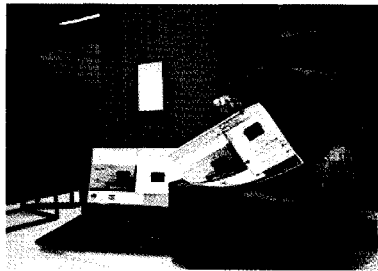


삼성전자 A4 레이저 복합기, 세계 시장 석권



삼성 프린터가 '09년 3분기 세계시장에서 레이저 복합기 제품군에서 5대륙 1위 석권이라는 쾌거를 달성했다. 시장조사기관인

IDC에 따르면 삼성전자는 '09년 3분기 A4 세계 레이저 복합기 시장에서 시장점유율 27.3%(수량기준)로 2분기 연속 1위 자리를 이어 나갔다.

모노 레이저 복합기의 경우 26.5%의 점유율로 세계 1위를 차지했으며, 지역별로는 구주(29.3%), CIS(39.9%)를 비롯한 중국(20.1%), 동남아(34.1%), 중남미(34.6%), 중동 아프리카(40.6%) 등 북미 지역을 제외한 전 대륙에서 1위를 석권했다. 컬러 레이저 복합기에서도 구주(36.0%), 동남아(32.6%) 지역 1위를 차지하며 점유율 31.3%를 기록해, 1위 업체(32.2%)와의 격차를 1%미만으로 좁히는 등 빠른 성장세를 보이고 있다.

한국에서는 특히 레이저 제품군 모두가 시장의 절반을 넘는 압도적인 1위를 차지하였을 뿐만 아니라, 잉크젯, A3 복사기를 포함한 전체 프린터 시장에서도 금액기준 1위(24.8%)를 차지하는 등 소비자들로부터 큰 사랑을 받고 있다. (※ 모노레이저 프린터(62.9%), 모노레이저 복합기(51.2%), 컬러레이저 프린터(56.7%), 컬러레이저 복합기(76.8%)) 이같은 레이저 복합기의 선전에 힘입어 A4 레이저 프린터 전체 시장에서 '08년 3분기 15.3%에서 '09년 3분기 20.5%의 점유율(수량기준)을 차지하며 꾸준한 성장세를 이어 나가고 있다.

삼성 프린터가 이처럼 세계 시장에서 지속적으로 성장해 올 수 있었던 배경으로는 고객들에게 사용편의성·경제성을 충족시켰고, '선택과 집중'을 통한 마케팅 전략이 주요했던 것으로 분석된다.

삼성전자는 프린터 사업 중에서도 독자적으로 엔진 및 기술을 확보하고 있는 레이저 제품 개발에 집중하여, 크기를

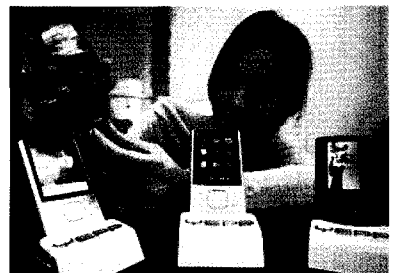
혁신적으로 줄이고 블랙 컬러의 하이그로시 소재를 채택하는 파격적인 디자인으로 레이저 프린터의 '개인화'와 '대중화'를 선언하며 시장의 견인차 역할을 해 왔다.

그 중에서도 성장 가능성이 큰 복합기 시장에 주력하여 다양한 제품을 선보여 왔으며, 최근에는 혁신적인 '원터치 프린팅' 기능을 갖춘 모노레이저 제품을 선보이며 디자인의 파격을 넘어 사용자 편의를 고려한 기능으로 시장에서 좋은 반응을 얻고 있다.

삼성전자 디지털프린팅사업부 박용환 전무는 "3분기의 좋은 성과는 편의성과 경제성을 동시에 충족시켜주는 복합기 제품이 시장에서 큰 인기를 얻은 덕분"이라며, "앞으로도 '원터치 프린팅' 기능과 같이 소비자가 원하는 편리한 기능의 제품을 지속적으로 개발해 나갈 계획"이라고 밝혔다.

삼성전자, 메모리 확장 가능 '엠펜R0' 출시

삼성전자는 18일 용량 확장이 가능한 외장 메모리 지원에 강력한 동영상 기능을 탑재한 MP3 플레이어 '엠펜R0(YP-R0)'를 출시한다.



엠펜R0는 4GB/8GB의 기본 메모리 용량에 최대 16GB의 마이크로SD 외장 메모리 슬롯을 지원하여 동영상, 음악, 사진 등 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 메모리 용량 걱정없이 편리하게 사용이 가능하다.

엠펜R0는 엠펜R1, 엠펜M1에 이은 세 번째 DivX 지원 모델로써 실용성을 강조한 모델이다. 2.6형 대형 LCD 화면에 DivX, XviD, H.264, WMV 등 다양한 동영상 포맷 지원하여 파일변환 없이 동영상 감상이 가능할 뿐만 아니라 실감나는 음향을 제공하는 삼성 독자 음장기술인 DNSe™ 3.0 탑재로 완벽한 동영상 멀티미디어 환경을 제공한다. 8.8mm의 슬림한 두께에 알루미늄 메탈 바디를 채용하여 세련되고 고급스러운 느낌을 주었으며 버튼간 이음새를 없앤 일체형 키패드를 적용하여 그림감을 극대화 했다. FM 라디오, 어학기능, 텍스트/포토뷰어 등 다양한 기능들

지원하며 인디블랙, 테크노실버, 랩핑크 세가지 컬러로 출시, 가격은 4GB 149,000원, 8GB 189,000원. 삼성전자 관계자는 “엠펙R0는 MP3 플레이어의 기본 기능에 충실한 제품으로 편리한 사용성과 세련된 디자인에 PMP급 동영상 기능까지 더해져 실용적인 소비자들에게 큰 인기를 끌 것으로 기대한다”라고 말했다.

LG전자, 전세계 ‘SNS폰’ 시장 선점



LG전자가 지난해 8월 전세계에 출시한 ‘LG KS360’ 모델의 판매량이 15개월 만에 500만대를 돌파하며 최근 급격히 커지고

있는 ‘소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, 이하 SNS)’ 특화폰 시장 선점에 성공했다.

LG KS360은 유럽에서만 220만대, 북미에서 100만대, 그리고 중남미에서 80만대가 팔리며 전세계에서 골고루 인기를 끌고 있다.

이 제품의 인기 비결은 유럽시장 최초로 페이스북(Facebook), 마이스페이스(Myspace) 등 젊은 세대가 선호하는 SNS에 바로 접속할 수 있는 버튼을 장착했고, PC 키보드와 배열이 같은 쿼티(Qwerty) 자판을 갖춰 입력이 용이하다는 점이다. 또 초록색, 노란색, 파란색, 핑크색 등 발랄하고 화려한 색상을 적용해 SNS의 주된 사용층인 젊은이들에게 크게 어필했다.

SNS폰은 내년 휴대폰업계 주류 트렌드로 자리잡을 것으로 예상된다. 시장조사기관 스트래티지 애널리틱스(Strategy Analytics, SA)사는 오는 2013년 휴대폰, 스마트폰 등 모바일 기기의 전체 인터넷 사용량 중 20%를 SNS 접속이 차지할 것이라 예측했다.

LG전자는 올해 들어서만 5월 GW520, GT550, 10월 Pop(LG GD510), GW300 등 SNS 특화폰을 차례로 선보였고, 11월 안드로이드폰 ‘LG GW620’을 출시하는 등

SNS폰 시장 공략을 강화하고 있다.

이 제품들은 실시간으로 트위터(Twitter), 페이스북, 베보(Bebo) 등에 올라온 메시지를 전달하며, 휴대전화 초기 화면의 친구 아바타에 SNS 현황을 표시하는 등 첨단 기능도 갖췄다.

LG전자 MC사업본부 안승권 사장은 “LG전자는 메시징폰으로 북미 휴대폰시장을 선도했듯이 가장 편리한 방식으로 SNS 서비스를 사용할 수 있는 사용자 환경과 서비스를 탑재해 새로운 즐거움을 제공할 것”이라고 말했다.

LG전자 국내 프로젝터 시장 1위 등극

LG전자가 외산 브랜드들이 장악하고 있던 국내 프로젝터 시장에서 정상에 올랐다.



18일 시장조사기관 DTC의 보고서

에 따르면 LG전자는 총 3만 4천 896대 규모의 3분기 국내 프로젝터 시장에서 19.9%의 점유율을 기록해 17.2%에 그친 일본 엡손을 제치고 처음으로 1위에 올라섰다. 이에 앞서 LG전자는 지난 1분기 9.2%였던 점유율을 2분기 16.1%로 끌어 올리는 등 올해 들어 가파른 성장세를 보였다.

그 동안 국내 프로젝터 시장에서는 선발주자인 일본 업체들이 LCD 방식 위주로 업체당 수십 종에 이르는 다양한 제품과 기업 및 개인 고객을 각각 공략하는 탄탄한 유통망을 구축했고, DLP(Digital Light Processing) 방식을 앞세운 대만 업체들은 가격 경쟁력을 앞세워 치열한 경쟁을 펼쳐 왔다.

LG전자가 국내 프로젝터 시장 1위에 올라선 것은 ▲맞춤형 제품 출시 ▲한국형 고객 서비스 ▲신시장 개척 효과가 판매량 급증으로 이어진 데 따른 것이다.

개인과 기업 고객의 특성을 면밀히 분석해 제품을 차별화했다. LG전자는 개인 고객을 겨냥해 저전력 친환경 소재인 LED 광원을 채택한 초소형 프로젝터로 승부를 걸었다. 이 제품은 LED 램프 수명이 약 3만 시간에 달해 하루 4시

간 사용할 때 20년간 사용 가능하고, 예열 없이도 TV와 같이 전원을 켜면 바로 사용할 수 있어 판매량이 국내 초 소형 프로젝터 시장의 절반에 달할 만큼 인기를 끌었다. 관공서, 학교 등 기업 고객을 겨냥한 프리미엄 제품(3,000 안시급 이상)의 경우 모두 친환경마크 인증을 받아 동급 최저 소비전력 및 최고 밝기를 입증함으로써 제품 성능을 부각했다.

서비스도 외산 브랜드들과 차별화했다. 램프 등 소모품 교체 비용을 업계 최저 수준으로 낮춰 고객 부담을 덜어주는 한편, 전화 한 번이면 소모품 교체, 제품 수리 등 모든 방문 서비스가 가능하게 했다. 또, 최근 큰 인기를 얻고 있는 스크린 골프 시장에 새롭게 진입하는 한편, 기존 전국적 영업망을 활용해 관공서, 학교 등 기업 시장 공략도 한층 강화했다. LG전자 한국지역본부 HE마케팅팀장 이우경 상무는 “연간 30% 이상의 성장이 예상되는 국내 프로젝터 시장에서 대화면, 고화질 프리미엄 제품과 친환경 LED 기술을 앞세워 시장 지배력을 더욱 견고히 할 것” 이라고 말했다.

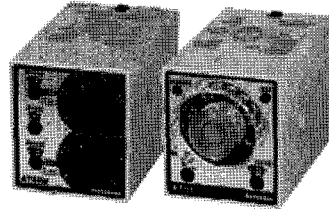
메디퓨처(주), 2009 추계 CMEF 참관



디지털 X-ray 유방진단기 제조기업 메디퓨처(주)가 지난 10월 28일부터 31일까지 중국 청두에 위치한 International Convention & Exhibition Center에서 열린 “제 62회 2009 추계 CMEF (China International Medical Equipment Fair Autumn, 2009)”를 참관하였다. CMEF는 88,000 sqm 규모에 Medical image devices, Medical electronics equipment 등을 비롯하여 Surgical and emergency treatment devices 및 Communication and Information Technology에 이르기 까지 약 2000여개 업체가 출품하고 약 50,000여명의 참관객이 방문하는 아시아 최대의 의료기기박람회이다.

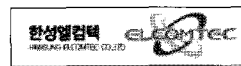
디지털 X-ray 유방진단기 제조기업 메디퓨처(주)가 지난 10월 28일부터 31일까지 중국 청두에 위치한 International

오토닉스, ATS Series 소형화된 사이즈, 경제적인 가격의 타이머



기존제품 대비 약 20% 소형화 된 콤팩트형 아날로그 타이머 ATS 시리즈는 경제적인 가격으로 폭 넓은 시간 범위와 다양한 출력 모드를

설정할 수 있는 멀티 타이머입니다. ATS 시리즈는 Star-Delta 타이머, Power-off Delay 타이머, Twin 타이머 등 총 37종의 다양한 라인업을 구축하여 선택의 폭이 더욱 넓어졌습니다.

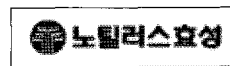


한성엘컴텍, 중동에 LED 전구 등 208만불 수출

한성엘컴텍(대표이사 고호석)이 지난해 중동과 계약한 2년 공급계약 중 1차년도 공급물량을 순조롭게 달성중인 것으로 나타났다.

한성엘컴텍은 중동에 수출중인 A.A.B.사와의 계약관련 중간공시를 통해 지난해 10월 A.A.B.사와 2년간(2008년 10월 14일부터 2010년 10월 13일까지) 총 500만 달러의 공급계약을 체결했으며, 이 중 이달까지 1차년도 공급금액인 250만 달러 중 208만 달러를 공급, 1차년도 예정물량의 83.5%를 달성했다고 13일 밝혔다.

2년 총 계약금액 500만 달러 중 41.8%를 달성한 것이다. 주요 공급품목은 튜브형 라이트(형광등 형태), 면조명, 전구형 라이트 등 완제품이며, BAR 형태의 반제품도 공급됐다. 한성엘컴텍 관계자는 “이번 공시는 중동지역 A.A.B.사와의 공급계약이 순조롭게 이뤄지고 있는 것을 의미한다”며 “2차년도 공급금액인 250만 달러도 무난히 달성할 수 있을 것”이라고 전했다.



국내 최초 BRM 국산화 쾌거 달성

노틸러스효성(대표: 류필구 www.nautilus.hyosung.co.kr)이 국내 금융자동화 업계의 오랜 영원이었던 ‘환류식 지폐입출금장치(BRM: Bill Recycling Machine) 국산화에 국내 최초로 성공하고 이를 탑재한 신형ATM을 11월 중 전

은행에 정식 발표할 예정이라고 밝혔다. '환류식 지폐입출금장치(이하 BRM)'란 ATM의 핵심 부품으로서 입금된 현금을 다시 방출해주는 장치이다. 현재까지 100% 일본에서 수입하고 있으며, ATM 완제품 가격의 40% 이상을 차지해 신 지폐 발행 시마다 대일 의존도 문제로 화두가 되어 왔다. 노틸러스효성은 설계 단계 시부터 은행 계열들의 니즈를 조사하여 국내 환경에 꼭 맞는 기능성과 운영 편리성을 높인 BRM을 독자기술력으로 상품화하는 데에 성공하여, 이를 탑재한 ATM을 연내 양산할 계획이다.

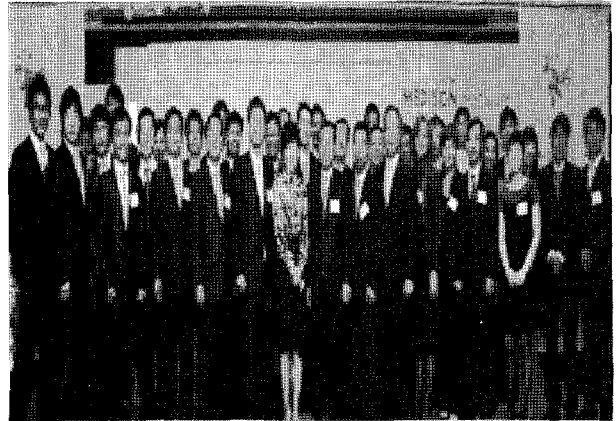
노틸러스효성 측은 자체 개발한 BRM을 전국 편의점, 지하철 등에서 운영하고 있는 국내 최대의 현금입출금서비스(CD-VAN)인 '마이캐쉬존'에서 이미 시범운영을 성공적으로 완료한 바 있으며, 현재 모 은행에서 시범 운영 중이라고 밝혔다. 현재까지 시범운영 결과는 상당히 만족스럽다는 평을 얻고 있으며, 11월 중에는 전 은행으로 시범 운영을 확대할 계획이라고 언급했다.

이번 BRM 개발 성공으로 일본으로부터의 기술 독립을 통해 앞으로 연간 천 억원 이상 달하는 수입 대체 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대된다. 또한 수급 안정성을 확보하여 향후 고액권 발행 시에도 능동적으로 대처할 수 있게 되었다.

노틸러스효성 전석진 상무는 '일본 회사들이 30년 가까이 쌓아온 품질 안정성을 따라잡는 것이 관건이었다'며 '오랜 노력이 드디어 결실을 맺어 ATM 분야 세계 최고의 기술 수준을 달성하여 국가산업에 이바지할 수 있게 된 것에 자부심을 느낀다'고 언급했다.

노틸러스효성은 국내 처음으로 2001년 수직형 BRM을 독자 개발한 바 있으나, 일본에서 수입하는 수평형 BRM에 비해 경쟁력이 떨어져 상품화 단계까지는 가지 못했다. 또한 산업자원부 국책과제로 지난 2003년부터 약 4년여 기간 동안 금융자동화기기 업체 공동으로 진행된 BRM 국산화 프로젝트의 주관사로 참여한 바 있다. 노틸러스효성은 10년 여 에 걸친 BRM 개발 노하우와 유럽 시장 등 세계적으로 인정받은 지폐 인식 기술을 기반으로 독자 기술로 국내 금융 환경에 적합한 차별화된 BRM을 상품화하는 데에 성공했다.

메디슨, 자회사인 (주)메디슨헬스케어 설립



초음파진단기기, 디지털엑스레이 등 의료기기 토털 솔루션 제공

의료기기 전문기업 (주)메디슨은 12일 삼성동 인터콘티넨탈 호텔에서 의료기기 토털 솔루션 제공회사인 (주)메디슨헬스케어의 출범식을 가졌다.

(주)메디슨은 '글로벌 의료기기 전문기업'이란 비전 달성을 위해 초음파진단기기 이외의 의료기기 사업영역을 확대하고자 (주)메디슨헬스케어를 설립하였다. 손원길 대표는 12일 출범식에서 "전문화된 사업 영역에 집중력을 제고하고 책임경영을 강화하기 위하여 새로운 회사를 신설하게 되었다"고 전하면서, "메디슨이 초음파진단기기 전문기업에서 종합의료기기 회사로 변모하는 중요한 계기가 될 것이다"고 말했다.

(주)메디슨헬스케어의 자본금은 50억이며, 대표이사로는 현 메디슨 헬스케어사업본부장인 이중호사장이 선임됐다. 이 회사는 (주)메디슨의 초음파진단기기 판매를 중심으로 국내외 기술력이 높은 회사의 디지털엑스레이, 골밀도측정기, 환자감시장치 등을 발굴하여 의료기기 토털 솔루션을 제공할 계획이다.

신임 이중호 대표는 "(주)메디슨헬스케어는 메디슨의 신성장 동력 주체로서 초음파진단기기를 넘어 의료기기 토털 솔루션을 제공하여, 새로운 개념의 헬스케어 네트워크 비즈니스 모델을 만들어 가겠다고"고 경영포부를 밝혔다.