

삼성, 新개념 렌즈 교환식 카메라로 국내 카메라 시장 석권 선언



삼성디지털이미징이 新개념 렌즈 교환식 전략 카메라 'NX10'을 국내에 출시하며, DSLR을 포함한 국내 전체 카메라

시장에서 2011년 1위 달성을 선언했다.

삼성디지털이미징은 19일(화) 삼성전자 서초사옥에 위치한 홍보관 딜라이트에서 신제품 발표회를 열고, 고화질, 휴대성, 사용편의성을 갖춘 전략 카메라 'NX10'으로 새로운 카메라 영역을 창출하며 시장을 주도하겠다고 밝혔다.

최근 컴팩트 카메라처럼 사용하기 편리하고 작고 가벼우면서도 DSLR처럼 전문가 수준의 화질과 성능을 갖춘 카메라에 대한 소비자 요구사항이 증가하고 있으며, 이를 위한 新개념 카메라가 새로운 트렌드로 떠오르고 있다.

이러한 소비자들의 니즈를 충족시킬 삼성디지털이미징의 新개념 렌즈 교환식 카메라 'NX10'은 기존 DSLR(디지털 일안반사식) 보다 두께(3.9cm), 무게(353g)를 40% 이상 줄였다.

특히, DSLR에 사용되는 APS-C(Advanced Photo System type-C:디지털 카메라 이미지센서의 사이즈 규격에 대한 통칭) 규격의 1,460만 화소 대형 이미지 센서를 채용해, DSLR의 고화질은 유지하면서도 컴팩트 카메라처럼 사이즈가 작고 사용하기 편리한 새로운 개념의 렌즈 교환식 카메라다.

삼성디지털이미징은 NX10 개발을 통해 교환 렌즈, 이미지 센서, DSP(이미지 처리 프로세서) 등의 카메라 핵심 부품은 물론 광학 설계 초정밀 렌즈 가공, 이미지 처리 알고리즘 등의 핵심 기술까지 독자 개발에 성공하여 카메라 일류화를 위한 확고한 기반을 갖추게 되었다.

전 세계 新개념 카메라 시장은 2010년 1백만대에서 2012

년 5백만대, 2015년에는 9백만대 규모로 연평균 55% 이상 급격히 성장하며, DSLR 시장 규모에 육박할 정도로 커질 것으로 전망된다.

삼성디지털이미징은 이처럼 급속히 확대되는 신규 시장에서 주도권을 확보하기 위해 차별화된 마케팅을 전개하고 강력한 유통망을 활용하여, 출시 첫 해 국내 新개념 카메라 시장에서 M/S 50% 이상을 달성하며 돌풍을 일으킬 방침이다.

먼저 「Why Capture? Create!」라는 온·오프라인 캠페인을 통해 카메라가 '단순히 사진을 찍는 도구'가 아니라 자신만의 이야기를 만드는 '창조적인 도구'로 소비자에게 다가갈 수 있도록 차별화된 감성 마케팅을 전개한다.

국내에서는 지난 해 히트 제품 '블루 미러'의 광고 모델이었던 한효주가 등장하는 광고를 오는 2월부터 TV, 극장, 온라인 등에 전개해 NX10의 장점과 편리함을 친근하게 알릴 계획이다.

1월 20일(수) 일반 소비자 500명을 대상으로 하는 대규모 런칭 행사를 시작으로 체험단 활동, 사진 강좌, 출사 행사, 사진 공모전 등의 이벤트를 통해 일반인도 전문가 수준의 사진을 쉽게 찍을 수 있다는 것을 적극적으로 알릴 예정이다.

그리고 삼성전자의 전국적인 유통망을 활용하여 소비자가 더욱 쉽게 NX10을 체험하고 구매할 수 있게 할 계획이다.

삼성디지털이미징 박상진 사장은 "철저한 소비자 조사와 사용자 요구사항을 기반으로 자신있게 선보이는 NX10은 삼성의 기술력을 결집해 독자 개발한 전략 제품"이라고 강조하며, "지난 해 컴팩트 카메라 시장에서 '듀얼 LCD'라는 획기적인 아이디어로 돌풍을 일으킨 것처럼 올해는 新개념 렌즈 교환식 카메라 NX10을 히트 상품화하여 카메라 사업의 일류화를 앞당길 것"이라고 밝혔다.

삼성 하우스엔 에어컨 ZERO, 4계절 에어컨으로 2010년 에어컨 시장 주도

삼성전자는 1월 12일 서초동 삼성전자 다목적홀에서



DAS(Digital Air Solutions) 사업팀 문강호 전무와 임직원들이 참석한 가운데 기존 에어컨 패러다임을 전환시킬 '2010년형 삼성 하우젠 에어컨 신제품 발표회'를 가졌다.

작년 말, TV 티저 CF를 통해 '제로가 무엇인가?'라는 궁금증을 증폭시켰던 삼성전자는 이번 신제품 출시를 통해 무더위는 물론 바이러스, 냄새, 먼지, 전기료에 대한 소비자의 걱정을 제로화 하는 완벽한 Air Solution을 지향하는 혁신적 에어컨을 선보였다.

이번에 공개한 '2010년형 삼성 하우젠 에어컨 ZERO'는 삼성전자만의 독자적 기술을 집대성한 혁신 제품으로, 에어컨이 집안의 공기를 전체적으로 관리하는 4계절 가전으로 진화하면서 냉방력 뿐만 아니라 공기의 질과 디자인까지 고려했다.

삼성 하우젠 에어컨 ZERO는 혁신적 유해물질 제거 기술인 워터클린 기술을 채용해 에어컨 가동시 발생하는 불쾌한 곰팡이 냄새를 제거했다. 삼성전자가 독자적으로 개발한 워터클린은 물만 넣으면 살균수로 변환시켜 열교환기를 세척하는 방식으로, 세균 번식의 온상인 에어컨 내부의 열교환기가 워터클린 장치에서 전환된 살균수로 자동 청소돼 각종 곰팡이와 세균의 번식을 막는다.

2010년형 삼성 하우젠 에어컨 ZERO에는 기존 헤파 필터보다 약 2배 이상 큰 제로필터를 채용했다.

제로필터는 에어컨 주변의 일부 먼지만 걸러 주는 기존 헤파 필터와 달리 에어컨의 냉방면적과 같은 면적의 공간을 커버할 수 있어 집안 전체의 미세먼지를 제거해준다. 삼성 하우젠 에어컨의 제로필터 기능은 많은 먼지가 유입되는 봄과 가을에도 에어컨을 유용하게 사용할 수 있도록 해주며, 필터를 따로 교체할 필요가 없고 물로만 세척 가능해 간편하고 유지비를 절약할 수 있다는 장점이 있다.

또한, 삼성 하우젠 에어컨 ZERO는 활성수소와 산소이온

을 대량으로 발생시켜 공기 속 바이러스와 세균 및 알레르기 원인물질을 완벽하게 제거하는 '슈퍼청정기술 SPI'를 적용시킨 바이러스닥터 기능을 채용해 공기 중의 각종 바이러스를 99% 이상 제거한다.

2010년형 하우젠 에어컨은 2대의 카메라와 U맞춤센서로 공간 내 사람 수와 위치를 정밀하게 센싱하여 바람의 방향, 세기를 전환, 편리하게 냉방 환경을 자동 제어, 최적의 실내 환경을 유지시켜준다.

센서 기능으로 기존대비 냉방속도를 최대 35% 줄일 수 있어 에너지 소비효율 1등급을 획득했으며, 실내 온도에 따라 바람의 양과 세기를 스스로 조절하는 인버터 모델의 경우 최대 75%까지 전기료를 절약할 수 있다.

특히, 삼성 하우젠 에어컨의 공기청정 기능은 한 달 내내 사용해도 23평 12시간 사용기준 전기료가 2,560원 밖에 들지 않아 에어컨을 4계절 공기청정기로 활용하는 소비자들의 부담을 줄여 준다.

2010년형 삼성 하우젠 에어컨은 외관에도 군더더기 없이 심플하고 절제미가 돋보이는 디자인을 적용시켰다.

'눈·얼음·바람'의 이미지를 연상시키는 투명감 있는 3D 입체 패턴을 채용해 미니멀 디자인의 완벽함을 추구하고, 가구 색상과의 조화에 민감한 소비자들을 위해 기존 가구와 어울릴 수 있는 퍼플 브라운과 크림 화이트 색상을 도입했다.

에어컨 작동 시 전면 패널 상부에는 상들리에처럼 빛이 반짝이고, 하부에는 Mood 조명이 은은한 빛을 발해 거실 Mood등으로 사용할 수 있어 인테리어 가전으로의 활용 가치도 높다.

또한, 유리에 도로로 인쇄하던 기존의 디자인 방식에서 탈피, 도어 전면에 LED TV 등에 적용해 가전제품의 새로운 트렌드로 자리 잡은 크리스탈 로즈 디자인의 친환경 소재를 적용했다.

특히 삼성 하우젠 에어컨 ZERO는 다이아몬드형 몸체로 구성돼 벽 모서리에 딱 맞게 설치할 수 있어 공간 활용도가 뛰어나며, 에어컨 작동 시 전면 슬라이딩 도어가 좌우 U자

형으로 움직이는 등, 동작 측면에서도 감각적인 디자인을 선보이고 있다.

미국 바이킹과 전략적 제휴 체결



LG전자가 2014년 빌트인 가전 사업조원 매출을 목표로 본격적인 시장 공략에 나섰다.

LG전자가 세계적인 빌트인 가전

업체인 바이킹레인지(Viking Range, 이하 바이킹)사와 전략적 제휴(strategic alliance)를 맺었다.

바이킹은 1984년에 설립된 미국의 글로벌 기업으로 전세계 최상위층 고객을 대상으로 일반 빌트인 가전보다 약 30%이상 고가의 최고급 빌트인 주방가전 제품을 판매하고 있다.

양사는 빌트인 가전 사업 분야에서 포괄적인 협력을 강화하기로 하고 향후 기술교류, 자재공동구매, 제품상호공급(OEM 방식), 미국 내 바이킹 유통망 공유 등 전략적인 협력을 강화해 나가기로 합의했다.

특히, LG전자는 냉장고, 식기세척기, 오븐 레인지 등에 동일 디자인을 적용해 하나의 패키지(package)로 판매하는 고급 빌트인 주방가전 컬렉션인 'LG 스튜디오 시리즈(LG Studio Series)'를 2분기에 첫 출시하고 미국 전역에서 바이킹의 유통망을 통해 판매한다.

또, LG전자와 바이킹은 제휴를 통해 양사의 제품, 브랜드, 유통 분야의 강점을 극대화해 시장 경쟁력을 더욱 강화한다는 계획이다.

전세계 빌트인 가전 시장은 연간 400억 달러 규모로 추정되며 특히 미국은 전세계 빌트인 가전 시장의 약 25% 비중을 차지하는 중요한 시장이다.

LG전자는 바이킹과의 제휴를 계기로 미국은 물론 전세계 빌트인 가전 시장을 본격 공략, 2014년 빌트인 가전 사업

연간 매출 1조를 달성한다는 전략이다.

한편, LG전자는 현지시각 20일 미국 라스베이거스의 윈(Wynn) 호텔에서 HA(Home Appliance)사업본부장 이영하 사장, 바이킹레인지社 의 프레드칼(Fred Carl, Jr.) 회장 및 주요 거래선 관계자들이 참석한 가운데 'LG 스튜디오 시리즈(LG Studio Series)'를 첫 선보여 큰 호응을 얻었다.

이영하 사장은 이 자리에서 "최고급 빌트인 가전 제품의 아이콘(icon)인 바이킹과의 제휴를 통해 사업 역량을 한층 강화할 수 있게 됐다."며 "이번 협력을 전세계 시장 공략을 위한 분수령으로 삼고 성공 신화를 써 나갈 것"이라고 말했다.

프레드칼(Fred Carl, Jr.) 회장은 "최첨단 기술력을 기반으로 세계 최고의 생활가전 브랜드로 인정받는 LG전자와의 긴밀한 협력 관계를 통해 새로운 수익 창출의 기회를 얻게 될 것으로 기대한다"고 말했다.

LG전자, 유엔글로벌콤팩트(UNGC) 가입



LG전자가 기업의 사회적 책임 국제협약인 유엔글로벌콤팩트(UNGC, UN Global Compact)에 가입했다.

입했다.

21일 서울 여의도 LG트윈타워에서 LG전자 CRO 김영기 부사장, 박준수 노조위원장, 유엔글로벌콤팩트 한국협회 주철기 사무총장 등이 참석한 가운데 가입증서 전달식이 열렸다.

LG전자는 이번 가입으로 인권, 노동규칙, 환경, 반부패 등 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙을 준수하고 사회적 책임을 다하기 위한 국제기업활동에 적극 참여하게 된다. 또 LG전자는 이와 관련한 활동보고서를 매년 유엔글로벌콤팩트에 보고하게 된다.

유엔글로벌콤팩트는 지난 2000년 코피 아난 전 UN사무총장이 기업의사회적 책임에 대한 지지와 이행을 촉구하기 위해 만든 국제협약이다.

LG전자 CRO 김영기 부사장은 “유엔글로벌콤팩트가입계기로 다양한 사회적 책임활동을 실천할 계획”이라고 말했다.

메디슨. '2009 국가경쟁력 대상' 에서 지식경제부 장관상 수상



지난 12월 29일 '2009 국가경쟁력 대상' 에서 메디슨의 손원길 대표이사가 CEO 부문의 지식경제부 장관상을 수상하였다.

2009 국가경쟁력대상은 창조적인 경영혁신과 남다른 경쟁력 강화노력을 펼쳐온 기업 및 기관의 최고경영자에 수여되는 상으로, 메디슨은 각 분야를 선도하는 높은 경쟁력과 적극적인 경영혁신, 꾸준한 사회공헌활동에서 우수한 평가를 받았다.

특히, 메디슨의 손원길 대표이사는 직원들의 자기계발 지원과 세계적인 연구개발(R&D) 인프라 구축, 창조적 조직문화 구축 등 다양한 경영혁신을 실천함으로써 메디슨을 글로벌 의료기기 전문기업으로 도약시키는 데 탁월한 성과를 제시하였다.

메디슨 손원길 대표이사는 “메디슨은 21세기 대한민국의 신성장 동력인 의료산업의 첨병으로서 국가 경쟁력 강화를 위해 앞으로도 더 많은 노력을 하겠다.”며, “국내 의료기기 산업의 만행으로서의 굳은 책임감을 가지고, 세계적인 의료기기 전문기업으로 성장하기 위해 더 많은 노력을 기울이겠다.”고 수상소감을 밝혔다.

업계 최저전력 16비트 DSP 2종 출시



TI 코리아 (대표이사 김재진, www.tikorea.co.kr) 2010년 1월 21일 TI는 업계 최저전력 16비트 디지털 신호 프로세싱(DSP) C5000 플랫폼에 TMS320C5514 및 TMS320C5515 2개의 새로운 디바이스를 추가한다고 밝혔다. 또한 고객의 신속한 개발을 위해 전 기능을 갖춘 TMDXEVM5515 평가 모듈과 저가형 TMDX5515EZDSP를 포함한 2개의 평가 옵션을 발표했다.

이들 새로운 저전력 TMS320C55x DSP는 최대 120MHz까지 20% 성능 향상을 달성함으로써 통합 수준을 높이고 시스템 개발을 용이하게 한다. 이는 고객이 매우 낮은 전력 수준을 유지하면서 음성, 오디오 및 휴대형 통신 애플리케이션에 인코드/디코드 알고리즘을 추가하거나 또는 의료용 완제품에서 보다 많은 실시간 진단을 가능하게 하는 기능 등을 추가할 수 있도록 한다. 이 디바이스는 또한 온칩 LDO와 동적 전압 및 주파수 스케일링 등과 같은 전원관리 기능을 통합함으로써, 고객이 휴대형 기기의 배터리 수명을 극대화하고 효율적으로 관리할 수 있다.

LS전선, 南호주 초고압 케이블PJT 수주



LS전선(대표 구자열)은 호주 남호주주 전력청으로부터 주도(州都)인 애들레이드(Adelaide)市에 275kV 급 지중(地中) 케이블을 7,200만 호

주 달러(약 754억원)에 공급하는 턴키 공사를 수주했다고 5일 밝혔다.

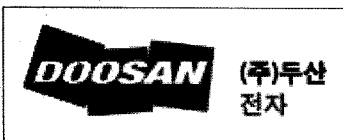
LS전선은 애들레이드시 인근 토렌스 섬(Torrens Island) 발전소에서 시 근교 서부 변전소까지 18Km 구간에 지중 케이블을 설치, 2011년 12월 준공 예정이다. 이는 호주 남부 지역 최대의 초고압 케이블 프로젝트로 이번 공사는 애들레이드시의 증가하는 전력 수요와 낙후된 설비로 인한 비상(정전) 사태를 대비하기 위한 것이다.

호주와 뉴질랜드에서는 전력 케이블들이 30년 이상 되어 교체 수요가 늘고 있는 가운데 지상에 전주를 설치해야 하는 가공(架空) 케이블에 비해 토지 소유자들이나 환경과 안전 등에 미치는 영향을 대폭 줄일 수 있는 지중 케이블이 선호되고 있다.

최명규 LS전선 전선사업본부장(부사장)은 "이번 프로젝트는 LS전선이 초고압 지중 케이블의 시공능력과 기술에 대한 신뢰를 바탕으로 유럽과 일본의 주요 전선업체들과 경쟁하여 수주하였다는 데 큰 의미가 있다"고 말했다. LS전선은 1991년 국내 업체의 첫 호주 초고압 케이블 프로젝트인 애들레이드 66kV급 공사를 성공적으로 완료한 바 있다.

LS전선은 지난 해 호주 최대 수력 발전회사인 Snowy-Hydro社와 뉴질랜드 전력청으로부터 각각 330kV급과 220kV급 프로젝트를 수주하는 등 오세아니아 지역에서 약 5,000만 호주 달러(약 520억원) 규모를 수주하고 시드니에 지사를 설립하는 등 이 지역에 대한 마케팅을 강화하고 있다.

두산 전자BG SCM 혁신 프로젝트



두산 전자BG는 지난 2007년부터 체질변화를 위한 공급망혁신(SCM) 혁신 프로젝트

에 착수했다. SCM 혁신에 필요한 시스템 구축과 함께 생산부터 영업에 이르는 전사 프로세스 개선을 목표로 했다.

2008년 하반기부터는 동박적층판(CCL) 사업부가 월 단

위 판매생산계획(S&OP) 회의를 매주 수요일 오후마다 진행하고 PDSC(Plan-Do-See-Check) 체계에 따른 실적대비 실행 현황을 분석하도록 했다. 지난해 하반기에는 CCL 부문 외 타 부문에도 주 단위 S&OP 체계를 확산해 올 초부터 전사 모든 사업부가 주 단위 S&OP를 통해 판매 계획과 생산 계획을 세우고 지난 실적을 평가한다.

김덕현 두산 전자BG SCM팀장은 "전사적자원관리(ERP)와 생산관리시스템(MES)이 실적 중심의 과거 데이터라면, SCM을 통해 수요관리 능력을 높이는 것은 미래에 대한 경쟁력을 확보하기 위한 것"이라며 "S&OP 프로세스를 통해 전사 핵심성과지표(KPI)를 분석·보고하고 실적대비 미래계획을 주 단위로 관리하는 체계를 통해 빠른 기업으로 변모한 것"이라고 설명했다. 월 단위 S&OP에서는 향후 1년치 수요 예측을, 주 단위 S&OP에서는 향후 13주치 수요예측을 하고 있다. 차주 1주일치의 일 단위 생산계획도 수립한다.

작년 하반기부터는 화상회의를 통해 글로벌 S&OP 회의를 진행하고 있다. 이 S&OP 회의에는 김학철 대표(BG장)부터 전사 임원이 한 자리에 모이는 만큼 실적과 계획 데이터의 정확성을 갖추고 어떤 임원의 심층 질의에도 대응할 수 있는 철저한 준비가 필요해졌다.

더구나 월 단위로 이뤄지던 업무가 한 주안에 이뤄져야 하는 만큼 약 4배로 많아진 업무량을 소화해야 하는 실무자들의 변화관리가 쉽지 않았다. 송재길 S&OP 팀장은 "계획대로 실행하도록 지속적으로 PDSC 과정을 반복하는 것이 S&OP 프로세스의 핵심"이라고 강조하며 강력한 실행력을 기반으로 S&OP가 전사 의사결정의 축으로 자리잡도록 했다. S&OP 회의를 위한 포털 시스템도 구축했다. 엑셀로 자료를 준비할 때와 비교해 보면, 회의 자료 준비 시간을 단축하고 짧은 시간에도 더 효과적인 의사결정을 할 수 있게 됐다.

S&OP 프로세스뿐 아니라 수요와 공급에 관련된 핵심 프로세스를 중심으로 기준정보를 표준화하고 샘플 주문 프로세스, 긴급 주문 프로세스 등에 소요되는 시간을 단축하기 위한 프로세스 혁신에도 중점을 뒀다.