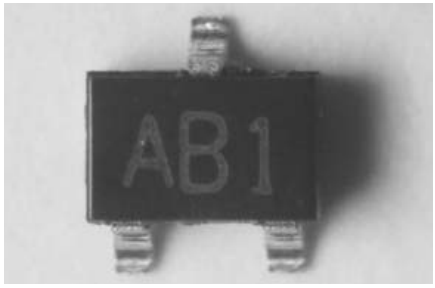
실트론, 영진전문대와 협약

실트론과 영진전문대가 1월 31일 경북 구미시 시미동 실트론 본사 회의실에서 생산성 향상 교육 과정을 개설하기로 하는 협약을 맺었다.

이에 따라 실트론은 구미공단에 입주해 있는 3개 제조공장의 근로자 800여 명을 영진전문대학 강의실에 파견, 제조설비 운영에 필요한 센서, 공압 등 4개 분야의 이론과 실습을 집중 이수토록 할 계획이다. 영진전문대학은 오는 3월부터 개강하게 될 이번 교육에 필요한 교재를 개발하고 강사를 지원할 방침이다.

실트론 관계자는 "그동안 자체 교육을 진행해 왔지만 우수한 전문 강사진과 첨단 실습 기자재를 보유한 대학에서 직무기술연수를 진행하는 것이 여러면에서 효과적이라고 판단해 이 같은 산학협동과정을 개설했다"고 말했다.

광전자, RF 소신호 트랜지스터 '국산화'



광전자는 TV튜너 · 무선전화 · GPS · WLAN 등의 시스템에 적용되는 RF 소신호 트랜지스터 제품군 42종을 국내 최초로 개발, 1월부터 국내외시장 출시에 들어간다고 1월 18일 밝혔다.

RF 소신호 트랜지스터는 RF 주파수대역에서 저잡음 증폭 및 신호혼합 기능을 하는 반도체로, 무선환경이 급속히 확산되면서 시장이 커지고 있는 제품이다.

광전자는 이 제품을 이미 국내 굴지의 가전 및 휴대기기업체에 초도 납품한 상태로, 일본 전자업체에도 샘플을 납품해 제품 검사를 진행하고 있다. 또 홍콩의 부품유통업체를 통해 중국시장 진출도 타진하고 있다.

광전자 조덕호 개발담당이사는 "WSTS의 예측에 따르면 올해 세계 RF소신호트랜지스터 시장규모는 약 4,800억원으로 추정된다"며 "광전자는 이 사업에 첫 진출해 RF 소신호 트랜지스터 분야에만 올해 21억원의 매출을 올릴 것으로 기대하고 있으며 2010년에는 약 200억원의 매출을 목표로 하고 있다"고 밝혔다.

광전자는 지난해 매출 규모가 1,100억원 규모인 중견기업으로, 제일교포인 나카지마 히로카즈 현 고덴시 회장이 지난 84년 국내에 설립했으며 2001년 대우전자 반도체사업부 인수해 규모를 키웠다. 현 CEO는 나카지마 회장의 아들인 나카지마 구니오 사장이 맡고 있다. 국내는 물론 중국에도 팹을 갖고 있으며, 홍콩 · 싱가포르 · 일본에 판매법인을 두고 있다.

케드콤, 차량용 포켓 DMB TV 출시

국내 중견기업 케드콤이 중량 77g 담배갑 크기로 와이셔츠 주머니에 넣을 수 있고 거치대 없이 차량에 장착해 무선을 통해 카오디오를 이용할 수 있는 지상파 DMB용 포켓TV를 출시했다.

이 제품은 기존 DMB폰 보다 넓은 3.2인치 LCD화면을 채용해 가시성을 높였고 내비게이션 겸용 제품에 비해 중량과 크기를 줄여 테이크 아웃 TV로 개발된 DMB 방송의 특성을 살려냈다. 가격도 10만원대 초반으로 낮춰 소비자의 경제적 부담을 최소화 했다.

기존 휴대형 DMB TV는 이어폰을 사용하는 개인화 제품이거나 1개의 외부 스피커를 채용해 풍부한 음질 제공에 한계가 있으나 케드콤의 DMB 포켓TV는 2~3인이 야외에서 함께 즐길 수 있도록 스테레오 스피커를 채용했다. 리튬 폴리머 배터리가 내장돼 최장 4시간 연속 시청이 가능하다.

블랙톤의 색상과 감성적 인터페이스인 터치 패드가 채택돼 초콜릿폰 스타일의 DMB TV라고 할 수 있다.