

LG전자, '인도네시아 시장 넘버 1'



LG전자(대표: 南 鏞/www.lge.com)가 「인도네시아 시장 넘버 1」 기업으로 우뚝 섰다. LG전자는 최근 세계적인 마케팅 전문 조사기관인 GiK 인도네시아가 발표한 「GiK 인도네시아 No.1 Brand Award」에서 기업 최다인 6개 제품 부문에서 시장 점유율 1위 업체로 선정돼 'No.1 브랜드' 인증을 받았다고 밝혔다.

LG전자가 이번 조사에서 시장 점유율 1위에 오른 제품은 플라즈마TV, 홈 씨어터 시스템, LCD 모니터, 냉장고, 세탁기, 오디오 홈 시스템 등 6개 제품이다.

특히, LG전자는 홈 씨어터 부문에서는 51.85%의 압도적인 시장점유율을 보였으며, 플라즈마 TV (38.48%), LCD 모니터 (33.20%) 등도 30% 이상의 높은 점유율로 우위를 선점한 것으로 나타났다.

이번에 GiK가 발표한 자료는 지난해 인도네시아에서 판매된 18개 품목의 시장점유율 조사 결

과를 토대로 한 것이며, LG전자 외에 삼성, 사프, 소니가 각각 2개 제품에서 1위로 선정됐다.

한편, LG전자는 지난 07년에도 기업 최다인 5개 제품이 1위로 선정된 바 있어, 2년 연속 인도네시아 시장에서 1위 제품 최다 기업으로 자리매김 하고 있다.

LG전자 인도네시아 법인장 이기주 부사장은 "이번 결과는 LG전자의 철저한 현지화 전략과 고객의 니즈를 바탕으로 한 인사이트 마케팅의 결과" 라면서 "향후에도 지속적인 고객 만족도 향상을 통해 인도네시아 내 브랜드 가치를 높이는데 최선을 다할 것"이라고 밝혔다.

군무로 산조오 GiK 인도네시아 대표는 "한 기업이 6개 부문에서 1위를 차지한 것은 처음" 이라면서, "LG의 브랜드 제고 노력이 빛을 발한 결과" 라고 축하 메시지를 전했다.

삼성전자 '파브', 명품 보석 브랜드 '까르띠에'와 문화 마케팅



TV가 보석 예술품을 만났다

삼성전자 파브(PAVV)는 명품 보석 브랜드 까르띠에(Cartier)와 함께 오는 7월 13일까지 덕수궁 미술관에서 열리는 '까르띠에 소장품전(The Art of Cartier)'에 대한 문화 마케팅을 펼친다고 23일 밝혔다.

삼성전자는 까르띠에와 공동 마케팅을 통해 '까르띠에 소장품전'이 열리는 전시장 입구에 크리스탈 로즈 디자인의 '파브 보르도' 풀HD LCD TV를 설치하고, 초고화질(풀HD)의 선명한 화질로 까르띠에 보석 예술품들을 시연한다.

삼성전자 매장에서도 까르띠에 소장품을 대형 TV 화면으로 시연하고, 홍보물을 설치하는 등 공동 마케팅을 펼치기로 했다.

삼성전자는 지난 4월 1일부터 크리스탈 로즈 디자인의 '파브' TV 구입 고객들에 한해 '까르띠에 소장품전' 전시회 티켓을 무료로 증정하고 있다.

삼성전자 국내영업사업부 손정환 상무는 "명품 보석 브랜드 까르띠에와의 공동 마케팅은 삼성전자 파브(PAVV)가 추구하는 문화 마케팅의 일환"이라며, "크리스탈 로즈 디자인 '파브' TV에 깃든 장인 정신은 TV 브랜드 '파브'와 보석 브랜드 '까르띠에'를 이어 주는 매개체가 되었으며, '까르띠에 소장품전'은 두 브랜드의 가치를 높이는 새로운 차원의 결합이 될 것으로 기대한다"고 말했다.

삼성전자 주요뉴스 (www.sec.co.kr)

NO	제목	일자
1	삼성전자 '파브', 명품 보석 브랜드 '까르띠에'와 문화 마케팅	2008/04/23
2	삼성전자, 글로벌 전략폰 소울 'SOUL' 출시	2008/04/22
3	삼성전자, 동요대회 최고권위의 초록동요제 개최	2008/04/22
4	삼성전자, 동요대회 최고권위의 초록동요제 개최	2008/04/22
5	삼성전자, 동요대회 최고권위의 초록동요제 개최	2008/04/22
6	'아르마니 삼성 LCD TV' 배일 베타	2008/04/17
7	삼성전자, 유아전문업체와 이색 캠코더 캠페인 펼쳐	2008/04/14
8	삼성전자, 모바일 와이맥스 국제 공인 인증 획득	2008/04/10
9	삼성전자, 초고속 HSUPA 스마트폰 출시	2008/04/07
10	삼성전자 윤종용 부회장 3월 월례사, 고객 중심으로 마케팅 혁신 해야	2008/04/01

LG전자 주요뉴스 (www.lge.co.kr)

NO	제목	일자
1	LG전자, 3가지 입력 방식 구현한 '터치 다이얼폰' 글로벌 시장 본격 출시	2008/04/22
2	LG전자, 중장년 세대를 위한 '와인폰' 출시	2008/04/21
3	LG전자, 상반기 영업이익 사상최대 6,053억 원, 휴대폰 영업이익률 13.9%	2008/04/17
4	LG트롬, 화사한 봄웃음 입었다	2008/04/15
5	LG전자, '사해 마라톤 대회'로 중동 공략 가속화	2008/04/14
6	LG전자, 미국가전 시장 전략제품 공개	2008/04/11
7	LG전자, 노트북도 대화면으로 즐기세요!	2008/04/10
8	LG휘센, "주부를 잡아라"	2008/04/08
9	LG전자, 블랙라벨 시리즈 3탄 최초 공개	2008/04/07
10	LG전자 PDPTV 보보스/토파즈, 석달만에 5만대 돌파	2008/04/07

‘까르띠에 소장품전’은 까르띠에 초창기 보석 예술품을 감상할 수 있는 전시회로 아름다운 보석 감상뿐만 아니라 프랑스 왕실의 화려한 역사를 살펴볼 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 기대된다.

**필립스전자 ‘사티넬 아이스 프리미엄’ 1일 첫 출시**



헬스케어 라이프스타일 테크놀로지 선도기업 (주)필립스전자(대표이사 사장 김태영, www.philips.co.kr)는 세계 최초로 특허 받은 알로에 베라 성분의 제모기 헤드가 탑재된 ‘사티넬 아이스 프리미엄(Satinelle Ice Premium)’을 2008년 5월 1일 출시한다.

이번에 선보이는 사티넬 아이스 프리미엄(HP 6517)은 음파 마사지 기능이 추가된 세라믹헤드 시스템으로 피부에 빈틈없이 밀착하여 한번 제모 시 95퍼센트 이상의 체모 제거 및 짧은 체모 제거에도 효과적이다.

또한 피부 진정 성분의 알로에 베라 성분이 추가된 음파 마사지 시스템은 피부 자극을 최소화 하여 민감성 피부도 사용할 수 있게 제작됐다.

뿐만 아니라 사티넬의 트레이드 마크인 아이스 쿨러는 한층 업그레이드된 기능으로 피부 자극을 최소화 하고 제모 후 진정 효과를 줄 수 있도록 설계 되었다.

(주)필립스전자 소비자라이프스타일 부문 김영진 부사장은 “여성 소비자들의 뷰티에 대한 관심이 증가함에 따라 단기 미용 효과가 아닌

피부·두발·체모의 건강 관리를 장기적으로 가능하게 하고 동시에 미용 효과까지 기대하는 제품을 선호하고 있다”고 전하며 “이번에 선보이는 사티넬 아이스 프리미엄은 4계절 제모를 해야 하는 여성들이 보다 간편하고 건강하게 피부 관리할 수 있도록 특허 받은 기능을 추가하여 큰 호응이 있을 것으로 기대한다”고 출시 소감을 밝혔다.

사티넬 아이스 프리미엄 HP6517과 사티넬 HP6482 판매가는 각각 20만원 초반과 10만원대이며 필립스 직영 매장 및 전국 유명 백화점, 대형 할인매장 및 온라인 쇼핑몰에서 구입 가능하다.

**대우전자부품, 노트북 PC 시장 진출**

전자부품 전문 제조기업인 대우전자부품(대표 이동희 www.dwecc.com)이 2008년 신규사업의 일환으로 노트북 PC 사업에 진출한다고 22일 밝혔다.

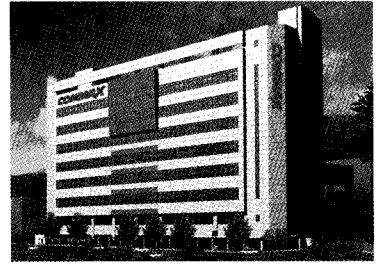
이에 따라 대우전자부품은 노트북 PC사업의 신규브랜드 ‘BOB’를 런칭하고 약 10억을 투자해 사업을 시작한다.

대우전자부품은 이미 지난해 본격적인 노트북 PC 사업 진출을 위한 사전 준비 과정을 진행하여 왔으며, 신규브랜드 ‘BOB’로 국내 노트북 PC 시장의 성공적인 진출을 위한 최종 준비를 마무리하게 됐다.

한편 대우전자부품은 현재 전자사업을 성공적으로 이끌어 나가고 있으며 향후 국내 및 해외 시장 진출을 위한 고두보를 마련코자 신규사업부문 신설, 유통망과 거래선을 조기에 확보하여 적극적으로 시장 공략에 나설 계획이다.

대우전자부품의 이동희 대표는 “앞으로 대우전자부품은 노트북 PC 사업 등 경쟁력 있는 신규사업에 진출, 새로운 수익원을 창출하여 반드시 제 2의 대우전자부품의 전성기를 이끌겠다”고 밝혔다.

**코맥스, 한국후지제록스 문서관리 아웃소싱 통해 효율적 매뉴얼 제작 시스템 구축**



출 네트워크 선도기업 코맥스(대표이사 회장 변봉덕, www.commax.com)는 올 1월 문서관리 컨설팅 기업 한국후지제록스(대표 정광은, www.fujixerox.co.kr)가 제안한 제품 매뉴얼 생산 및 관리 과정 개선안을 도입해 성공적으로 실시하고 있다고 밝혔다.

현재 출 네트워크 관련 제품을 연구개발, 생산, 판매하고, 그에 따른 총 200여종 이상의 다양한 제품 매뉴얼을 제작하고 있는 코맥스가 한국후지제록스의 개선안을 도입한 이유는 업무 생산성 향상, 비용절감 및 고객의 만족을 극대화하기 위한 효과 때문.

한국후지제록스는 제품 매뉴얼 제작이 이뤄지고 있는 현장을 방문해 제작 전 과정을 분석하고, 관계자 인터뷰 및 설문을 실시하는 등 구체적인 현황 파악에 주력했다. 특히 효율성 향상과 직결되는 TCO(총 소유비용) 분석에 중점을 두고 진행했다.

코맥스는 지금까지 제작단가를 낮추기 위해 매뉴얼 1회 출력 시 500부 이상을 제작해왔다. 2007년 총 298건의 제품 매뉴얼을 대량으로 제작, 그 중 25%에 그친 75건의 매뉴얼만을 모두 사용했고, 75%에 달하는 223건의 매뉴얼은 재고로 남을 수밖에 없었다. 때문에 재고에 따른 관리비, 보관비 등의 추가 비용 소모가 불가피했다.

약 5주에 걸친 심층 조사 및 컨설팅을 바탕으로 한국후지제록스는 문서 아웃소싱 서비스를 적용한 재고비용 절감 및 매뉴얼 제작 과정

효율화에 따른 개선안을 완성하게 되었다.

이에 코맥스는 한국후지제록스의 대표적인 아웃소싱 서비스인 DOCS(Document Outsourcing & Communication Services)를 도입해 매뉴얼 제작 업무의 효율성을 높이고 비용 절감의 개선을 할 수 있게 되었다.

매뉴얼 제작 과정에 대한 개선뿐 아니라 효율적인 장비 투입 등 한국후지제록스의 아웃소싱 노하우가 담긴 개선안을 도입한 코맥스는 앞으로 연간 30% 이상의 비용 절감 효과를 가져올 것으로 내다보고 있다.

또한 언제나 필요한 수량만큼 출력할 수 있는 한국후지제록스의 POD(Print On Demand) 솔루션을 통해 재고율 0%를 실현하게 되었다. 게다가 샘플 출력을 통한 사전 검증이 가능해 이전처럼 매뉴얼에 이상이 생겼을 경우 전량 폐기해야 하는 손실이 사라지게 되었다.

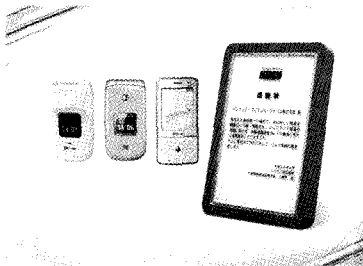
이 밖에도 매뉴얼 편집 작업에 전문 지식 및 기술을 보유한 한국후지제록스의 문서 아웃소싱 팀을 투입해 매뉴얼의 완성도를 높였다.

한국후지제록스 박승필 홍보팀장은 "가트너 조사에 따르면 기업 내 출력관련 비용의 60%는 외부 출력소를 통한 외부 출력 또는 인쇄물이 차지하고 있다"며, "한국후지제록스의 문서관리 아웃소싱 서비스를 도입하면 기존의 대량 제작 시스템에서 불가피하게 발생했던 비용을 절감할 수 있고, 문서보안 문제 해결 등의 개선을 할 수 있다"고 밝혔다.

**팬택계열, 日 KDDI로부터 3년 연속 감사패 받아**

팬택계열(www.pantech.co.kr, 부회장 朴炳燦)은 최근 일본 2위 이동통신 사업자 KDDI로부터 'au' 브랜드 가치 제고에 크게 공헌했다는 감사패를 3년 연속 받았다고 밝혔다.

KDDI의 오노데라 타다시 회장 명의로 된 이



감사패에는 고객 제일의 관점에서 항상 새로운 상품을 적극적으로 기획·개발해, au 브랜드 상품의 전국 고객만족도 1등 달성에 지대한 공헌을 한 팬택의 공로에 마음으로부터 감사의 뜻을 표현하는 내용이 명시돼 있다.

팬택계열은 2006년 9월 출시된 중장년층을 위한 모델 '팬택-au A1406PT'를 지난해 100만대 이상 판매하며, 외국 휴대폰 기업 최초로 밀리언셀러 모델을 탄생시키는 경이로운 기록을 세운바 있다. A1406PT는 중장년층을 위해 '안전'과 '편리' 기능을 강화한 제품.

이어 지난해 10월에는 귀에 대지 않고 머리뼈를 울려 통화가 가능한 골전도폰 '팬택-au A1407PT'를 세계에서 두 번째로 출시해 사업자 및 일본 소비자들의 다양한 요구에 부응하며 기술력을 인정받은 바 있다. 이 제품은 난청자 및 소음 지역에서의 통화를 도와주는 제품으로 고객 편의를 세심하게 고려한 휴대폰으로 평가 받으며 지속적으로 판매되고 있다.

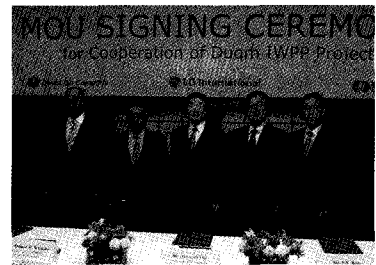
올해 2월에는 KDDI 네 번째 모델로 세련된 슬림 슬라이드 스타일의 3G폰 '팬택-au W61PT'를 출시해 디자인의 우수성을 함께 인정 받기도 했다. 이 제품은 화이트, 핑크 블랙 세 가지 컬러와 누빔 무늬를 적용한 패션 폰으로, 주로 일본의 젊은 소비자층으로부터 많은 사랑을 받으며 일본 휴대폰 시장의 패션 트렌드를 주도하고 있다.

팬택계열 김영일 일본법인장은 "까다롭기로 유명한 일본 시장의 벽을 넘은 지 이제 2년 5

개월이 지났다. 사업 초기에 어려운 점도 많았지만 최초라는 타이틀을 걸고 발을 담근 시장이니만큼 한국 휴대폰, 한국의 이미지를 최초로 형성할 수 있다는 생각에 열정과 도전 정신으로 헤쳐왔다"며 "3년 연속 받은 감사패는 함께 애써준 우리 직원들의 구슬땀에 대한 격려인 동시에 또 다른 도전을 위한 채찍질이라고 생각하고, 지금까지 일본 시장에서 익힌 노하우를 바탕으로 한 단계 더 도약 할 수 있도록 노력할 것"이라고 언급했다.

한편 팬택계열은 2005년 11월 한국 휴대폰 기업 최초로 일본에 진출한 이래 일본 내 파트너인 KDDI와의 협력 관계를 강화하며 일본 시장에서 영향력을 확대해 나가고 있다.

**LG상사-한국남부발전, 중동지역 최초 석탄발전사업 공동 추진**



LG상사대표이사 구본준 부회장은 지난 22일(화) 오전 서울 삼성동 그랜드인터컨티넨탈 호텔에서 LG상사 CEO 구본준 부회장과 오만 경제성장관인 아흐메드 압둘 나비 막끼(Ahmed Abdul Nabi Macki) 그리고 한국남부발전(KOSPO) 김상갑 사장이 참석한 가운데 오만 국영투자회사(OOC: Oman Oil Company, 이하 OOC)와 석탄발전사업 추진을 위한 MOU를 체결하였다.

이번에 체결된 MOU는 두 가지로 석탄사업 관련 합작회사 설립을 위한 MOU와 20억불 규모로 중동지역 최초의 석탄담수발전소(Oman Duqm Independent Water & Power Plant, 이하 IWPP)사업 참여를 위한 MOU로서 중동지역에서의 본격적인 석탄발전사업 추진을 위

한 첫 신호탄이 될 것으로 기대된다.

우선 LG상사는 OOC와의 양자간 MOU체결을 통해 석탄판매 및 투자합작사(당사 50%, 오만 50%)를 설립하고 해외 유망 유연탄광 프로젝트에 공동으로 참여함과 동시에 오만이 현재 건설하려고 하는 IWPP에 석탄을 공급할 계획이다. 수년 간 축적해 온 LG상사의 석탄 개발 및 투자사업 노하우와 오만 자체적으로 석탄을 보유하고자 하는 의지가 맞아 떨어져 성사된 이번 양자간 MOU는 향후 큰 기대 수익을 올릴 것으로 예상되고 있다.

이와 함께 LG상사는 OOC, 한국남부발전과 중동지역 최초 석탄발전·담수화사업(IWPP) 입찰 참여를 위한 3자간 MOU도 체결하였다. IWPP는 오만 내 에너지 다원화를 위해 건설되는 최초의 석탄발전소로, 오만내 계획중인 산업신도시 및 급증하는 전력 수요를 충족하기 위해 약 1,000~1,200MW(메가와트)의 대규모 발전설비로 설립될 예정이다.

현재 LG상사, OOC, 한국남부발전 컨소시엄은 플랜트협회로부터 지원금을 받아 사업타당성조사를 완료한 상태이며, LG상사와 한국남부발전은 오만 내 에너지 투자를 담당하는 OOC와 공동으로 참여함으로써 입찰경쟁에서의 우위를 선점할 수 있게 되었다.

입찰을 성공적으로 마무리 지을 경우, 지난 수년 동안 중동에서 플랜트 프로젝트에 성과를 거두어왔던 LG상사는 EPC(설계-조달-시공: Engineering-Procurement-Construction) 및 석탄공급을, 국내 최고의 석탄발전소 운영 노하우를 지닌 한국남부발전은 사업관리, 발전소 운영 및 유지보수(Operation & Maintenance) 업무를 수행하게 된다.

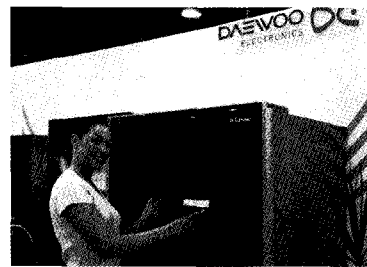
특히 2001년 한전에서 5개 발전회사 중 하나로 분리 설립된 이후 발전량, 이용률, 열효율 부문에서 7년 연속 국내 1위를 달성하고 있는 한국남부발전과 함께 참여한 이번 프로젝트가 중동에 선진화된 한국형 석탄발전 모델을 보

여줄 수 있을 것으로 기대되고 있다.

LG상사 관계자에 따르면, "이번 프로젝트는 LG상사와 한국남부발전이 공동으로 오만측에 사업모델을 제안한 것으로 중동에서 가스 혹은 중유발전소가 아닌 석탄발전소를 건설한다는 점에서 의의를 찾을 수 있다"고 강조하며, "특히 이번 MOU체결을 통해 그 동안 축적해 온 LG상사의 석탄영업 및 플랜트 프로젝트 역량의 시너지효과를 극대화해 자원 및 산업용 원자재 전문상사로서의 위상을 더욱 공고히 할 수 있는 계기가 될 것"이라고 강한 기대감을 표명하였다.

LG상사는 지난 수년 동안 중동 특히 오만에서 유전 및 가스 등 에너지사업에서 좋은 성과를 올리고 있으며, 12억불 규모의 오만 아로마틱스 플랜트와 같은 'LG상사형 고부가가치 프로젝트' 등을 지속해 오고 있다. 한편 최근에는 자원보고인 러시아 사하공화국과 '남야쿠치아 종합개발 프로젝트' MOU체결을 하는 등 향후 사하공화국과 같은 신흥자원부국에 대한 지속적인 투자를 통해 자원개발사업에 박차를 가할 계획이다.

#### 대우일렉, 북미 최대 백색가전 전시회 참가



대우일렉(<http://www.dwe.co.kr/>, 대표 이승창)이 4월 11일부터 13일까지 미국 시카고 맥코믹플레이스에서 열리는 미주 최대 백색가전 전시회인 'KBIS(Kitchen & Bath Industry Show)'에 참가, 북미시장 공략을 강화한다고 밝혔다.

총 900여개 업체, 약 4만여 명의 관련 업계 종사자들의 참석이 예상되는 이번 전시회에서 대우일렉은 동양적인 문양과 원색을 강조한 프리미엄

디자인 제품과 편의성에 중점을 둔 미주향 신제품들로 관람객들의 시선을 모으는 계획이다.

프리미엄 디자인 컨셉트 제품을 대거 출품하는 대우일렉은 블랙미러 전면부에 흠날리는 갈댓잎으로 자연미를 강조한 '흑경(黑鏡)' 디자인과 만개한 꽃 디자인에 무드라이팅을 채용하여 작동방식에 따라 시각적 만족도를 높여주는 '라이팅엔패턴(Lighting & Pattern)' 디자인, 그리고 은빛 재질에 고급스런 분위기 연출이 가능한 스테인리스 스틸 신소재를 적용한 백색가전 풀 라인업 등을 북미 최초로 선보이며 관람객들의 눈길을 끌었다.

특히 기존 아르페지오 스타일 제품 색상을 보다 다양하게 적용, 그린, 오렌지, 퍼플블루, 골드 컬러의 아르페지오 스타일 신제품들과 함께 고구려 연화(蓮花)문양과 흠날리는 꽃잎을 형상화한 브리사 문양 등을 적용한 동양적인 디자인의 프리미엄 제품들을 전시, 고급 수요층의 마음을 사로잡는다는 방침이다.

이와 함께 대우일렉은 기존 세탁기의 드럼(세탁통) 높이를 11cm 올리면서 경사를 적용한 인체공학적 설계로 사용 편의성을 높여 연초 출시이후 국내 드럼세탁기 시장에서 큰 인기를 얻고 있는 '드럼-업' 제품을 세탁기 메인 제품으로 전시하며 미주지역 진출을 기획하고 있다.

한편, 대우일렉은 현지 밀착 경영기법의 일환으로, 이번 전시회 기간중 250여 명의 현지 유통업체 바이어들과 상담을 진행할 예정이며, 미국뿐 아니라 캐나다, 멕시코, 아르헨티나 등 북미와 중남미 주요 유통업체 관계자들과 상담을 진행하며 판매확대 전기를 마련한다는 방침이다.

대우일렉 미주사업단 김원식 이사는 "프리미엄 디자인 제품과 현지 맞춤형 신제품을 중심으로 영업과 판촉활동을 강화하며 북미시장 백색가전 시장 공략에 총력을 기울일 계획"이라고 밝혔다.