"삼성전자는 세계 시장에서
프리미엄 브랜드의 입지를
확고히 다지는 데 성공하였습니다.
하지만 우리는 결코
현재에 만족하지 않습니다."

디지털미디어총괄
소프트웨어솔루션랩
엔지니어
최유진

디지털 미디어의 리더

디지털미디어총괄

삼성전자는 변화와 혁신을 두려워하지 않습니다. 디지털 미디어 시장을 개척해 나갈 최고의 기술과 잠재력을 보유하고 있기 때문입니다. A/V와 IT 분야의 확고한 경쟁력을 갖춘 몇 안되는 기업 가운데 하나인 삼성전자는 통찰력과 추진력을 바탕으로 미래를 준비하고 있습니다. 디지털미디어총괄은 디지털 컨버전스의 리더로 세계시장을 주도하고 있습니다.

디지털미디어총괄은 2003년 긍정적인 시장 평가에 힘입어 안정적인 성장을 이루었습니다. 디지털 TV와 같은 핵심 프리미엄 제품의 마케팅에 주력하였고 CTV, 모니터, DVD 콤보는 세계 시장에서 정상의 위치를 확고히 하였습니다. 특히 3,000 달러 이상의 하이엔드 DLP 프로젝션 TV는 경쟁사 제품에 비해 20% 이상 고가임에도 불구하고 미국 시장에서 판매율 1위를 이룩하는 성과를 거두었습니다. 이는 삼성전자가 명실상부한 프리미엄 브랜드로 자리매김했음을 보여 주는 분명한 증거라 할 수 있습니다.

삼성전자는 브랜드 인지도 향상에도 꾸준한 노력을 기울였습니다. TV와 DVD 플레이어는 품질과 스타일 모두 세계 최고로 인정받았으며, 2003년에는 70인치 PDP TV와 세계 최대

X10 | 노트북 PC
세계에서 가장 얇고 가벼운
무선 노트북 PC로
세계 최초로 센트리노 CPU를
탑재했습니다.

SCD5000 | **듀오캠**
삼성전자의 디지털 컨버전스 제품들 중 가장 최근에 출시된 SCD5000은 MiniDV 디지털 캠코더의 성능과 4메가픽셀 디지털 카메라를 완벽하게 결합한 제품입니다.

"우리는 차별화와 혁신, 그리고 성장 가능성이 있는 제품에 집중하는 전략으로 다가 올 미래를 준비하고 있습니다."

의 57인치 TFT-LCD TV를 출시하였습니다. 현재 급속히 확대되고 있는 대형 TV와 평면 패널 시장은 혁신적이면서도 합리적인 가격대의 DLP 제품의 등장을 고대하고 있습니다. 또한, 하이엔드 캠코더와 프린터, 홈시어터 제품에 대한 수요 또한 상당한 수준에 이르고 있습니다.

삼성전자는 소호 사업자들의 요구에 부응하기 위해 세계 최초로 40인치 TFT-LCD 모니터인 싱크마스터 403T와 CLP-500 컬러 레이저 프린터를 출시했습니다. 또한 듀오캠과 하이퍼비전 DVD 플레이어, 세계에서 가장 얇고 가벼운 동시에 세계 최초로 센트리노 CPU와 TV 튜너를 탑재한 노트북 PC 등 세계 최첨단 제품들을 시장에 쏟아놓았습니다. 이러한 노력은 CES 2003에서 삼성전자의 홈시어터 시스템과 디지털 캠코더가 혁신 제품에 주어지는 상을 수상하는 성과를 낳기도 했습니다.

삼성전자는 2003년의 기록적인 성과에 자부심을 느끼지만 현재의 영광과 성공에 만족하지는 않습니다. 첨단기술의 집약체라 할 수 있는 DNIe와 DNSe 기술의 자체 개발은 미래 역량 강화를 위해 노력하는 삼성전자의 연구개발 의지를 보여주는 좋은 예입니다. 또한 최근 삼성전자는 인도에 디지털TV 연구 센터를 개원한 것을 비롯해 8개국 12개 연구소를 포함한 글로벌 연구 네트워크를 운영하고 있습니다. 삼성전자는 꾸준

좌:
디지털미디어총괄
영상디스플레이사업부
마케터
John Lavoie

우:
디지털미디어총괄
영상디스플레이사업부
마케터
Jonas Tanenbaum

"휴대폰 판매 수익률 세계 2위,
삼성전자의 현재 모습입니다."

좌:
정보통신총괄
디자인팀
제품 디자이너
신서영

우:
정보통신총괄
영업&마케팅그룹
해외영업팀 마케터
김한상

한 R&D 투자와 명망있는 협력사 및 파트너들과의 협력 관계를 바탕으로 핵심 기술의 획득과 개발에 박차를 가해 나갈 것입니다.

특히 2004년에는 디지털 TV를 중심으로 한 A/V 제품의 성장을 기대하고 있으며, 인도와 러시아, 중국 등 점차 유력한 시장으로 떠오르고 있는 개발 도상국을 대상으로 공격적이고 단계적인 확장 전략을 추진해 나갈 것입니다.

디지털미디어총괄은 앞으로 원가 경쟁력을 강화하고 프리미엄 제품의 확장을 통한 시장 리더십과 브랜드 가치를 높여 나가기 위해 집중적인 노력을 기울여 나갈 것입니다. 차별화와 혁신에 박차를 가함으로써 초일류 기업으로 우뚝 서는 일. 디지털미디어총괄이 주도하겠습니다.

첨단 정보통신의 개척자

정보통신총괄

삼성전자 정보통신총괄은 2003년 매출 15조 원, 영업이익 2조9천억 원이라는 괄목할 만한 성과를 올렸습니다. 모바일 멀티미디어의 세계화에 힘써온 정보통신총괄은 매년 휴대폰 시장 점유율을 꾸준히 확대해 이제 세계 1위를 향해 착실히 전진해 가고 있습니다.

상대적으로 네트워크 부문의 성과는 다소 미흡한 수준이었습니다. 그러나 2004년은 현재 25.4%로 시장 점유율 1위인 CDMA 휴대폰에 주력하는 고부가가치 제품인 GSM 기반의 PDA와 MITs, 위성 수신기 등의 판매를 확대하고 프로세스 개선 및 운영 관리의 혁신을 통해 미래 경쟁력을 확보함으로써 새로운 도약의 발판을 마련하고자 합니다. 그리고 장기적으로는 2010년까지 250억 달러 매출에 전 부문에 걸쳐 세계

SCH-V330 | 웹 휴대폰
최신 휴대폰 기술이 총체적으로 적용된 SCH-V330은 국내 최초로 이메일 송수신 기능을 탑재한 강력한 성능의 EV-DO 휴대폰입니다.

시장 점유율 25%를 달성할 계획입니다.

최고의 휴대폰 메이커를 향해

세계의 휴대폰 시장이 성숙되어 감에 따라, 2003년 성장에는 한계가 있을 것이라는 의견이 지배적이었습니다. 카메라와 캠코더, VOD 휴대폰 등의 다기능 멀티미디어에 대한 교체 수요 및 아시아의 저가 휴대폰 수요 등으로 인해 시장 성장세는 6%에 불과했습니다.

삼성전자는 이처럼 불리한 시장 상황에도 불구하고 5,570만 대의 휴대폰을 판매함으로써 전년 대비 32%의 놀랄만한 성장률을 달성했습니다. 이러한 성과는 시의적절한 신제품 출시 및 제품의 다양화를 위해 노력하고 프리미엄 휴대폰 소비자들의 요구에도 집중한 결과라고 할 수 있습니다.

이러한 성장세에 힘입어 삼성전자는 12%의 세계 시장 점유율로 매출액 기준 세계 3위에 오를 수 있었고, 특히 판매 수익율에서 세계 랭킹 2위의 모토롤라를 능가하는 예상 외의 성과를 거두었습니다. 2004년 세계 시장은 약 7% 성장할 것으로 예상되며, 삼성전자는 혁신적인 기술과 기능으로 무장한 고부가가치 제품을 꾸준히 개발해 전세계 휴대폰 시장의 리더로 자리잡아 나갈 계획입니다.

미래를 내다 보는 사업 전략

삼성전자는 글로벌 리더십을 확보하고 경쟁 기업을 압도하는 시장 전략을 구사해 나갈 계획입니다. 우리는 제품 개발 및 판매, 제조, 마케팅과 디자인에 모두 주력하고 있습니다. 또한 향후 초대형 히트 상품과 기술의 예측 및 개발을 위해 경쟁 기업과 소비자 트렌드를 지속적으로 분석하고 있으며, R&D와 디자인 파워의 증대, 원활한 자재 조달 및 품질과 생산성 향상 등을 위한 꾸준한 투자를 병행해 나가고 있습니다.

삼성전자는 글로벌 비즈니스 인프라를 개발하기 위해 과감하고도 지속적인 노력을 기울이고 있습니다. 미국과 유럽, 중국으로의 수출을 확대하는 한편 인도와 러시아, 동남아시아 등 개발 도상국의 선두 주자로 자리매김함으로써 세계 시장에 미치는 삼성전자의 영향력을 증대하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

홈 어플라이언스의 새로운 강자

생활가전총괄

생활가전총괄은 현대의 가정에 환경친화적 편의를 제공하는 다양한 제품을 생산하고 있습니다.

환경과 건강에 관심을 기울이는 소비자들이 빠르게 늘고 있습니다. 생활가전총괄은 국내 및 해외 매출 증대를 위해 글로

CE1150 | 스팀 전자레인지
그릴과 환류형 오븐에 영양가 있고 맛있는 음식의 조리를 위한 스팀 쿠커가 포함된 겸용 전자레인지. 스팀 세척 기능으로 편리하게 내부를 청소할 수 있습니다.

"미래 시장의 욕구를 만족시키는 혁신적인 제품과 기술을 지속적으로 선보일 것입니다."

"나노와 환경 기술을 적용한 혁신적 제품을 개발해 세계 가전 시장의 성공 신화를 이룩해 나가고 있습니다."

생활가전총괄
마케팅전략그룹
마케팅 커뮤니케이션 매니저
Sergey Konovalov

벌 체제에 맞도록 조직을 개편하는 한편, 현재 나노 및 다른 환경 기술들을 접목한 혁신적인 제품 개발에 주력하고 있습니다.

아울러 양문형 냉장고와 드럼 세탁기 등의 하이엔드 제품을 집중 육성하기 위해 사업 조직을 확대 재편할 계획입니다. 특히 미래 디지털 가전 시장의 리더로 자리매김하기 위해 사업 영역 확장을 시도하고 있으며 DVM (시스템 에어컨) 사업과 홈네트워크 사업 등이 그 좋은 예입니다.

삼성전자는 이미 인도의 냉장고 생산 시설 공사를 완료하였고, 이를 통해 2006년까지 시장 점유율을 1위로 끌어 올린다는 목표를 세우고 있습니다. 아울러 2003년 11월 Kitchen & Bath Industry Show에 17개의 냉장고 및 20개의 전자

RH2777AT | 홈패드 인터넷 냉장고
KBIS의 최고 신제품상을 수상한 이 제품은 에너지 절약형의 미래형 냉장고로 쉽게 탈부착할 수 있는 LCD 패널이 달려 있습니다. 무선으로 TV나 비디오, DVD 등의 시청은 물론 인터넷 검색을 할 수 있어, 조리법에 맞춰 음식을 장만하거나 온라인 쇼핑, 이메일 확인, 동영상 메일 전송도 가능합니다.

반도체의 선두 주자

반도체총괄

레인지 모델 등 선진적인 빌트인 가전 제품 라인을 선보임으로써 미국 가전시장에 중요한 첫 발을 내딛는 성과를 거두었습니다.
삼성전자 반도체총괄은 빠르게 변화하는 시장 상황에 능동적으로 대처해 나가고 있습니다. 특히 시의적절한 투자 결정으로 경쟁력을 강화하고 있습니다.

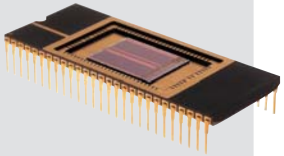
메모리 사업

2003년 메모리 반도체 시장은 세계적 경제 회복과 IT시장의 투자 확대, PC 및 휴대폰, 디지털 가전의 수요 증가 등의 요인에 의해 20% 이상 확대되었습니다. 삼성전자는 혁신적인 고부가가치 제품을 최초로 시장에 선보이는 전략에 집중함으로써 시장 점유율 및 수익성에서 경쟁 기업을 압도하는 성과를 거두었습니다.

메모리 시장의 패러다임은 PC에서 휴대용 단말기와 그 외 다른 디지털 제품으로 옮겨가고 있습니다. 삼성전자는 적시 투자로 경쟁적 우위를 지켜 나가고 있으며, 인텔의 아성이던 플래시 메모리 시장에서 실질적으로 1위에 오르는 성과를 거두었습니다. 플래시 메모리 사업 또한 DRAM과 마찬가지로 향후 더 큰 성장을 이루어 낼 것으로 기대하고 있습니다.

삼성전자가 업계 비즈니스 사이클의 영향을 받고 있다는 사실은 분명합니다. 하지만 전년도의 성과에서 입증되었 듯이 우리는 어떠한 경제 상황에서도 견실한 이익을 성취해 낼 수 있습니다. 이를 위해 글로벌 업계의 리더로서 마케팅과 생산, 비즈니스 포트폴리오 창출의 핵심 능력 확립에 더욱 관심을 기울이고 있습니다. 또한 지속적인 원가 경쟁력 향상을 도모하는 한편 혁신 기술과 제품의 R&D 투자를 늘려 가고 있습니다.

4Gbit NAND 플래시 메모리
삼성전자의 입증된 R&D 능력은 기술의 한계를 넓혀 왔습니다. 90 나노미터의 장벽을 허물어 70의 수준으로 끌어 내림으로써 세계 최대 용량의 플래시 메모리 기기 생산을 가능하게 했습니다. 이를 통해 캠코더의 고속 데이터 전송이 가속화되었고, MP3 플레이어에 9시간 분량의 음악을 저장할 수 있게 되었습니다.



시스템 LSI 사업

시스템 LSI 사업은 지난 해 세계에서 가장 빠른 모바일 AP (Application Processor) 개발에 힘입어 괄목할 만한 성장을 이루어 내었습니다. 이 제품은 S3C2440 PDA와 스마트폰 등의 휴대 기기에 쓰여 533MHz의 코어 스피드를 내게 합니다. 즉 노트북 PC의 성능이 M400 등의 다기능 MITs에서 구현될 수 있음을 의미합니다.

한편 디스플레이 드라이브 IC와 CMOS 이미지 센서의 매출은 안정적인 성장세를 보이고 있으며, 2004년 이후에는 프리미엄 제품의 마케팅에 보다 더 집중할 계획입니다.

반도체의 미래를 주도하기 위해

삼성전자는 미래의 핵심 기술이자 경쟁 시장의 중요한 차별화 요소로 부각될 나노 기술에 집중 투자함으로써 장기적 경쟁력을 강화해 나가고 있습니다. 또한 MCP, SiP, SOC, 뉴메모리, 그리고 마이크로 HDD 기술 개발에도 박차를 가하고 있습니다.

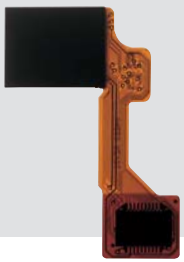
보다 월등한 수익성 개선을 위해서는 고부가가치의 차별화된 제품 개발이 필수적입니다. 반도체총괄은 DDR2 DRAM,

"새로운 방식의 협업과
창조적 제휴를 통해
반도체 업계를 변화시키고 있습니다."

"혁신적 기술 및 제품 R&D에 대한
투자를 두 배로 늘렸습니다."

반도체총괄
선임 엔지니어
Sergey Zhidkov

130 CIS
130만 픽셀의 성능을 지닌 이 핵심 부품으로 카메라폰의 품질이 디지털 카메라와 견줄 만한 수준이 되었습니다.
130 CIS는 2럭스의 낮은 조도에서도 고품질의 사진을 찍을 수 있도록 합니다.



1G, 2G, 4G 플래시 메모리, 최선의 시스템 LSI 및 PMR 헤드 칩 등 뛰어난 신제품들을 선보였으며, 특히 반도체 기술의 최신 단계인 오픈 기가 DRAM의 시대를 주도해 왔습니다.

삼성전자는 또한 새로운 방식의 협업과 창조적 제휴를 통해 반도체 업계의 문화를 바꾸기 위해 노력하고 있습니다. 삼성

LCD의 새로운 역사

LCD총괄

전자는 기술 시스템의 운영 능력을 키우기 위해 소니와 도시바, 인텔 등 세계적인 기업들과의 파트너십을 착실히 진전시켜 나감으로써 기술 시스템의 운영 능력을 키우고 있습니다.

삼성전자 LCD총괄은 지난 해 노트북PC, LCD 모니터와 LCD TV의 안정적인 수요에 힘입어 또 한번 목표를 초과하는 기록적인 매출고를 달성하였습니다. 이같은 성과는 프로세스 기술과 사업 구조 개선을 위해 시의적절한 투자를 하였고 이로 인한 경쟁 우위를 확보한 결과라 할 수 있습니다.

삼성전자는 세계 최대 규모의 57인치 HDTV용 TFT-LCD 패널을 개발한 데 이어 천안과 탕정, 소주에 신규 생산시설을 이미 완공했거나 건립중입니다. 또한 삼성전자와 소니는 제7세대 무정형 TFT-LCD 패널을 생산하기 위한 조인트 벤처

설립에 관한 양해각서를 체결했습니다.

삼성전자는 LCD 사업이 2004년 이후에도 비약적인 신장세를 지속할 것이라고 예상하고 있습니다. 이에 대비하기 위해 원가 경쟁력 및 제품의 품질, 고객 만족 증진에 집중하는 등 LCD 업계의 지배적인 사업자로 자리잡기 위해 최선의 노력을 기울여 나갈 것입니다.

삼성전자는 LCD 사업의 리더십과 압도적인 시장 우위를 확보하기 위해 모든 역량을 집중할 계획입니다. LCD총괄은 미래에 대비하기 위해 다음의 4가지 전략을 수립했습니다.

첫째, 4대 주요 제품에 쓰이는 LCD 패널의 시장 지배력을 확대해 나갈 것입니다. 즉, 고부가가치 노트북 PC, 17인치 이상 대형 모니터, 26인치 이상 LCD TV, 휴대 기기와 제품의 응용 분야에까지 그 범위를 넓혀 나갈 것입니다. 둘째, 필수 부품의 개수와 원자재 비용을 과감하게 줄이고, 철저한 6시그마 운동을 통해 불량률을 개선함으로써 원가 경쟁력을 높여 나갈 것입니다. 셋째, 혁신을 통한 기술과 제품의 차별화에 주력할 것이며, 개발 기술의 표준화를 리드해 나갈 것입니다. 마지막으로 생산 증대를 위해 중국 내의 시설을 확장함으로써 미래에 대비할 것입니다.

57인치 TFT-LCD TV
크기의 한계를 넘어선 세계 최대 규모의 57인치 TFT-LCD TV. 고해상도의 화질을 제공하며 절전형 설계로 만들어져 긴 수명을 보장합니다.

"매출이 두 배 이상 늘어나는 LCD 사업의 신기원을 수립했습니다. 원가 경쟁력 및 제품의 품질, 고객 만족에 최선의 노력을 기울이고 있습니다."

LCD총괄
영업전략그룹
마케터
장성준