

삼성전자 녹색경영 선포

Creating New Value through Eco-innovation



삼성전자가 20일 삼성전자 서초 사옥에서 지구환경 보호와 적극적인 녹색 성장 추진을 위한 삼성전자의 녹색경영 비전과 전략을 공유하는 ‘녹색경영 선포식’을 실시했다.

선포식에는 녹색성장위원회 김형국위원장, 환경부 이병욱 차관, 외교통상부 정래권 기후변화대사 등 환경 관련 주요 인사와 삼성전자 이윤우 부회장, 최지성 사장, 권오현 사장 및 임직원 등 250여명이 참석했다.

그 동안 지구온난화로 대표되는 환경위기, 자원 고갈 위기가 심화되어 인류 생존을 위협하는 수준에 이르고 글로벌 금융위기에 따른 경기 침체를 겪고 있어, 이를 극복하기 위한 사회, 경제 전반에 걸친 새로운 패러다임의 전환이 요구되고 있어 삼성전자는 이러한 시대적 요구에 발맞추어 지속가능경영을 위한 녹색경영 비전을 선포하였다.

이 날 삼성전자는 “Creating New Value through Eco-Innovation (친환경 혁신활동을 통한 새로운 가치 창출)”이라는 녹색경영 비전을 발표했으며, 이는 협력회사, 제품 생산, 물류, 소비자 사용, 폐제품 처리 등 Supply Chain 전반에 걸쳐 환경을 고려한 혁신 활동으로 고객에게 새로운 가치를 제공하는 것을 목표로 한다.

또한 삼성전자가 사람과 자연을 존중하는 기업 활동을 통해 인류의 풍요로운 삶과 지구 환경 보전에 이바지하겠다는 각오를 의미하는 “PlanetFirst”라는 슬로건을 발표했다.

이러한 비전 아래 ▶ 사업장·제품 사용 시 온실가스 감축 ▶ 친환경제품 출시 확대 ▶ 친환경 연구개발 및 녹색 사업장 구축 투자 ▶ 협력회사 녹색경영 파트너십 강화 등 5개년 (2009~2013년) 4대 핵심 추진 과제를 수립하였다. 4대 핵심 추진 과제를 실천하기 위해 사업장 온실가스 배출량을 2008년 대비 2013년까지 매출 원단위 기준 50% 감축하기로 하고 반도체, LCD사업장 등에서 발생하는 PFC, SF6 등 지구온난화 가스를 처리하는 설비를 도입하고, 에너지 저효율 제조설비 교체, 고효율 설비 도입 등을 통해 사업장 에너지 사용량을 절감할 계획이다.

소비/대기전력 절감기술을 적용하여 2009년부터 2013년까지 5년간 에너지 효율을 40% 절감하여 제품사용 시 기사용으로 인해 발생하는 온실가스 배출을 8천4백만톤을 절감할 계획이며 이를 위해 TV, 냉장고, 에어컨 등 전제품의 에너지효율을 높이고 대기 전력도 1W 수준에서 0.5W 이하로 낮추기로 했다.

또한 전제품 대상으로 저전력 설계, 친환경 소재, 재생원료 사용 확대 등을 적용한 세계 최고 수준의 친환경 제품 출시를 확대할 방침이며, 이를 위해 글로벌 환경 마크 인증 기준 이상의 친환경 제품인 Good Eco-Product 출시율을 현재 50% 수준에서 100%로 확대할 방침이며, 미국, 중국, EU 등 주요 글로벌 친환경 마크 인증 취득을 강화할 예정이다.

특히 녹색경영 추진을 위한 연구개발과 녹색사업장 구축에 2013년까지 5.4조원을 투자, 친환경 제품 출시 확대를 위한 연구 개발에 3.1조, 온실가스 감축 및 에너지 고효율설비 도입 등 녹색사업장 구축에 2.3조원을 투자할 계획이다. 한편, 협력회사 녹색파트너십 강화를 위해 2013년까지 전 협력회사에 대해 ISO 14001과 OHSAS 18000 등 환경경영시스템 인증 취득 지원과 녹색경영 관련 교육 실시, 온

실가스 Inventory 구축을 지원할 계획이다.

삼성전자 이윤우 대표이사 부회장은 “삼성전자는 친환경 제품 출시 확대, 온실가스 감축, 고객에 새로운 가치 제공 등 인류사회와 지구환경을 배려하는 창조적 녹색경영을 추진하여 2013년에는 존경받는 글로벌 Top 녹색 기업이 될 것”이라고 말했다

북경 지하철에 최첨단 대형 디스플레이 솔루션 수주



삼성전자가 ‘중국시장=저가전략’이라는 등식을 깨고 경쟁사 대비 20% 높은 가격으로 중국 북경 지하철 1,2호선 대규모 디스플레이 공급 계약을 성사시키며, 전 세계 영상디스플레이 분야의 진정한 프리미엄 브랜드임을 다시 한 번 증명했다.

삼성전자는 지난 5월 14일 중국 북경지하철 1, 2호선 플랫폼의 지하철 운행 정보 및 광고 방송을 목적으로 하는 초대형 디스플레이 및 솔루션 공급 계약권을 수주, 이번 달부터 대형 디스플레이(Large Format Display: 이하 LFD) 제품 700대를 공급한다고 밝혔다.

북경지하철은 1, 2호선은 중심지인 천안문, 왕푸징, 서단 등 중국에서 가장 중요한 지역을 통과하고 있는 핵심 노선으로, 브랜드 노출에 따른 파급효과는 물론 현재 진행 중인 중국 내 다른 지역의 대규모 디스플레이 공급권 획득에도 유리한 고지를 선점하게 되었다.

디지털 정보 디스플레이(Digital Information Display) 혹

은 디지털간판 이라고도 불리는 LFD(대형 디스플레이: Large Format Display)는 공항, 쇼핑몰, 관공서, 대형빌딩 등 공공장소에 설치되어 정보 전달, 광고 등을 목적으로 하는 B2B용 대형 디스플레이 장치를 말하며, 공항의 항공기 이착륙 정보용 모니터, 쇼핑몰의 안내용 터치스크린 등도 이에 포함된다.

LFD는 가정이 아닌 공공 장소에 설치되는 특성상 일반 TV에 비해 대형 인치를 필요로 하며 장시간 작동에도 견딜 수 있는 신뢰성과 여러 디스플레이를 동시에 조작 및 관리하는 소프트웨어 기술 등이 필요한 최첨단 솔루션 제품이다.

특히 일일 15시간 이상 가동되는 지하철용 디스플레이는 일반 TV대비 긴 수명을 요하며, 지하의 먼지, 습기 및 진동에도 강해야 하는 등 최첨단의 디스플레이 기술력을 필요로 한다.

삼성전자가 이번에 공급하는 LFD 제품(MX-2)은 일반 TV대비 50% 이상 수명이 긴 DID 전문 패널을 채택, 혹독한 환경에서도 최상의 품질을 유지할 수 있는 공공장소용 전문 디스플레이 장치다.

뿐만 아니라 LFD는 단순 디스플레이 기능만 갖춘 TV와는 달리 네트워크를 이용해 중앙에서 수백~수천대의 디스플레이를 손쉽게 관리할 수 있는 기능은 물론 전용 소프트웨어를 탑재해 열차시각, 뉴스 및 광고 등을 편리하게 관리하고 방송할 수 있다.

따라서 긴 수명은 물론 콘텐츠 관리 측면에서도 지하철, 공항 등 공공장소에 적합한 최적의 솔루션 제품이다. 이번 북경 지하철 1, 2호선 수주 경합에서 삼성전자는 경쟁사 대비 20% 이상 높은 가격에도 불구하고, 혹독한 사용 환경을 버틸 수 있는 최적의 제품인 LFD를 공급해야한다는 원칙을 고수해 수주에 성공했다.

삼성전자 영상디스플레이사업부 B2B마케팅그룹 김진환

상무는 "경쟁사들이 중국에서는 무조건 저가격 정책을 고수하는 상황 속에서도 '품질에 대한 신뢰는 선진·선홍 시장을 막론하고 통한다' 라는 믿음으로 품질과 기술력으로 승부했다"며, "TV, 모니터, LFD가 모두 전 세계 1등에 오른 삼성전자 디스플레이 제품의 첨단 기술력과 브랜드 가치를 바탕으로 중국 B2B 시장에 최고의 제품을 공급하겠다"고 밝혔다.

한편 시장조사 기관인 디스플레이서치에 의하면 삼성전자는 32인치 이상 LFD 시장에서 올 1분기 사상 최초로 금액, 수량기준 모두 세계 1위에 올랐으며, 중국 시장에서도 수량 기준 14.6%, 금액 기준 17.4%를 차지했다.

특히, 삼성전자는 중국에서 경쟁업체 대비 최고 50%이상 더 높은 평균 판매 가격을 기록하면서 큰 격차로 1위를 유지, '중국=저가전략'이라는 등식을 깨고 TV, 모니터에 이어 최첨단 디스플레이 분야인 LFD에서도 세계 1위의 프리미엄 브랜드로서의 입지를 확고히 하고 있다.

(주)휴맥스, 씨앤엠에 디지털 HD셋톱박스 공급



휴맥스는 수도권 최대 케이블TV 방송사업자인 씨앤엠에 151억원 상당의 디지털 케이블 방송

용 HD(고화질) 셋톱박스를 공급키로 했다고 밝혔다.

이번 제품은 수신제한장치(CAS) 일체형 셋톱박스로 오는 11월부터 공급을 시작한다.

지금까지 국내 케이블방송사에 공급되는 셋톱박스는 정부 정책에 의해 CAS를 분리 또는 교환하도록 규정되어 있어 방송사업자들은 셋톱박스 외에 추가비용을 부담해야 했다. 이에 정부는 지난 해 말 사업자들의 비용 부담 완화와 케이블 방송의 디지털 전환을 촉진하기 위해 분리 규제를 완화한 바 있다.

이 제품은 기존에 케이블 시장에 공급해 온 제품과 같이 고효율의 압축 기술인 H.264 기반의 HD 셋톱박스로 양방향 데이터 서비스 및 주문형비디오(VOD) 기능 구현이 가능하다.

휴맥스 관계자는 "내장형 제품의 공급으로 케이블 방송사업자들이 비용에 대한 부담을 줄이고, 기술적인 안정성을 높일 수 있게 됨으로써 케이블 방송의 디지털 전환에 어느 정도 탄력을 받을 수 있을 것으로 기대하고 있다"고 말했다.

한편, 씨앤엠은 수도권 최대의 케이블TV 방송사업자(MSO)로 60만명이 넘는 디지털TV 가입자를 확보하고 있으며, 국내 유료 방송사업자 중에서 가장 많은 20만명 이상의 HD 방송 가입자를 확보하고 있다.

LG전자, '모바일 월드컵 2009' 본격 개최



LG전자가 전세계 문자 빨리 보내기 챔피언을 뽑는 '제2회 LG 모바일 월드컵 2009(LG Mobile Worldcup 2009)'를 14일 인도네시아

지역대회를 시작으로 본격 개최한다.

'휴대폰으로 나누는 즐거움(Sharing Fun through Mobile Technology)'이라는 주제로 펼쳐지는 모바일 월드컵은 참가국 수를 지난해 4개국에서 올해 16개국으로 대폭 확대했다. 총 상금도 100만 달러(약 13억원) 규모로 키워 명실상부한 전세계 엄지족들의 대축제로 격상시켰다. LG전자는 오는 11월 미국에서 각 국가별 우승, 준우승자들을 초청한 가운데 진정한 세계 챔피언을 뽑는 'LG 모바일 월드 챔피언십(LG Mobile World Championship)'을 펼칠 계획이다. 이 대회 총 상금은 10만 달러(약 1억3천만원)이며, 우승자의 문자 기록은 세계 기네스북에 등재된다. LG전자는 문자 빨리 보내기 외에도 게임 전문업체인 EA사가 제작한 휴대폰 게임 대회, UCC영상 및 사진 콘테스트인 '모바일 팝 아트(Mobile POP ART)', 유명 연예인이

참여하는 갈라 콘서트(GALA Concert) 등 다채로운 이벤트를 진행할 계획이다.

또한 행사기간 동안 온라인 소셜 네트워킹 사이트(SNS)인 '페이스북'에서 '넘버(Number)', '오케이(Okay)', '센드(Send)', '엔드(End)' 등 매주 휴대폰과 관계된 주제로 사진 콘테스트를 진행한다.

한편, 14일부터 4주간 진행되는 인도네시아 대회는 LG 모바일 월드컵 공식 홈페이지(www.lgmobileworldcup.com) 또는 유명 전자 쇼핑몰인 '엠베세데 몰(Ambassador Mall)'과 'FX몰'의 전용 부스에서 참여 가능하다.

LG전자는 매주 문자를 가장 빨리 보낸 50명씩 선발, 8월 15일 '자카르타 시어터(Jakarta Theater)'에서 1억 루피아(Rupiah, 약 1,000만원)의 상금을 놓고 우승자를 선발하게 된다.

LG전자 MC사업본부 안승권 사장은 "LG 모바일 월드컵은 '문자'라는 친숙한 휴대폰 기능으로 전세계 소비자들에게 '즐거움'이라는 새로운 모바일 문화를 소개하는 축제"라며, "남녀노소 누구나 참가할 수 있는 참신한 마케팅을 통해 소비자에게 한층 친근한 브랜드로 자리잡을 것"이라고 말했다.

LG전자, 하노이 랜드마크 타워에 시스템 에어컨 공급



LG전자가 베트남에서 대규모 시스템 에어컨 공급 계약을 따내는 쾌거를 올렸다.

LG전자는 최근 베트남의 수도 하노이에서 경남기업이 건설 중인 '하노이 랜드마크 타워(Hanoi Landmark Tower)'에 약 700만 달러 규모의 시스템 에어컨 공급 계약을 체결했다.

이 곳에 공급될 '멀티 브이 미니(Multi V Mini)' 제품은 기존 대비 제품크기를 54%가량 줄여 높은 공간 활용성을 자랑한다. 특히, 고효율 저소음의 인버터 기술을 적용, 기존 대비 연간 에너지 소비량을 최대 20%가량 절감시켜 제품 우수성을 인정받았다.

또, LG전자는 연말까지 프로젝트 관련 엔지니어를 대상으로 'LG시스템 에어컨 아카데미'에서 시스템 설계, 설치 등의 교육을 완료할 예정으로, 서비스 대응력 부문에서도 높은 평가를 받았다.

'하노이 랜드마크 타워'는 사무실 빌딩 1개 동, 주거용 빌딩 2개 동으로 구성된 고급 주상복합 건물로 2010년 완공 예정이다. 2010년에 '하노이 정도(定都) 1000주년' 기념 행사가 개최될 장소로 베트남의 새로운 랜드마크로 주목 받고 있다. 한편, LG전자는 지난 달 베트남 호치민 지역에 'LG 시스템 에어컨 아카데미(LG CAC Training Academy)'를 개소하며 현지 서비스 경쟁력 강화에 나섰다.

이 곳은 2006년도 설립한 하이퐁(Haiphong) 지역의 'LG 시스템 에어컨 아카데미'와 함께 베트남 지역 시스템 에어컨 관련 영업 및 설치, 사후관리 전문가를 육성, 지원하는 중추역할을 하게 된다.

LG전자 아시아지역본부장 남영우 사장은 "LG전자 시스템 에어컨의 기술력과 현지 마케팅의 시너지 효과가 본격적인 성과를 보이고 있다"며 "고객 인사이트를 반영한 지속적인 제품 출시 및 우수한 공조 전문 인력 확보를 통해 베트남은 물론 아시아 지역 에어컨 시장을 선도해 나갈 것"이라고 강조했다.