

고객의 특별한 라이프 스타일 삼성전자가 새롭게 창조합니다

시장과 제품의 탁월한 리더십으로 세계 전자산업을 이끌어갑니다
2007년, 삼성전자는 디지털 미디어와 정보통신, 생활가전과 반도체, LCD 전 사업부문에서
고른 성장을 이루며 사상 최대의 경영실적을 달성했습니다. 삼성전자의 시장이 넓어지고 성과가 높아지는 만큼
고객의 생활은 더욱 풍요로워지고 고객의 업무는 보다 편리해졌습니다. 앞선 기술과 탁월한 제품력,
우수한 마케팅 역량이 집약된 삼성전자의 혁신적인 프리미엄 제품들은 새로운 사업 기회를 창출하고
독창적인 라이프 스타일을 창조하며 고객에게 더 많은 혜택, 더 많은 행복을 선사할 것입니다.

thinking	smarter for you
----------	-----------------





디지털 미디어 digital media

2007 주요 뉴스

5월 18일

초소형 컬러 레이저 복합기 '레이' 출시 :::: 콤팩트한 크기와 세련된 디자인의 초소형 컬러 레이저 복합기 '레이'를 출시했습니다. 독자 개발한 노노이즈 기술을 적용, 소음을 크게 줄였으며 USB 다이렉트, 신분증 복사 등 편리한 기능을 두루 갖추고 있습니다.

6월 11일

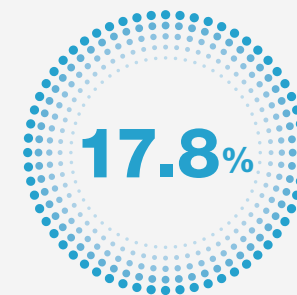
러시아 현지 TV공장 건설 :::: 러시아·CIS지역의 급성장하는 디지털 TV 현지 수요에 대응하기 위해 러시아에 TV공장을 신설하기로 했습니다. 이 공장은 2008년 10월에 준공될 예정이며, 2010년까지 TV 220만 대 생산을 목표로 하고 있습니다.

세계 시장에서 검증된 제품력과 차별화된 디자인을 기반으로

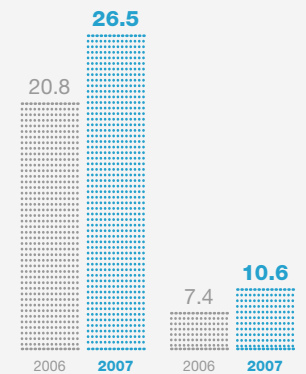
사용자 환경과 연결 편의성을 더욱 발전시켜

보다 쉽고 간편한 사용자 경험을 창조하고 있습니다. 디지털 컨버전스의

새롭고 즐거운 감동, 삼성전자 디지털 미디어가 선사합니다.



2007년 TV 세계 시장점유율
[매출액 기준]



매출액
[조 원]

영업이익
[천억 원]

TV와 IT 산업의 글로벌 리더

삼성전자는 2007년, 평판 TV의 높은 성장세를 기반으로 LCD 모니터, 디지털 AV, 레이저 프린터, 노트북 PC 등 전략 제품들이 고르게 성장함으로써 디지털 미디어 부문에서 사상 최대의 경영 성과를 실현했습니다. 매출액은 전년 대비 26% 성장한 26조 5132억 원을 달성했으며, 영업이익은 무려 43% 신장한 1조 616억 원을 기록한 것입니다.

평판 TV가 확고한 경쟁력 우위를 바탕으로 금액 기준으로는 8분기 연속, 수량 기준으로는 7분기 연속 1위를 유지하며 전체 TV, 평판 TV, LCD TV 분야에서 모두 세계 1위에 오르는 성과를 달성했습니다. 모니터에서도 5분기 연속 세계 1위를 유지하며 2위 업체와의 격차를 확대하였고 컬러 레이저 프린터는 세계 시장점유율 2위를 확고히 하였습니다. PC에서도 노트북 PC의 자가 수출 확대로 역대 최대의 매출을 기록했고 디지털 AV에서도 제품 경쟁력 강화를 통해 MP3 플레이어 등 주요 제품이 세계 시장에서 좋은 반응을 얻었습니다.

창조적이고 혁신적인 기술, 아름답고 세련된 디자인의 디지털 미디어 제품들은 세계 유수의 전문가로부터 호평을 받아 LCD TV, 홈시어터가 EISA 어워드를 수상했으며 CES2007에서는 MP3 플레이어를 비롯한 8개 제품이 혁신상을 수상했습니다. 또한 iF 디자인 어워드에서도 모니터를 비롯한 다양한 제품이 수상하는 영예를 안았습니다.



보르도 650 풀 HD LCD TV

크리스탈 느낌의 TV 신소재와 친환경적 디자인 공법을 접목한 '크리스탈 로즈' 디자인에 크리스탈 블랙패널, 스피드 백라이트, DNIe Pro, 와이드 컬러 컨트롤 Pro 등 2008년 화질 신기술을 총 집합하여 완벽한 120Hz 풀 HD 영상을 구현하였습니다.

6월 15일

세계 최대 70인치 풀 HD LCD TV 출시 :::: 상용 제품으로는 세계 최대 크기인 70인치 최고급 풀 HD LCD TV를 출시했습니다. 업계 최초로 카멜레온 LED 백라이트 기술을 적용, 획기적인 명암비와 탁월한 동영상을 구현했으며, 소비 전력도 크게 절감할 수 있습니다.

8월 20일

보르도 LCD TV 500만 대 판매 돌파 :::: 명품 LCD TV ‘보르도’가 출시한 지 1년 4개월여 만에 글로벌 누계 판매 500만 대를 돌파했습니다. 2007년형 보르도 TV는 출시 5개월 만에 100만 대 판매를 돌파, 단일 모델로 최단 기간 밀리언셀러 달성 기록을 갱신했습니다.

아름다운 크리스털로 보는 세상

TV 시장은 디바이스간, 업체간 경쟁이 심화됨에 따라 메가 트렌드인 대형화, 고화질화가 더욱 빠른 속도로 진행되고 있습니다. 삼성전자는 LCD TV와 PDP TV로 대표되는 평판 TV의 폭발적 성장과 업체간 치열한 경쟁 속에서도 CRT, LCD, PDP, 프로젝션 등 모든 디바이스를 아우르는 제품 포트폴리오를 확보, 시장 요구에 적극적으로 대응함으로써 2년 연속 세계 1위를 유지할 수 있었습니다. 특히 주력 제품인 명품 LCD TV 보르도가 출시한 지 1년 4개월여 만에 판매 누계 500만 대를 돌파, 전 세계 TV 업계에서 유례를 찾아보기 힘든 독보적인 메가 히트 모델로 자리잡았습니다. 2008년에도 세계 TV 시장을 선도하기 위해 120Hz 풀 HD TV, LED TV, 3D PDP TV, 콘텐츠 TV 등 차별화된 신제품을 출시하여 기술 리더십을 공고히 하고 있으며, 보르도 TV의 혁신적인 디자인을 한 차원 더 진보시킨 ‘크리스털 로즈’ 디자인을 채용한 LCD TV, 세계적인 디자이너 조르지오 아르마니와 공동 개발한 명품 LCD TV도 출시하여 세계를 또다시 매혹시키고 있습니다. 이와 함께 유통 다원화와 거래선 협력 확대 등 마케팅 활동을 더욱 강화하며 시장 지배력을 계속 확대하고 있습니다.

세계 IT 산업의 진정한 강자

삼성전자의 LCD 모니터는 이제 세계에서 가장 많이 사용하는 모니터가 되었습니다. 2007년, 세계 LCD 모니터 시장에서 당당히 1위에 올라섰으며 미국에서는 5년 연속 최고 브랜드에 선정되는 성과를 올렸습니다. 독창적인 크리스털 로즈 디자인을 적용한 T시리즈를 출시, 기술 뿐만 아니라 디자인에서도 시장을 선도하고 있습니다. 앞으로 20인치 이상 대형 제품 비중을 늘리고 네트워크, 화상통화, 전문가용 모니터 등 특수 모니터 시장을 확대하여 세계 1위의 명성을 이어갈 계획입니다.

PC는 2007년에 노트북 수출 100% 자가 브랜드 전환과 수익성 개선에 성공하였습니다. 2008년에는 2세대 UMPC를 잇는 3세대 UMPC, 블루레이 노트북을 비롯한 다양한 제품군을 갖추고 중국, 동유럽, CIS 등 해외 시장을 적극 개척, 500만 대 이상 판매를 추진함으로써 규모의 경제를 이뤄나갈 것입니다.

차세대 전락 상품인 프린터에서도 디자인력과 기술력을 결합한 세계 초소형, 초슬림 모노 레이저 프린터와 모노 레이저 복합기가 시장에서 선풍적인 인기를 끌었습니다. 컬러 레이저 프린터도 시장점유율이 점차 확대되는 가운데 세계 초소형 컬러 레이저 프린터와 복합기를 선보여 세계 시장에서 좋은 반응을 얻고 있습니다. 아울러 기업용 프린터 시장에도 적극 진출하여 제품과 소프트웨어, 서비스를 포함하는 토털 솔루션을 제공할 수 있는 역량을 갖춰나가고 있습니다.



컬러 레이저 프린터(CLP-315K)

세련된 프리미엄 디자인에 우수한 공간 활용성을 자랑하는 세계 최소형 제품으로 문서나 사진의 고해상도 출력 기능은 물론 45Db의 저소음, 잉크젯 모델 대비 5.6배의 빠른 인쇄 속도를 지원합니다.



블루레이 플레이어(BD-P1500)

CD, DVD 재생은 물론 초고화질 블루레이 디스크를 재생하여 원본과 같은 최상의 화질을 제공하는 풀 HD 블루레이 플레이어로서, 보너스 뷰, 북마크 등 다양한 기능을 갖추고 있습니다.

43%

경쟁사 동급 제품 대비
사이즈 비율



와이드 비디오 MP3 플레이어(YP-P2)

3인치의 16:9 와이드 LCD 화면으로 동영상을 즐길 수 있는 블루투스 MP3 플레이어로, 독자적인 음질 기술인 DNSe 2.0, 터치스크린과 EmoTure™ UI를 적용하여 사용 편의를 더했습니다.



UMPC Q1 울트라

2세대 UMPC로 1세대 UMPC에 비해 휴대성과 LCD 해상도를 개선했으며 배터리 사용시간을 4시간 30분으로 확대하고 터치스크린과 퀴티 키패드를 채용하여 사용 편의성을 더욱 높였습니다.

8월 22일

모니터, 미국에서 5년 연속 최고 브랜드 선정 :::: 삼성전자 모니터가 미국 IT업계의 권위있는 상인 'ARC어워드'에서 제품 혁신성, 파트너십 채널 구축, 디스플레이 등 여러 분야에서 우수한 평가를 받아 5년 연속 최고 브랜드로 선정되는 성과를 올렸습니다.

12월 10일

사상 최고 점유율로 7분기 연속 세계 TV 1위 달성 :::: 디스플레이 시장의 발표 자료에 의하면, 2007년 3분기 세계 TV 시장에서 삼성전자가 금액과 수량 모두 1위를 차지하여 금액 기준 7분기 연속, 수량 기준 5분기 연속 1위를 차지했습니다.

디지털 AV의 새로운 시대 개막

세계 최초로 차세대 DVD인 블루레이 플레이어 제품을 출시, 세계 시장을 이끌어온 저력을 바탕으로 4세대 블루레이 플레이어를 앞서 개발하여 차세대 광기기 시장을 선도해 나갈 준비를 마쳤습니다. 향후 블루레이 플레이어를 TV 신제품, 홈시어터 등과 패키지로 연계하여 마켓 리더십을 강화해 나갈 계획입니다. 홈시어터에서도 풀 HD급의 고화질, 고음질 출력을 적용한 홈시어터를 선보인 데 이어 블루레이 일체형 홈시어터를 출시, 풀 HD TV에서부터 블루레이 플레이어, 풀 HD 프로젝터, HD 캠코더, 블루레이 홈시어터로 이어지는 HD 환경을 구축하였습니다.

MP3 플레이어에서도 블루투스 기능이 강화된 와이드 비디오 MP3 플레이어, 뮤직 웨어링 개념을 도입한 스피커 일체형 비디오 MP3 플레이어 등 혁신적인 제품으로 시장 지배력을 확대해 왔으며, 2008년에는 확고한 세계 2위 달성을 위해 노력하고 있습니다. 2007년 1200만 대를 판매하여 세계 3위에 오른 디지털 카메라는 고급 제품 비중을 확대하고 제품 경쟁력을 강화하는 한편, 전 부문에서 삼성테크윈과의 시너지를 극대화해 시장점유율과 프리미엄 브랜드 이미지를 동시에 높일 계획입니다.

최고의 디지털 미디어 기업을 향한 도전

2008년에는 세계 경기 침체로 소비가 축소되고 업체간 경쟁도 한층 심화될 것으로 전망됩니다. 이러한 어려움을 극복하고 TV 시장에서 3년 연속 세계 1위를 지켜가기 위해 120Hz LCD TV, LED BLU TV, LFD(Large Fomat Display) 등 다양한 하이엔드 제품을 지속적으로 출시하고 혁신적인 디자인과 차별화된 기능을 개발하여 시장 주도권을 계속 유지해 나갈 것입니다. 모니터, PC, 프린터 등 IT 분야에서도 B2B 시장을 적극 개척하여 기업과 일반 소비자 시장을 모두 선도할 수 있는 기반을 마련할 것이며, 디지털 AV에서도 앞선 기술을 바탕으로 혁신적인 제품을 계속 선보여 업계 리더의 위상을 강화해 나갈 계획입니다.

이와 함께 2008년 5월에는 중박 또는 유관 사업을 조정하여 사업간의 시너지를 강화, 보다 강한 경쟁력을 확보하기 위해 조직 개편을 시행했습니다. 생활가전사업부를 디지털미디어총괄 산하로 통합하고 PC와 MP3 플레이어, 셋톱박스 사업을 정보통신총괄로 이관하였습니다. 디지털미디어총괄 내에서도 홈시어터와 DVD플레이어, 블루레이 디스크 사업을 디지털 TV 사업조직과 통합하고 캠코더와 영상보안장치 사업을 총괄 직속 사업팀으로 개편하였습니다. 새로운 조직을 기반으로 디지털 미디어의 글로벌 리더십을 더욱 강화하여 세계 최고의 디지털 미디어 기업으로 도약해 나가겠습니다.



정보통신

telecommunication networks

2007 주요 뉴스

1월 22일

프랑스에서 2년 연속 1위 :: 2006년 프랑스 휴대폰 시장에서 판매량 기준 24%, 매출 기준 35%의 점유율을 기록, 2년 연속 시장점유율 1위에 올랐으며, 시장 진출 8년 만에 누적 판매 대수 2000만 대를 돌파하는 성과를 거두었습니다.

4월 5일

러시아에서 3년 연속 1위 :: 2006년 러시아 휴대폰 시장에서 판매량 기준 26.2%, 매출 기준 30.7%의 점유율을 달성, 3년 연속 시장점유율 1위에 올랐습니다. 특히 매출 분야에서 러시아에 진출한 휴대폰 업체로는 처음으로 연 매출 10억 유로를 돌파했습니다.

고객의 라이프 스타일을 반영하고 시장의 요구를 만족시키는

다양한 프리미엄 제품을 통해 세계 고객에게 사랑받는

최고의 글로벌 브랜드로 도약하고 있습니다.

보다 즐겁고 흥미로운 모바일 세상, 삼성전자 정보통신이 열어갑니다.



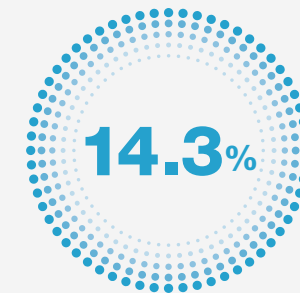
소울(SGH-U900)

12.9mm 슬림 슬라이드 디자인에 풀 메탈 재질을 적용하고 사용자와 교감하는 첨단 UX(User eXperience)를 장착했으며 500만 화소 카메라, HSDPA, 블루투스 등 첨단 기능을 갖추었습니다.

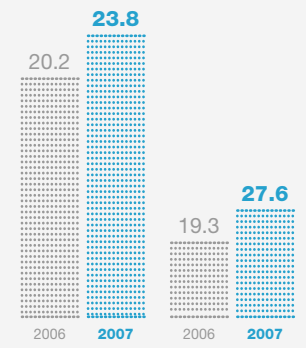


햅틱(SCH-W420/W4200)

사용자와 교감하는 첨단 UI와 화려한 GUI를 탑재했으며 한 번 터치로 접속 가능한 이지 액세스, 맞춤형 메뉴를 꾸미는 위젯, 휴대폰 기술기에 따라 화면이 반응하는 G센서 등 첨단 기능과 함께 인터넷 풀 브라우징 등 다양한 멀티미디어 기능을 갖춘 혁신적인 프리미엄폰입니다.



2007년 휴대폰 세계 시장점유율



매출액
[조 원]

영업이익
[천억 원]

정보통신의 글로벌 리더

매년 급성장을 거듭해온 세계 휴대폰 시장은 2007년에도 선진시장의 교체 수요 증가와 신흥 시장의 지속적인 신규 수요 발생으로 2006년보다 약 10~15% 성장했습니다*. 국내에서는 3G, 멀티미디어 등 신규 서비스 확대와 번호이동제도 시행으로 25%에 이르는 큰 폭의 성장을 기록했습니다.

프리미엄 브랜드와 차별화된 제품으로 시장을 선도해온 삼성전자는 2007년, 매출과 판매량 모두 사상 최대의 실적을 거두며 시장점유율 14.3%를 차지, 세계 2위에 오르는 뛰어난 성과를 달성했습니다. 매출액은 글로벌 기준으로 23조 7672억 원을 기록하였으며, 판매량은 전년보다 무려 41.6%가 신장한 1억 6000여만 대를 기록했습니다. 영업이익도 2007년 초부터 추진한 소비자 중심 제품 전략과 원가절감 등의 경영 효율화 노력으로 전년 대비 42% 증가한 2조 7565억 원을 달성, 두 자릿수의 영업이익률(11.6%)을 계속 유지하였습니다.

또한 미국에서는 6년 연속 미국 최고 브랜드로 선정되었고 프랑스에서는 2년 연속, 러시아에서는 3년 연속 시장점유율 1위를 차지하였습니다. 뿐만 아니라 3GSMGA 어워드에서 ‘베스트 핸드셋상’, EISA 어워드에서 ‘베스트 유폴피언 모바일폰상’, 모바일 초이스에서 ‘Phone of the year’를 수상하는 등 세계 유수의 전문기관으로부터 최고의 휴대폰으로 평가받는 성과도 거두었습니다.

* 출처 : Strategy Analytics

5월 4일

비온세 출연 **울트라뮤직폰** 광고 개시 :::: 세계적인 팍스타 비온세 놀즈가 모델로 출연한 **울트라뮤직폰(SGH-F300)** 광고가 전 세계에 공개되었습니다. **울트라뮤직폰**은 슬림한 듀얼 페이스 디자인에 휴대폰과 MP3 플레이어 모두 완벽한 성능을 자랑하는 뮤직폰입니다.

5월 9일

6년 연속 미국 최고 브랜드 선정 :::: 미국 브랜드 조사기관 브랜드 키즈(Brand keys)의 조사 결과, 급변하는 소비자의 취향을 만족시키는 제품을 계속 선보인 삼성전자가 고객 충성도가 가장 높은 최고의 휴대폰 브랜드로 6년 연속 선정되었습니다.

세계 고객의 마음을 사로잡은 휴대폰

삼성전자가 세계 휴대폰 시장에서 2위에 오를 수 있었던 것은 프리미엄 제품 출시와 함께 전략 시장 개척을 적극 추진함으로써 울트라에디션 등 새로운 제품과 신형시장 전략 제품 판매가 크게 증가했기 때문입니다. 특히 울트라에디션Ⅰ 모델인 SGH-D900과 울트라에디션Ⅱ 모델인 SCH-U600은 유럽, 아시아, 중동 등에서 1000만 대 이상 판매되었습니다. 또한 프리미엄 매스(Premium Mass) 모델인 SCH-E250은 유럽과 아시아에서 2000만 대 이상 판매되어 역대 최고 히트 모델로 자리잡았습니다. 인도, 중국 등 신형시장을 대상으로 한 SCH-C260도 큰 인기를 모았습니다. 미국 시장에서는 블랙잭(SGH-i607)과 블랙잭Ⅱ(SGH-i617)의 판매 호조와 더불어 브랜드 키즈로부터 6년 연속 최고 휴대폰 브랜드로 선정되는 성과를 거두었습니다.

울트라에디션폰, 스마트폰, 터치스크린폰, 500만 화소 카메라폰, 뮤직폰 등 삼성전자의 다양한 제품들은 편리하고 새로운 기능뿐만 아니라 감성을 충족하는 아름다운 디자인으로 세계 고객의 마음을 사로잡았습니다. 2007년에는 세계에서 가장 얇은 울트라에디션Ⅱ 5.9(SGH-U100)를 선보였으며, 재스퍼 모리슨과 제휴한 SGH-E590, 조르지오 아르마니와 협력하여 탄생한 조르지오 아르마니 삼성폰(Giorgio Armani Samsung mobile) 등 세계 유명 디자이너와 제휴한 제품들을 선보였습니다. 또한 뱅앤올룹슨과 공동 개발한 세레나타폰(SERENATA)을 출시하여 세계 휴대폰 시장의 새로운 트렌드를 창조하였습니다. 2008년에도 혁신적인 풀 터치 스크린 UI를 탑재한 멀티미디어폰 라인업, 글로벌 전략 제품인 소울폰(Samsung SOUL) 등을 출시하여 그 명성을 이어가고 있습니다.

차세대 통신 기술 와이브로의 리더

삼성전자는 지난 2006년 세계 최초로 개발한 차세대 통신기술 와이브로(WiBro) 시스템을 2007년부터 본격적으로 상용화하기 시작했습니다. 2007년 10월에 열린 ITU(국제전기통신연합) 회의에서 와이브로가 3G 국제표준으로 채택된 것을 계기로 세계 시장 진출이 더욱 활발하게 추진되었습니다. 자체 개발한 칩셋, 단말기, 시스템으로 구성된 와이브로 토털 솔루션을 기반으로 브라질, 미국, 일본에 와이브로 상용 시스템(모바일 와이맥스)을 수출, 세계 와이브로의 리더로 도약하였습니다.

150만 대

블랙잭 미국 누적 판매량
[2008년 5월 현재]



울트라메시징 블랙잭 Ⅱ (SGH-i617)

MS의 윈도우 모바일을 적용한 HSDPA 스마트폰으로, '블랙잭'보다 액정화면이 커지고 전면 조그 휠을 채택한 것이 특징이며 터치스크린, 블루투스 및 GPS, 무선랜 등 다양한 기능을 갖추었습니다.



500만 화소 카메라(SGH-G800)

광학 3배줌 얼굴인식 기능 등을 탑재한 500만 화소의 최신 디지털 카메라 기능과 HSDPA, 모바일 블로그, 인터넷 풀 브라우징 등 다양한 멀티미디어 기능을 구현한 프리미엄 휴대폰입니다.

5.9mm

울트라에디션 5.9(SGH-U100)는 고집적 하드웨어 설계기술인 SSMT를 적용해 고화소 카메라와 블루투스 등 첨단 기능을 모두 탑재하고도 5.9mm의 놀라운 두께를 구현, '세계에서 가장 얇은 폰(world's thinnest phone)'으로 2008년판 기네스북에 등재되었습니다.

7월 19일

500만 화소 카메라폰 유럽 출시 :::: 500만 화소 카메라폰(SGH-G600)이 유럽 시장에 출시되었습니다. 다양한 촬영기능의 500만 화소 카메라를 탑재하고 있으며 인터넷 풀 브라우징, 벤티얼 포인터, 에스프레소 UI, 블루투스 등 첨단 기능을 갖추고 있습니다.

9월 24일

조르지오 아르마니와 제휴 :::: 세계적인 디자이너 조르지오 아르마니와 공동 개발을 통해 조르지오 아르마니 삼성폰(SGH-P520)을 선보였습니다. 10.5mm 슬림형에 전면 터치스크린을 적용했으며 300만 화소 카메라와 다양한 첨단 기능을 탑재한 명품 휴대폰입니다.

조르지오 아르마니 삼성폰(SGH-P520)

10.5mm 두께의 카드폰 형태에 짙은 브라운 컬러를 적용하여 조르지오 아르마니 특유의 세련된 스타일을 살린 명품 휴대폰으로, 터치스크린과 첨단 UI, 최신 멀티미디어 기능 등 사용자 편의성도 한층 강화하였습니다.



다양한 라이프 스타일을 위한 휴대폰 시대

2008년 세계 휴대폰 시장은 미주, 유럽 등의 보급률 증가로 신규 수요는 감소될 것으로 예상되지만 3G와 멀티미디어폰 중심의 대체 수요가 늘어나고 서남아시아, 중동, 아프리카 등 신형시장을 중심으로 15% 내외의 성장세를 지속할 것으로 전망됩니다. 삼성전자는 시장의 요구와 소비자의 라이프 스타일을 반영한 프리미엄 제품을 적기에 출시, 'Mobile for Every Life-style(다양한 라이프 스타일을 위한 휴대폰)' 시대를 열어감으로써 가장 사랑받는 휴대폰 브랜드로 성장할 것입니다. 또한 다양한 스마트폰을 선보여 본격적으로 부상하는 3G 시장과 모바일 인터넷 시장을 선도해 나갈 것입니다. 모바일 와이맥스 사업에서도 미국 스프린트와의 성공적인 협력, 일본 시장 진출과 국내 사업 활성화를 통해 4세대(4G) 기술과 세계 통신 시장의 표준을 주도해 나갈 계획입니다.

조직 개편을 통한 경쟁력 강화

삼성전자는 2008년 5월에 조직 개편을 통해 디지털미디어총괄 소속이던 PC 사업과 MP3 플레이어 사업을 정보통신총괄로 이관, 유관 사업간의 시너지를 강화함으로써 경쟁력을 더욱 높일 수 있는 기반을 마련했습니다. PC 사업에서는 핵심 컴퓨팅 기술과 최신 모바일 기술을 융합하여 시장을 주도하고 새로운 제품 영역을 개척해 나갈 것입니다. MP3 플레이어 사업에서도 핵심 모바일 기술과 세계 정상의 브랜드 파워, 디자인 역량 등을 공유하여 모바일 기기의 융복합화 추세에 대응해 나갈 계획입니다. 이러한 적극적인 노력을 통해 디지털 컨버전스를 주도하는 세계 최고의 정보통신 브랜드로 성장해 나가겠습니다.



생활가전 digital appliance



2007 주요 뉴스

시스템 에어컨 적용 4세대 에어컨 출시 :::: 시스템 에어컨 기술을 적용한 4세대 에어컨 하우젠 多室 홈멀티 에어컨을 출시했습니다. 스마트 인버터 기술을 채용, 냉방능력은 한층 높이고 전기료는 기존 제품 대비 최대 87.5%까지 절감하는 것이 특징입니다.

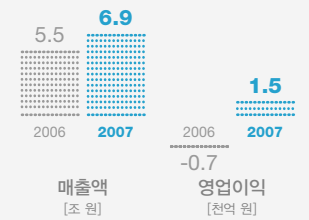
4월 3일

국내 최초 B2B 토털 솔루션 종합전시장 오픈 :::: 삼성전자의 기술력과 토털 솔루션을 한 자리에 전시한 국내 최초의 B2B 토털 솔루션 종합전시장에서는 빌트인 가전과 홈 네트워크, 오피스 네트워크, 시스템 에어컨 등을 직접 체험하고 구매할 수 있습니다.

삼성전자는 감성적이고 사용이 편리한 디자인과 지구환경을 고려한 친환경 기술 개발을 통해 고객의 생활을 혁신시키는 제품을 지속적으로 선보이며 세계 가전업계를 선도하고 있습니다. 보다 편리하고 풍요로운 생활, 삼성전자 생활가전이 제안합니다.



2007년 북미 냉장고 매출성장률
[2006년 대비]



디지털 가전의 새로운 미래

삼성전자는 가전 분야의 글로벌 초일류 업체로 도약하기 위해 개발인력 확충, 고급 제품 라인업 확대, 생산거점 개편을 통한 사업 경쟁력 강화를 토대로 혁신적인 제품 개발과 판매 확대에 역량을 집중하고 있습니다. 특히 프리미엄 제품 중심의 매출 확대로 질적인 성장과 수익성을 동시에 개선해 나가고자 양문형 냉장고, 시스템 에어컨, 드럼 세탁기 등에 집중 투자하고 있습니다. 아울러 미래 디지털 가전 시장의 리더가 되기 위해 빌트인 가전과 홈 네트워크 사업 역량도 지속적으로 강화하고 있습니다.

2007년에는 혁신적인 기술과 디자인 경쟁력을 바탕으로 다양한 신제품을 출시, 전 세계 시장에서 많은 사랑을 받았으며, 특히 프리미엄 시장에서 괄목할 만한 성과를 거두었습니다. 볼 밸런스 기술로 최저 소음·최저 진동을 구현한 드럼 세탁기, 디지털 하이브리드 시스템(DHS)을 적용한 고효율 시스템 에어컨, 독립냉각방식을 적용한 양문형 냉장고 등 혁신적인 신제품들을 선보이며 제품 경쟁력을 한층 강화하였습니다.

이러한 노력을 통해 2007년 매출액은 글로벌 기준으로 전년 대비 24% 신장한 6조 8545억 원을 달성하였으며 영업이익은 1598억 원을 기록, 흑자로 전환하는 성과를 올렸습니다. 또한 세계적인 권위의 레드 닷 디자인 어워드에서 양문형 냉장고 외 8개 제품이 상을 받았으며 국내에서는 냉장고, 세탁기, 에어컨 등이 국가고객만족도(NCSI)에서 1위를 차지하기도 했습니다.

하우젠 에어컨

전면 슬라이딩 냉방과 서라운드 입체 냉방, 와이드·센터 냉방을 적용하여 냉방기능이 더욱 강력해졌으며, 3단계 열대야 쾌면 시스템으로 쾌적한 수면환경까지 제공합니다.



5월 22일

재스퍼 모리스 가전 유럽 공개 :::: 세계적 디자이너 재스퍼 모리슨이 디자인한 유럽형 양문형 냉장고와 전기 오븐을 유럽에 선보였습니다. 절제의 미학을 살려 공간 활용성을 극대화한 명품 가전을 통해 프리미엄 시장 리더십을 확고히 구축해 나갈 것입니다.

6월 19일

진동 없는 3低 세탁기 출시 :::: 세계 최저 진동, 최소 물 사용, 최저 전력 소비를 달성한 3低 세탁기, 2007년형 하우젠 드럼 세탁기를 출시했습니다. 고속 탈수에도 진동을 거의 느낄 수 없으며, 물 사용량은 25%, 전력소비는 20% 절감한 혁신적인 세탁기입니다.

양문형 냉장고의 글로벌 리더

삼성전자는 1997년 국내 최초로 양문형 냉장고를 출시한 후 ‘인테리어 지펠’, ‘지펠 콤팩트’ 등 차별화된 제품을 선보이며 프리미엄 냉장고 시장을 선도해 왔습니다. 2007년에는 양문형 냉장고 국내외 누적 판매 대수 600만 대를 돌파하며 전 세계 34개국에서 시장점유율 1위를 달성했습니다. 북미에서는 독립냉각방식 프렌치 도어 냉장고의 선풍적인 반응으로 매출이 비약적으로 증가, 전년 대비 68%나 성장한 데 이어, 미국 소비자 조사기관 ‘JD 파워’의 소비자 만족도 조사 냉장고 부문에서 3년 연속 1위에 오르는 성과를 거두었습니다.

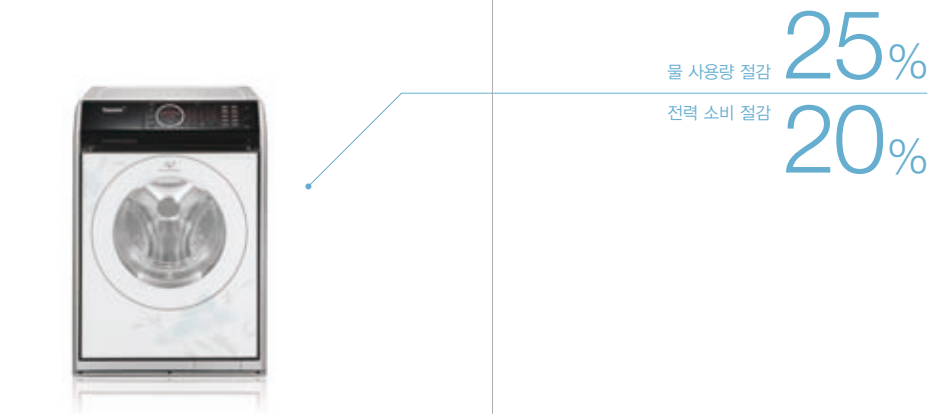
2008년형 신제품에는 냉장고의 건조한 환경을 극복한 수분케어기술과 LED를 이용해 광합성 야채실 내 야채와 과일의 잔류 농약을 분해, 줄여 주는 친환경 기술로 양문형 냉장고의 기술 트렌드를 선도하고 있습니다. 앞으로도 프리미엄 제품의 시장 지배력을 더욱 강화하고 북미, 유럽지역 업체와 협력을 확대하여 유통 인프라를 확충하는 한편, 고효율 컴프레서, 저소음 등 선행기술 개발로 제품 경쟁력을 차별화함으로써 중장기적으로 양문형 냉장고 시장점유율을 세계 1위로 만들어 나갈 계획입니다.

세계를 시원하게 하는 새로운 바람

가정용 에어컨에서는 첨단 시스템 에어컨 기술을 적용한 4세대 에어컨 신제품을 선보였습니다. 독자개발한 스마트 인버터 기술을 적용, 기존 제품에 비해 전력 소비를 최대 87.5%까지 획기적으로 낮췄으며, 업계 최초로 블랙컬러를 도입해 가전에 블랙 열풍을 일으켰습니다. 2008년에는 전면 슬라이딩 방식을 도입해 냉방속도를 혁신적으로 줄이는 한편 청정기능, 쾌면기능 등 친환경, 건강 기능을 강화하여 경쟁사와 차별화해 나가고 있습니다. 시스템 에어컨에서도 디지털 하이브리드 시스템(DHS)을 적용, 에너지 효율을 크게 향상시킨 새로운 제품을 출시하였으며, 중국, 중앙아시아, CIS 등 신흥시장을 대상으로 사업을 강화하고 있습니다. 공기청정기에서도 DNA 필터와 슈퍼청정기술(Super Plasma Ion, SPI)을 적용한 신제품을 출시하는 등 시장을 지속적으로 확대해 나가고 있습니다.

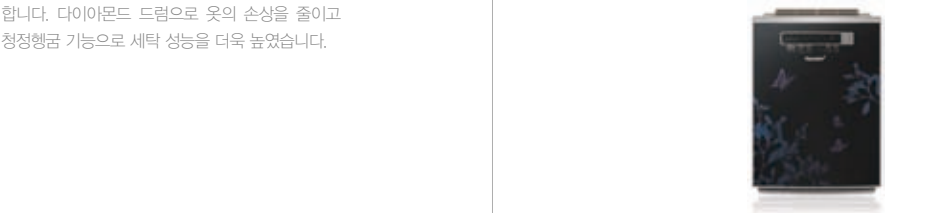
모든 소음을 잠재운 특별한 기술

2007년에는 볼 밸런스 기술을 적용해 고속 탈수모드에서도 진동을 거의 느낄 수 없을 뿐만 아니라 소비 전력량과 물 사용량을 각각 20%와 25% 절감하여 세계 최저 진동, 최소 물 사용, 최저 전력 소비를 달성한 혁신적인 드럼 세탁기를 개발, 선보였습니다. 또한 다이아몬드 형상 드럼 세탁조와 청정행굴 기능을 도입해 세탁 성능과 환경성도 한층 높였습니다. 볼 밸런스를 적용한 새로운 드럼 세탁기는 미국, 캐나다를 비롯한 선진시장에서 매우 좋은 반응을 얻고 있습니다. 앞으로도 대용량 드럼 세탁기 제품을 확대하고 중소형 드럼 세탁기의 경쟁력을 강화할 뿐만 아니라 보다 새로운 저진동, 저소음 기술을 개발하여 세계 시장에서 확실한 경쟁우위를 확보해 나갈 계획입니다.



하우젠 비너스 드럼 세탁기

볼 밸런스 기술과 인공지능, 순환펌프를 적용, 세계 최저 진동, 최소 물 사용, 최저 전력 소비를 자랑합니다. 다이아몬드 드럼으로 옷의 손상을 줄이고 청정행굴 기능으로 세탁 성능을 더욱 높였습니다.



하우젠 공기청정기

유해한 활성산소와 알레르기를 완벽히 제거하는 슈퍼청정 시스템과 유해 발암물질을 선택적, 효율적으로 흡착하여 제거하는 DNA필터를 사용, 강력한 먼지 제거와 탈취 기능을 발휘합니다.

87.5%

하우젠 多室 홈멀티 에어컨은 전력 소비를 기존 제품보다 최대 87.5%까지 획기적으로 줄여줍니다. 첨단제어 기술로 냉방능력을 스스로 조절하는 스마트 인버터를 채용, 불필요한 전력 소모를 최소화하여 전기료를 크게 절감할 수 있습니다.



하우젠 오븐 스팀

오븐, 그릴, 전자레인지, 건조, 발효 기능에 스팀 기능까지 더해 저칼로리·저염요리, 웰빙찜요리가 가능하며, 열풍 입체가열로 일반 오븐보다 조리 속도가 3배 빠르면서도 정통 오븐의 뛰어난 맛을 그대로 구현합니다.

10월 16일

미국 로우즈의 ‘올해의 공급업체’로 선정 :::: 미국 4대 가전유통 업체 중 하나인 로우즈(Lowe's)로부터 한국 업체로는 최초로 ‘올해의 공급업체(Vendor of the year)’로 선정됨으로써 가장 중요한 사업 전략 파트너로서의 입지를 확고히 할 수 있게 되었습니다.

11월 4일

냉장고 3년 연속 JD파워 소비자 만족도 1위 :::: 미국의 권위있는 소비자 조사기관인 ‘JD파워’의 소비자 만족도 조사 양문형·3도어 냉장고 부문에서 3년 연속 1위에 선정됐습니다. 지속적인 혁신으로 고객만족을 확대해온 결과, 우수한 평가를 받을 수 있었습니다.

하우젠 로봇 청소기

카메라를 이용한 위치인식 기술로 청소 효율성이 한층 높아졌을 뿐만 아니라 세는 먼지를 막아주는 에어펌프, 구석구석 회전하는 2중 측면 회전솔이 깔끔한 마무리까지 도와줍니다. 자동충전 기능과 다양한 안전기능이 있어 더욱 편리합니다.



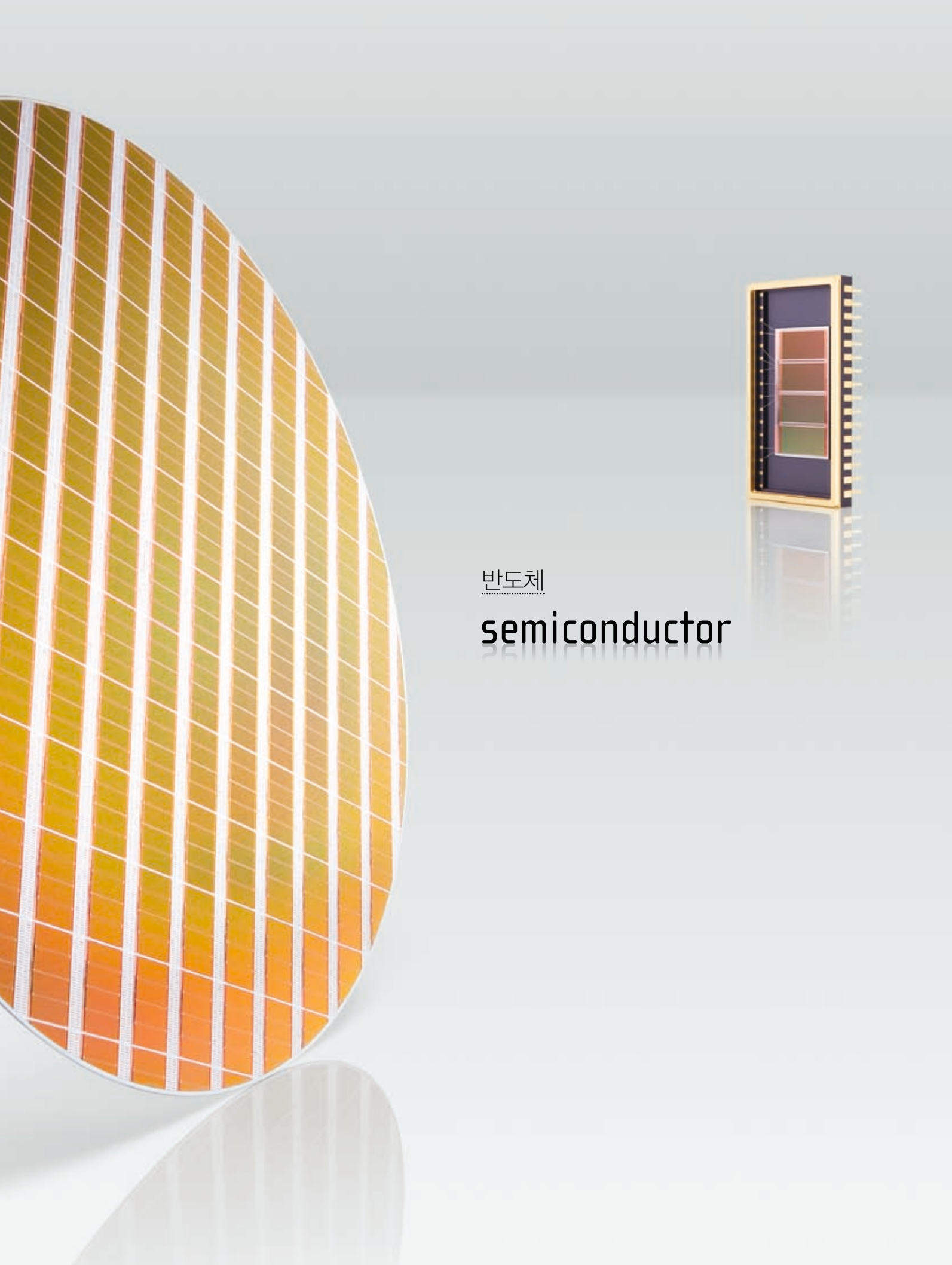
편의와 건강을 위한 생활 혁명

조리기기에서는 급성장하는 전기오븐 시장에 효율적으로 대응하기 위해 스마트 오븐에 이어 콤팩트 오븐, 스팀 오븐을 출시하였으며, 스마트 쿠킹, 홈 네트워크 등 차별화 기술로 오븐 제품의 경쟁력을 강화하고 있습니다. 청소기에서도 세계 최저 소음의 스텔스 청소기에 이어 국내 최초로 회전 물걸레를 도입한 스팀 청소기, 로봇 청소기 등 다양한 신제품을 출시, 청소기 풀 라인업을 구축하고 시장을 선도해 가고 있습니다.

세계 일류사업을 향한 새로운 도약

2008년에는 선택과 집중을 통해 북미, 유럽 등 선진시장에서는 새로운 모델을 출시하고 브랜드 마케팅을 강화하여 큰 폭의 성장을 추진할 것이며, 중국, 인도, CIS 등 고성장 신흥시장에서는 지역 여건에 맞는 다양한 프리미엄 모델을 강화해 나갈 것입니다. 또한 북미, 유럽, 중국의 현지 대형 거래선, 전문 유통채널과의 협력을 통해 마케팅 인프라를 더욱 확대해 나갈 계획이며, 꾸준한 성장세를 기록하고 있는 빌트인 시장과 B2B 시장에서도 선도적인 위치 확보를 위해 제품 라인을 지속적으로 강화해 나갈 것입니다.

삼성전자는 생활가전사업을 세계 일류사업으로 성장시키기 위해 2008년 5월, 그동안 독립적으로 운영하던 생활가전사업부를 디지털미디어총괄 산하로 이관하였습니다. 이를 통해 디지털과 아날로그 기술을 공유하고 브랜드 이미지를 적극 활용하는 등 디지털미디어사업과의 시너지를 한층 강화할 수 있게 되었습니다. 유관 사업과의 시너지 강화로 세계 시장을 선도할 수 있는 확고한 경쟁력을 확보함으로써 삼성전자의 생활가전사업은 세계 가전산업의 진정한 리더로 도약해 나갈 것입니다.

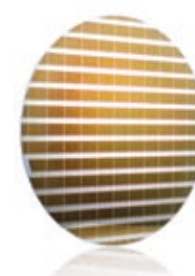


반도체 semiconductor

2007 주요 뉴스

30나노 64기가 낸드 플래시(NAND Flash™)

독창적인 공정 기술을 적용하여 세계 최초로 개발한 업계 최소 선폭, 최대 용량의 낸드 플래시(NAND Flash™)로, DVD급 화질 영화 80편(124시간)을 담을 수 있는 128GB의 메모리 카드 제작이 가능합니다.



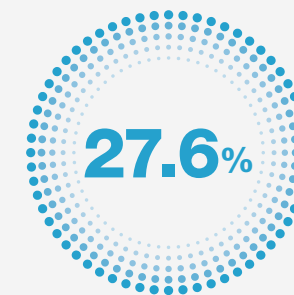
3월 2일

세계 최초 60나노급 1기가 DRAM 양산 : 세계 최초로 60나노급 공정을 적용한 1기가 DDR2 DRAM 양산에 착수했습니다. 60나노급 공정 적용으로 생산성이 기존 80나노 공정에 비해 40% 이상 향상되어 원가경쟁력을 더욱 강화할 수 있게 되었습니다.

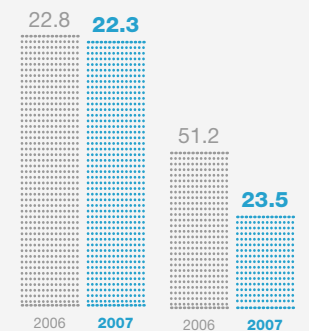
3월 13일

초고용량 8GB 모비낸드(moviNAND™) 개발 : 50나노 16기가 비트(Gb) 낸드 플래시(NAND Flash™)를 채용한 초고용량의 8GB 모비낸드(moviNAND™)를 개발했습니다. 4GB 제품보다 용량과 성능이 2배 향상된 8GB 모비낸드(moviNAND™)를 개발함에 따라 512MB에서 8GB에 이르는 다양한 제품 라인업을 갖추게 되었습니다.

세계 최고 수준의 핵심 기술 개발 역량과 탁월한 양산 능력, 고객과의 긴밀한 파트너십을 기반으로 메모리 반도체와 시스템 LSI, 스토리지 분야에서 세계 시장을 선도하고 있습니다. 진정한 유비쿼터스 시대를 향한 꿈, 삼성전자 반도체가 앞서 실현합니다.



2007년 메모리 반도체
세계 시장점유율



매출액
[조 원]

영업이익
[천억 원]

반도체 업계의 리더십 강화

반도체 시장은 세계 경제의 변동보다 더 큰 변동성 속에서 호황과 불황을 반복하며 역동적으로 성장해 왔습니다. 2007년 반도체 시장은 전례 없는 급속한 가격하락에도 불구하고 2006년 대비 3.3% 성장을 이룩하였으나 대부분의 메모리 업체가 적자로 전환되는 매우 어려운 국면이 전개되었습니다. 특히 DRAM은 수요 증가세 둔화로 가격하락이 지속되었고 낸드 플래시(NAND Flash™) 역시 고용량 신모델 판매 확대에도 불구하고 가격이 약세로 전환되었습니다. 또한 투자 및 기술 개발을 위한 반도체 업체들의 합종연횡이 가속화되어 경쟁 구도가 더욱 다변화되고 있습니다.

이러한 급변하는 경영환경 속에서 대부분의 반도체 업체들이 지속적으로 대규모 적자를 내고 있는데 비해 삼성전자는 최첨단 공정기술 개발과 차별화된 제품력을 통해 원가를 절감하고 안정적인 사업구조를 유지함으로써 2조 원 대의 이익을 창출하였습니다. 또한 DRAM과 SRAM, MCP, 플래시메모리, 퓨전 메모리 등 메모리 반도체 전 분야에서 1위를 고수, 반도체 전체로도 세계 2위를 유지하는 성과를 거두었습니다.

이와 함께 세계 반도체 산업을 선도할 수 있는 주요 핵심 기술을 확보하는 성과도 달성하였습니다. 세계 최초로 30나노 64기가 낸드 플래시(NAND Flash™), 65나노 DTV용 수신칩을 개발하였으며, 업계 최초로 최고속 1.8인치 SATA2 64기가 SSD(Solid State Drive), 플래시메모리를 탑재한 하이브리드 HDD도 선보였습니다. 또한 기존 GDDR4 대비 2배 빠른 데이터 전송 속도를 구현한 세계 최고 속도 6Gbps 512Mb GDDR5 그래픽 DRAM 개발에도 성공하였습니다.

4월 30일

세계 최초 50나노급 16기가 낸드 양산 개시 :::: 업계 최초 선풍인 51나노 공정을 적용한 최대 용량의 16기가 낸드 플래시(NAND Flash™) 양산에 돌입했습니다. 60나노급 8기가 제품 양산 개시 8개월 만에 16기가 제품 양산에 성공, 차세대 낸드 시장을 선점할 수 있게 되었습니다.

5월 31일

세계 최초 2.5인치 250기가 HDD 출시 :::: 250GB의 대용량을 구현한 2.5인치 HDD를 세계 최초로 출시했습니다. 기존의 제품 대비 소음 수준은 85%, 소비 전력은 95%로 낮춰 모바일 기기에 최적화하였으며, 데이터 안정성도 한층 강화하였습니다.



128GB SSD
멀티레벨셀(MLC)을 기반으로 한 SATA2 방식의 128GB SSD는 콘트롤러 기술과 플래시 관리 펌웨어 기술을 적용하여 읽기 속도 100MB/s, 쓰기 속도 70MB/s 등 최고의 성능을 갖추고 있습니다.

메모리 업계 부동의 1위

삼성전자는 지난해 PC, 서버, 그래픽, 컨슈머, 모바일 등 5대 DRAM과 낸드 플래시(NAND Flash™) 시장에서 모두 1위에 올라 전체 메모리 분야 1위를 기록하였습니다. 또한 세계 최초로 60나노급 1기가 DRAM과 50나노급 16기가 낸드 플래시(NAND Flash™)의 양산을 시작하였습니다. 이와 함께 메모리 분야의 새로운 시장을 창조하는 데도 앞장섰습니다. 낸드 플래시(NAND Flash™) 기반 저장매체인 고성능 SSD(Solid State Drive)를 개발한 데 이어 디지털 제품의 융복합화 트렌드에 맞춘 새로운 개념의 퓨전 반도체인 원낸드(OneNAND™), 원디램(OneDRAM™), 플렉스원낸드(Flex-OneNAND™)를 세계 최초로 개발하여 메모리 반도체의 진화를 이끌어가고 있습니다.

차세대 성장동력, 시스템 LSI

시스템 LSI는 삼성전자가 주력사업으로 적극 육성하고 있는 분야입니다. 2007년 어려운 시장 속에서도 휴대폰용 디스플레이 구동칩(DDI)과 CMOS 이미지센서, 미디어 플레이어칩의 매출 호조로 높은 성장률을 기록, 새로운 도약의 전기를 마련했습니다. 현재 세계 시장 1위를 점유하고 있는 DDI, 미디어 플레이어 SoC(System on Chip), 네비게이션용 AP(어플리케이션 프로세서)와 함께 스마트카드칩, CMOS 이미지센서 등을 일류화 사업으로 집중 육성하고 있습니다.



68나노 2기가 DDR2 DRAM
세계 최초로 초미세 60나노급 공정을 적용하여 개발한 제품으로 업계 최초로 인텔 인증 획득에 성공하였습니다. 80나노 2기가 DRAM의 최대 속도 667Mbps보다 20% 향상된 800Mbps 속도 구현이 가능합니다.

40%

80나노 2기가 DRAM 대비
생산성 향상률

256GB

2008년 5월, 2.5인치급 MLC 기반 256GB SSD 개발에 성공했습니다. SATA2를 적용한 SSD로는 세계 최대 용량이자 세계 최소 두께(9.5mm) 제품으로서, 읽기 속도 200MB/s, 쓰기 속도 160MB/s로 256GB SSD 중 최고 수준의 읽기와 쓰기 속도를 가지고 있으며 HDD 대비 2.4배 이상 고속 구현이 가능합니다.

6월 26일

1.8인치 64기가 SSD 본격 양산 :::: 업계 최초 선풍인 51나노 낸드 플래시(NAND Flash™)를 채용한 1.8인치 64GB SSD 제품의 양산을 개시하였습니다. 1.8인치 SSD 중 최대 용량을 자랑하는 이 제품을 통해 고용량 SSD 시장을 선점해 나갈 계획입니다.

12월 2일

세계에서 가장 빠른 GDDR5 메모리 개발 :::: GDDR4보다 2배 빠른 데이터 전송속도를 구현하는 세계 최고 속도의 6Gbps 512Mb GDDR5 그래픽 DRAM 개발에 성공, 2008년부터 양산에 들어갈 예정입니다.

AM OLED용 DDI(Display Driver IC)

세계 최초로 양산을 시작한 AM OLED용 모바일 DDI는 1600만 개의 색상을 지원하고 qVGA급(240RGB×320dot) 해상도를 가진 고품질 제품으로 모바일 기기의 자연스러운 화면과 동영상상을 구현하는 데 최적의 솔루션입니다.

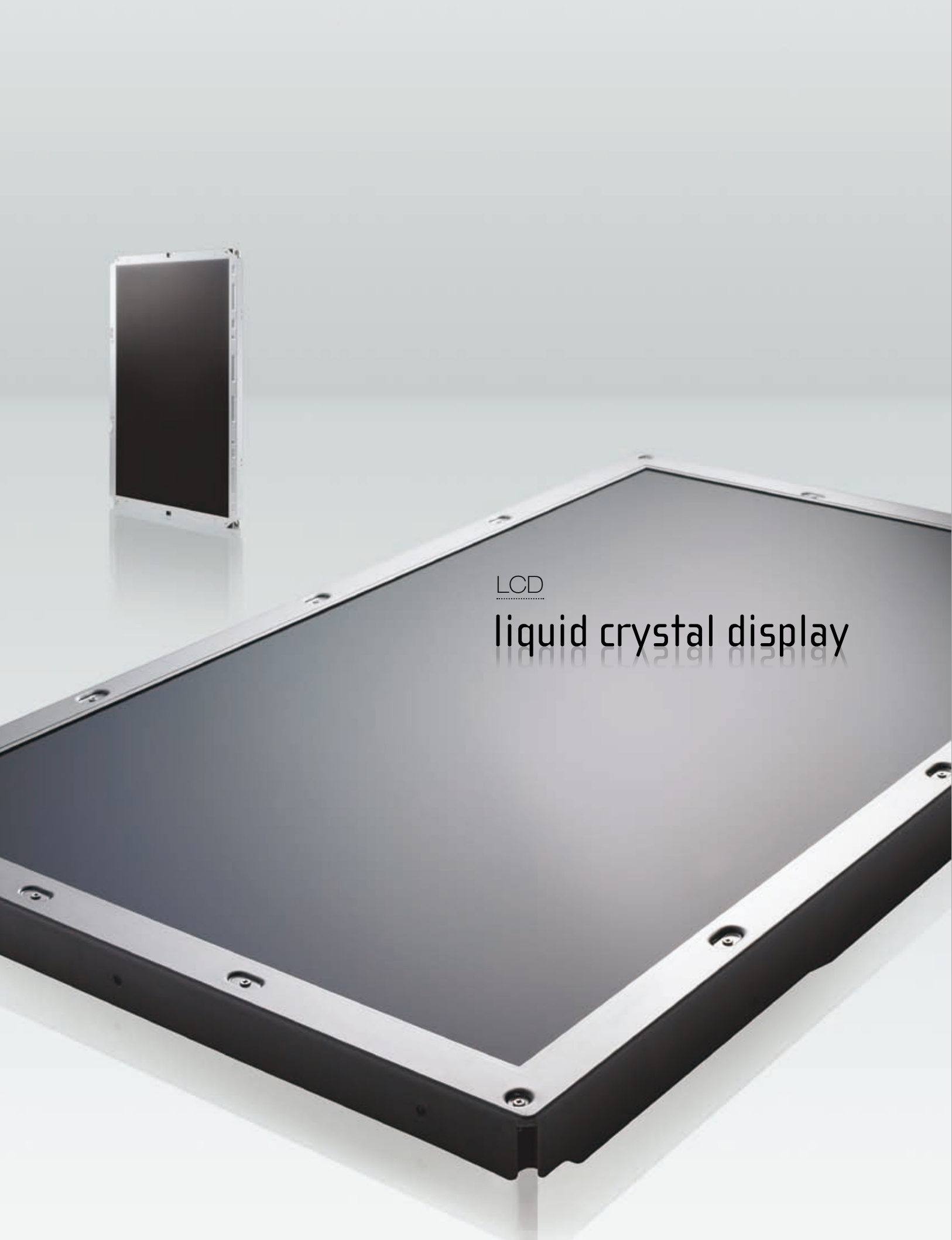


스토리지 사업의 역량 확대

삼성전자는 모바일과 디지털 가전제품의 고용량 데이터 저장장치인 HDD(Hard Disk Drive)를 생산하는 국내 유일의 메이커입니다. 3.5인치, 2.5인치에 이어 1.8인치와 1.3인치 HDD 시장에 신규 진출하고, 최초로 플래시메모리를 탑재한 하이브리드 HDD를 개발하는 등 세계적인 주목을 받으며 신시장을 개척하고 있습니다. 또한 1.8인치 HDD의 본격 양산을 계기로 향후 컨슈머 제품 시장으로 영향력을 확대해 가기 위해 다각적인 노력을 기울이고 있습니다.

최고의 반도체 기업을 향한 도약

2008년에도 메모리 공급과잉과 가격하락 압력 등 불확실성이 계속되고 있으나, 삼성전자는 지속적인 설비투자과 연구개발로 경쟁력을 강화해 나갈 것입니다. DRAM에서 68나노 비중 확대와 56나노 도입, 낸드 플래시(NAND Flash™)에서 51나노 비중 확대와 42나노 도입 등을 통해 원가를 절감하는 한편 모비낸드(moviNAND™), 플렉스원낸드(Flex-OneNAND™), 64기가 SSD 등 차별화 제품 판매를 확대할 것입니다. 또한 시스템 LSI 부문을 더욱 강화하여 기존 5대 일류화 제품에 디지털 TV/모바일 TV SoC, 차세대 옵티컬 스토리지용 SoC, 메모리 스토리지 콘트롤러 3가지 제품을 추가로 선정하여 총 8개 제품을 일류화 제품으로 육성해 나갈 계획입니다.



2007 주요 뉴스

1월 4일

세계 최초 리얼더블사이드 LCD 개발 :: 1대의 패널로 양면에 각기 다른 화면을 구현하는 리얼더블사이드 LCD 개발에 성공했습니다. 더블 게이트 기술을 적용하여 2.6mm의 얇은 두께를 구현, 초슬림 모바일 시장에 적극 대응할 수 있게 되었습니다.

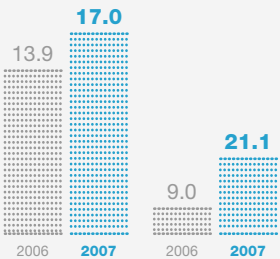
6월 1일

70인치 TV용 LCD 양산 :: 6월부터 TV용으로는 세계 최대 크기인 70인치 풀 HD급 LCD 패널의 양산이 본격 시작되었습니다. LED 백라이트를 채택, 색재현성과 명암비를 높였으며 동영상 끊김이나 번짐 현상을 크게 개선한 것이 특징입니다.

삼성전자는 세계 최고 수준의 디스플레이 기술과 양산 능력을 기반으로 디스플레이의 혁신적인 진화를 주도하며 세계 LCD 산업의 성장을 이끌고 있습니다. 디스플레이로 만나는 밝고 선명한 미래, 삼성전자 LCD가 가장 먼저 보여드립니다.



2007년 LCD 세계 시장점유율
[디스플레이서치 금액 기준]



매출액
[조 원]

영업이익
[천억 원]

6년 연속 세계 1위 달성

대형 TV의 수요 급증, IT 산업의 지속적인 발전 그리고 모바일 기기의 다양화로 LCD 산업은 비약적인 성장을 거듭하고 있습니다. 대형 제품에서는 DID(Digital Information Display), 중소형 제품에서는 PMP, UMPC 등 새로운 어플리케이션이 계속 개발되어 그 성장을 더욱 가속화시키고 있습니다. 2007년 세계 LCD 시장은 898억 달러 규모였으며 2008년에는 1146억 달러 이상의 시장을 형성할 것으로 전망됩니다.*

삼성전자는 1990년대부터 LCD에 집중 투자하며 모니터, 노트북 PC 등의 IT 디스플레이에서 모바일 기기, TV용 패널로 사업영역을 지속적으로 확대, 세계 LCD 산업의 발전을 이끌어 왔습니다. 2007년에는 TV, 모니터, 노트북 PC 패널에서 각각 1위를 기록하며 전체 시장점유율 23.1%로 6년 연속 업계 1위를 지킴으로써 세계 LCD 산업의 절대 강자임을 다시 한번 입증하였습니다.*

2007년 매출액은 전년 대비 23% 신장한 17조 625억 원을 기록하였으며, 영업이익은 전년보다 147%나 신장한 2조 1156억 원을 달성, 업계 최고 수준의 이익률을 계속 유지하였습니다. 공급 부족에 따른 전반적인 가격상승 기조를 바탕으로 지속적으로 원가절감을 추구하는 한편 7세대에 이어 8세대의 성공적인 양산을 통해 46, 52인치 대형 TV용 패널 시장에서 절대 우위의 시장점유율을 확보함으로써 뛰어난 성과를 거둘 수 있었습니다.

* 출처 : 디스플레이서치



모니터 패널

일반 PC 모니터부터 고품격 멀티미디어 모니터까지 다양한 환경에서 업계 최고 수준의 색재현성과 사실감을 구현합니다. 윈도우 비스타에 최적화 되어 있으며 멀티태스킹에서 뛰어난 성능을 발휘합니다.

8월 28일

8세대 LCD 생산라인 양산 개시 :::: 당정 크리스탈 밸리에 위치한 세계 최대 규모의 8세대 LCD 패널 생산 라인에서 본격적인 양산 출하가 시작되었습니다. 46인치, 52인치 패널의 본격 양산을 통해 대형 LCD 시장을 주도해 나갈 수 있게 되었습니다.

9월 17일

업계 최초 IT용 LCD 누적 출하량 2억 대 돌파 :::: 8월 말 기준으로 IT용 LCD 패널의 누적 출하량이 약 2억 400만 대를 기록, 업계 최초로 2억 대를 돌파하는 기록을 달성했습니다. 이는 1995년에 본격적으로 양산 라인을 가동한 지 12년 만에 이룬 쾌거입니다.



TV 패널

26인치 패널에서 70인치 패널까지 다양한 TV 패널을 생산하고 있으며, 8세대 라인의 성공적인 양산에 따라 46인치 이상의 대형 패널에서 세계 최고의 경쟁력을 갖추고 있습니다.



중소형 패널

프리미엄 모바일 멀티미디어용 LTPS 고효상도 패널로, 고유의 SLS(Single Crystal-Like Silicon) 기술을 적용하여 회로의 면적과 부품 수를 1/3으로 줄인 혁신적인 제품입니다.

3억 대

중소형 LCD 누적 출하량
[2007년 10월]

8세대 라인의 성공적인 가동

삼성전자는 2007년 8월부터 세계 최대 크기인 8세대(8-1) 라인에서 본격적인 양산을 시작했습니다. 기판 크기가 2200x2500mm에 이르고 52인치 기준으로 월 30만 대의 생산이 가능한 8세대 라인은 양산을 시작한 후 3개월 만에 흑자를 달성할 정도로 생산성과 효율성을 조기에 확보하는 데 성공했습니다. 뿐만 아니라 2007년 9월, 중국 쑤저우에 500만 대 이상의 생산 능력을 갖춘 TV용 LCD 모듈 공장(제2공장)을 신설한 데 이어 유럽 LCD TV 시장에 발빠르게 대응하고 원가경쟁력을 높이기 위해 2008년 1월부터 슬로바키아에 연산 250만 대 규모의 TV용 LCD 모듈 공장을 가동하는 등 글로벌 생산능력을 지속적으로 확충, 본격적인 시장 확대에 대비하고 있습니다.

대형 패널의 시장 주도권 강화

2008년에도 급성장하는 초대형 LCD TV 수요에 적극 대응하고 시장 주도권을 강화하기 위해 7세대 생산라인을 증설하고 8-2라인 증설에도 소니와 공동으로 투자하기로 하는 등 7세대에 이어 8세대에서도 세계 최대 규모의 생산능력을 갖추나갈 계획입니다. 또한 빠른 성장세를 보이고 있는 DID 시장을 적극 공략하기 위해 제품 개발과 생산능력 확보, 마케팅 강화에 주력하고 있습니다. 야외에서의 시인성을 높이기 위해 일반 TV용 LCD보다 3배 밝은 1500니트(nit, cd/m²) DID용 LCD를 개발하고 40인치에서 82인치까지 DID용 패널 제품군을 확보하였습니다. TV와 함께 DID가 대형 LCD 수요를 창출할 것으로 예상됨에 따라 8세대에 이은 10세대, 11세대 라인의 투자도 적극 검토하고 있습니다.

10월 12일

LCD 패널 전 제품 PVC 프리 선언 :::: 유해물질 사용을 억제하고 환경을 보호하기 위해 LCD 패널 전 제품에 대해 'PVC 프리'를 선언했습니다. 유해물질이 발생하는 PVC 대신 PE(폴리에틸렌)로 부품 소재를 대체, 제품의 친환경성에서도 앞서나 가게 되었습니다.

11월 28일

LCD 월 매출 20억 달러 사상 최초 돌파 :::: 10월 LCD 전체 매출 실적에서 사상 최초로 20억 달러를 돌파하였습니다. 10월까지 대형 누적 매출액이 이미 작년 연간 실적을 초과, 연말까지 6년 연속 세계 1위의 업적을 달성할 수 있게 되었습니다.

노트북 패널

노트북의 와이|드화를 주도하고 있는 대표 제품으로서 초슬림 디자인으로 휴대성이 더욱 높아졌으며 멀티미디어 구현에 적합한 화면 사이즈를 갖춰 다목적으로 활용이 가능합니다.



업계를 주도하는 첨단 기술 개발

적극적인 투자와 앞선 기술 개발로 세계 LCD 업계를 이끌어온 삼성전자는 새로운 기술과 제품을 지속적으로 선보이며 장기적인 성장 기반을 마련하고자 노력하였습니다. 세계 최초로 패널 양면에 각기 다른 화면을 디스플레이 할 수 있는 리얼더블사이드 LCD 개발에 이어 터치스크린 시장 확대에 대응해 세계 최초로 터치스크린 내장형 LCD 양산을 시작하였습니다. 또한 세계 최초로 240Hz 이상의 초고속 영상 구현이 가능한 블루 페이즈 방식(Blue Phase Mode)의 15인치 LCD, 소비 전력을 기존 대비 약 25% 절감시킬 수 있는 2.1인치 SABC(Sensor based Automatic Brightness Control) LCD 개발에도 성공하였습니다. 이와 함께 차세대 디스플레이로 선망받는 컬러와 흑백 e-paper, 다양한 크기의 AM OLED 제품을 개발하는 성과도 올렸습니다. 2008년에는 기존 풀 HD급의 화질보다 무려 4배 가까이 해상도를 높인 82인치 UD급 120Hz TV용 LCD 패널을 세계 최초로 선보이며 차세대 패널인 UD급 제품에서도 시장을 주도해 가기 위해 준비하고 있습니다.

생산능력 확충과 프리미엄 제품 확대

2008년에도 전년에 이어 공급부족 현상이 계속되고 대형 TV와 IT, 모바일 기기를 중심으로 신규 수요가 확대될 것으로 전망됩니다. 삼성전자는 베이징올림픽과 2009년으로 예정된 미국 디지털 방송 전환 등의 호재를 살려 적극적으로 사업을 펼치는 한편 7세대와 8세대 생산능력 확충을 통해 대형 TV 수요에 적극 대응함으로써 46인치 이상 대형 패널 시장에서 지속적으로 시장점유율을 높여나갈 것입니다. 또한 멀티미디어, 디지털 방송 환경에 맞는 프리미엄 제품 라인업을 확대하고 차세대 디스플레이와 박막 태양전지 등 신사업 연구에도 더욱 주력할 것입니다. 이러한 적극적인 노력을 통해 삼성전자는 세계 1위 LCD 업체로서의 위상을 지속적으로 강화해 나갈 것입니다.

240Hz

2008년에 세계 최초로 개발한 블루 페이즈 방식(Blue Phase Mode) LCD는 별도의 회로 기술 적용 없이도 240Hz 이상의 초고속 영상을 자연스럽게 구현할 수 있는 진화된 제품으로 향후 TV용 패널에 적용할 예정입니다.