

Unlimited Innovation

R&D, 디자인, 브랜드 마케팅,
사회공헌까지도 혁신의 대상입니다.

삼성전자는 각 사업부문의 영역을 넘어
전사 차원의 무한한 혁신을 이루기 위해
끊임없이 노력하고 있습니다.

완벽을 추구합니다

제품의 가능성을 무한히 확장하는 개발자들이야말로
삼성전자 리더십의 핵심입니다.

인재와 기술은 삼성전자의 가장 중요한 핵심 자원입니다. 삼성전자가 경쟁기업들보다 앞서 성장해 올 수 있었던 것은 새로운 라이프 스타일과 시장을 창조해 내는 독창적이고 혁신적인 기술 개발이 있었기 때문입니다. 그러기에 R&D는 삼성전자의 성공을 위한 핵심 요인이 됩니다. 삼성전자가 경쟁력을 확립하고 유지해 나가기 위해서는 지속적인 혁신이 돌파구가 됩니다.



유준영
엔지니어

울트라 모바일 PC, Q1

삼성전자는 세계 최초의 울트라 모바일 PC를 선보이며 디지털 컨버전스의 새로운 기준을 정립했습니다. 7인치 터치 스크린의 태블릿 PC로 PDA와 인터넷 통화 기능은 물론 영화, 사진, 음악 등의 멀티미디어를 윈도우 부팅없이 간단하게 즐길 수 있는 AV 스테이션이 장착되어 있습니다.



블루레이 디스크 플레이어

세계 최초의 블루레이 디스크 플레이어로 미래의 홈엔터테인먼트를 즐기실 수 있습니다. 삼성전자를 비롯한 선진기업들이 이 기기에 맞는 HD급 포맷을 개발했습니다.



세계 최초의 와이브로 휴대폰

세계의 정보통신을 주도하고 있는 삼성전자는 방송 및 홈네트워킹, 화상 통화, VOD, 네비게이션이 가능한 세계 최초의 와이브로 휴대폰을 개발했습니다.



글로벌 R&D 네트워크

글로벌 기술 표준을 확립하고 미래 시장 형성을 주도하기 위해 삼성전자는 강력한 R&D를 추진하고 있습니다. 약 12만 8,000명의 전체 임직원 중 4분의 1에 달하는 3만 2,000명이 전세계 16개 R&D 센터에서 미래의 제품 개발에 몰두하고 있습니다. R&D센터들은 효율적인 네트워크로 연결되어 디지털 미디어, 정보통신, 생활가전, 반도체 등의 첨단 기술을 개발하는 데 많은 기여를 하고 있습니다. 연구원들은 새로운 디지털 분야를 개척해 나갈 최상의 제품을 만들기 위해 오늘도 헌신적으로 연구 활동에 임하고 있습니다. 삼성전자는 2005년, R&D에 매출의 6.82%인 5.5조 원 이상을 투자하였으며 이 금액은 더욱 늘어날 예정입니다. 이러한 노력의 결과 삼성전자는 2005년에는 휴대폰에서 위성을 통해 TV를 시청할 수 있는 혁신적 DMB폰을 개발하는 등 1,600건 이상의 미국 특허 획득 등을 이룩하였으며 세계적인 권위를 자랑하는 수많은 상을 수상하였습니다.

R&D는 삼성전자의 성공을 이루는 핵심 요인으로 지속적인 혁신만이 경쟁력을 확립하고 유지해 나갈 수 있는 유일한 방법입니다. 이를 위해 삼성전자는 지대한 노력을 하고 있습니다. 이는 세계 시장에서 우리의 브랜드를 상징적인 아이콘으로 만들 수 있기 때문입니다.



40인치 OLED

삼성전자는 값비싼 폴리실리콘 방식 대신 무정형 실리콘 기술을 활용하여 세계 최초로 싱글 시트로 구성된 40인치 OLED (Organic Light-Emitting Diode) 개발에 성공해 차세대 초슬림, 초선명 평면 TV 시장에서 주도권을 확보할 수 있게 되었습니다.



16Gb 낸드 플래시메모리 업계 최초로 50 나노 기술을 활용해 개발에 성공한 세계 최고의 고집적 낸드 플래시 메모리로 16Gb의 휴대용 저장 용량을 갖추고 있습니다.

미래의 열쇠, 인재

삼성전자는 품질을 최우선으로 차세대 기술 개발의 선두주자가 되는 동시에 근원 기술의 특허 포트폴리오를 강화하기 위한 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 또한 삼성전자의 우수한 기술적 역량은 바로 인재들의 지속적 노력의 직접적 결과라는 사실을 잘 알고 있기에 인재 확보에도 투자를 아끼지 않고 있습니다. 남다른 도전을 받아들이는 창조적이고 지성적이며 성실한 인재를 전세계에서 찾고 있으며 기존 인재들의 육성에도 관심을 가지고 노력하고 있습니다. 현재 삼성전자는 2,700명 이상의 박사학위 소지자들을 보유하고 있으며 그 숫자는 더욱 더 늘어날 것입니다. 인재들이 일하는 환경과 서로 의사 소통하는 과정에도 각별한 관심을 기울이며 분야와 지역적 경계를 넘어 서로의 생각을 교환할 수 있도록 하고 있습니다.

R&D 중 신제품 개발에 관여하는 인재에 대한 투자가 많은 부분을 차지하고 있으며
 앞으로도 매출의 더 많은 부분을 인재 활동 지원에 사용할 예정입니다.

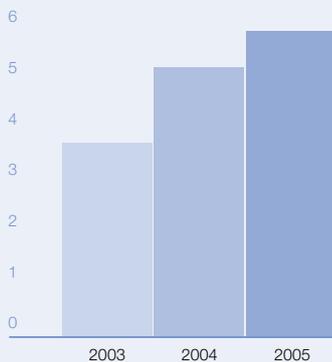
R&D 투자 현황

6.82%

연결 기준 매출

2005	5.50 (6.82%)
2004	4.90 (5.98%)
2003	3.58 (5.52%)

(단위: 조 원)



R&D 혁신

특허 관리

2007년까지 Top 3 진입

2005년 미국 특허 획득 자료

- 1 IBM 2,941
- 2 캐논 1,828
- 3 HP 1,797
- 4 마츠시다 1,688
- 5 **삼성전자 1,641**
- 6 마이크론 1,561
- 7 인텔 1,549

(자료출처 : USPTO 2005)

최근의 R&D 성과

2005

와이브로 시스템 및 장치
 50nm 16Gb (MLC) 낸드 플래시 메모리
 세계 최대 TFT 드라이브 AMOLED
 인터랙티브 TV 미들웨어

2004

60nm 8Gb (MLC) 낸드 플래시 메모리
 세계 최초 위성 DMB폰
 5색 미디어링크 DLP TV

2003

건식 컬러 프린터
 70nm 4Gb (MLC) 낸드 플래시 메모리
 초고용량 니켈 나노 소재

미래를 앞당기는 첨단 제품을 창조합니다

훌륭한 디자이너는 제품의 형태는 물론 쓰임새까지 고려하는
종합적인 통찰력을 소유한 사람입니다.

삼성전자는 지난 1996년 이후 수많은 국내의 최고 디자인상을 석권했습니다. IDEA, iF, G Mark, red dot, Design for Asia Awards 등의 세계적 권위를 가진 국제적인 디자인상을 200여 회 이상 수상하며 전세계 디자인 애호가들의 마음을 사로잡는 신제품을 창조해 내는 브랜드로 확고하게 자리잡았습니다. 새로운 생활을 창조하는 혁신적인 아이디어를 바탕으로 기존의 사고에 끊임없이 도전하여 2005년에는 미국의 IDEA에서 3개 제품이, 독일의 iF에서는 19개 제품이, red dot에서는 16개의 제품이 디자인상을 수상하였고 일본의 G Mark로부터 20개의 제품이 디자인 우수성을 인정받는 등 총 62개의 디자인 어워드를 석권했습니다.



Alasdair McPhail
제품 디자이너

“60%의 고객들이 물리적인 디자인보다 소리로 브랜드를 파악한다고 합니다. 삼성전자의 제품에 소리를 입히는 사운드 디자인 작업은 우리 제품의 성공에 중요한 역할을 하고 있습니다.”

“우리는 하나의 문제를 해결하는데 전세계 디자인센터의 디자이너들이 갖고 있는 다양한 시각을 활용할 수 있습니다. 이러한 여과 과정이 자칫 하나의 견해에 치우칠 수 있는 우를 방지하는 역할을 합니다.”



이주연
Auditory User Interface Designer



이준
Design Analyst

인터내셔널 디자인 팀

삼성전자는 경쟁 기업과의 확실한 차별성이 드러나는 디자인 중심의 제품을 개발하고 있습니다. 디자이너들의 상상력을 존중하고 무한한 창조력을 최대한 발휘할 수 있도록 모든 지원을 아끼지 않으며 디자인에 총력을 기울이고 있습니다. 삼성전자는 서울의 디자인경영센터를 중심으로 런던, LA, 샌프란시스코, 상해, 동경, 밀라노 등 세계 곳곳에서 뛰어난 인재들로 구성된 디자인센터를 운영하고 있습니다. 국적을 초월한 디자인센터의 디자이너들은 뛰어난 기술력으로 완성된 첨단 제품들에 종합적 디자인 솔루션을 제공하여 고객들이 원하는 아름다움과 함께 기능적인 욕구를 만족시키고 있습니다. 세계 각지의 디자인센터는 현지의 문화와 생활 패턴, 라이프스타일, 트렌드 등을 이해하고 분석할 수 있는 국제적 네트워크를 형성하여 국내는 물론 글로벌 시장을 대상으로 한 제품 개발에 전략적으로 중요한 위치를 차지하고 있습니다. 디자인센터의 네트워크는 전세계에서 모이는 아이디어들을 서로 소통하고 공유하며 미래의 명품을 만들 수 있는 최적의 시스템으로 작용하고 있습니다.



“삼성전자는 진정으로 디자인을 이해하는 기업입니다. 디자이너들에게 많은 지원을 하며 전세계에 있는 다른 분야 디자이너들과 정보를 교환할 수 있는 기회를 제공하기도 합니다. 디자이너에게는 최상의 근무 환경이라고 할 수 있지요.”

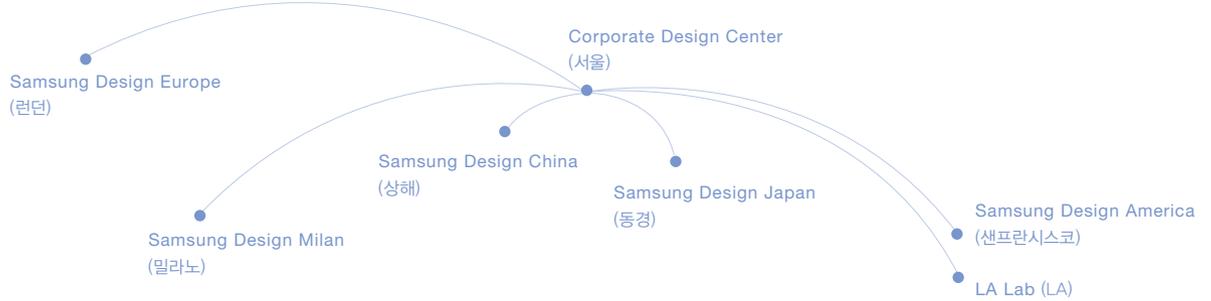
이승호
제품 디자이너

고객 체험의 총체적인 실현

삼성전자는 인간의 무한한 창조성을 고객에게 전달하는 데 역점을 두고 디자인 경험을 실천하고 있습니다. 이를 위해 삼성전자는 최고디자인책임자 직책을 부여하여 디자이너들과 최고경영층이 직접적인 커뮤니케이션을 주고 받을 수 있는 통로를 마련하는 한편, 디자인 혁신이 경쟁기업보다 항상 앞서 나가며 고객들이 꼭 갖고 싶은 제품, 형태와 감각, 기능면에서 뛰어난 제품을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 서울에 위치한 UCD연구소(User Centered Design Lab)는 일반 생활공간과 비슷한 환경을 마련하고 고객들이 제품 사용에서 겪는 다양한 경험을 테스트하고 관찰, 기록합니다. 제품 하나 하나마다 이러한 노력을 통해 물리적, 청각적 또는 그래픽적인 고객 인터페이스를 개발하며, 이를 디지털 컨버전스 시대의 확실한 차별화 요소로 활용하고 있습니다.

삼성전자의 글로벌 디자인 네트워크

각 디자인센터는 라이프스타일 트렌드를 면밀히 조사하고 현지의 요구를 충족시키는 디자인과 신제품을 개발합니다.



세계 곳곳에 위치한 7개 디자인센터의 디자이너들은 최첨단 제품의 디자인 작업에 공동으로 참여하여 업계 최고의 우수 디자인상을 석권하고 있습니다.



LCD TV (LT46G1)
 - 2005 iF
 - 2005 red dot

휴대폰 (SGH-E800)
 - 2005 iF
 - 2005 red dot

디지털 캠코더 (Miniket VP-M102)
 - 2005 IDEA Bronze
 - 2005 red dot

스마트 오븐 (BCE1197)
 - 2005 G Mark
 - 2005 iF communication
 - 2005 red dot

MP3 플레이어 (YP-F1)
 - 2005 G Mark

노트북 컴퓨터 (Q30)
 - 2005 G Mark
 - 2005 iF
 - 2005 red dot

2005 red dot Product Mobile Phone (SGH-E800), Office Serv SOHO (SIT200EM), 46" LCD TV (LT-46G1N), LCD Monitor (SyncMaster 720T), Notebook PC (NT-Q30), Notebook PC (NT-X50), DVD Player (DVD-P355), HD DVD Player (HD-941), DVD Recorder (DVD-R121), Miniket (VP-M102), MP3 Player (YP-T7), Bar-code MWO (Smart Oven), Vacuum Cleaner (SC7800), Air Conditioner (AS-09HPA), SBS Refrigerator (UPS 05)

2005 iF Product Mobile Phone (SGH-E800/SGH-E820), Mobile Phone (SPH-V4400), Mobile Phone (SCH-A790), Mobile Phone (SGH-E610), 46" LCD TV (LT46G1), 32" LCD TV (LT32A3), Hyper DVD Player (DVD-HD941), Laser Printer (ML-1740), Notebook PC (Q30), Notebook PC (M40), Vacuum Cleaner (SC 7830), MP3 Player (YP-T6)

2005 G Mark Mobile Phone (SCH-A790), Mobile Phone (SCH-V740), Mobile Phone (SGH-D720), Mobile Phone (SGH-P850), Mobile Phone (SCH-S310), Mobile Phone (SCH-B200), Mobile Phone (SGH-E880), Digital Camera (VM-MS15), Miniket Photo (VM-M2200), Blu-ray DVD Recorder (BD-1000), DVD Recorder (DVD-R121), Notebook PC (SENS Q-30), Laser Printer (ML-1610), Color Laser Printer (CLP-510), LCD Monitor (SyncMaster 770P), MP3 Player (YP-F1), MP3 Player (YP-T8), Microwave Oven (GE-1180GB), Smart Oven (BCE1197), SBS Refrigerator (EPEL)

2005 IDEA Notebook PC (M40), Miniket (VP-M102)

혁신적인 브랜드를 만들어 갑니다

고객의 삶에 보다 가까이, 더욱 친숙한 브랜드 삼성전자가 되겠습니다.

삼성전자는 1990년대부터 프리미엄 브랜드를 지향하며 품질을 기반으로 한 종합 브랜드 전략을 실행해 왔습니다. 브랜드 마케팅 활동비로 연간 30억 달러를 투자해 왔으며, 그 성과의 결실을 맺고 있습니다. 삼성전자는 Business Week에서 발표하는 Interbrand의 2005년 세계 Top 100 브랜드 순위에서 전년 대비 186% 상승한 150억 달러의 브랜드 가치로 20위 안에 진입하는 성과를 이룩하였습니다. 무엇보다 자랑스러운 것은 지난 5년 동안 글로벌 Top 100 브랜드의 어느 기업보다 우수한 성적을 기록했다는 사실입니다. 더욱 희망찬 미래를 준비하는 삼성전자는 기술, 디자인, 인간의 감성을 고객의 삶 속에 풀어 넣기 위해 앞으로도 지속적인 노력을 기울일 것입니다.



김예지
브랜드 마케터

삼성전자는 2005년 6월 세계적으로 2,000만 명의 팬을 보유한 국제적인 축구팀 영국 첼시FC의 새로운 공식 스폰서가 되어, 세계인의 열정과 환호를 함께 하고 있습니다.



삼성전자는 많은 사람들의 주목을 받는 뉴욕의 타임스퀘어 전광판을 비롯한 다양한 글로벌 마케팅 활동을 전개하고 있습니다.



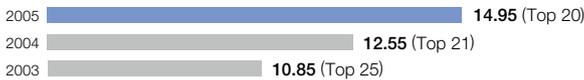
삼성전자가 후원한 첼시FC 선수들이 2005/2006 프리미어 리그 우승 트로피를 들고 승리를 축하하고 있습니다.



세계 각국에서 모인 게이머들이 삼성전자가 후원한 2005 월드사이버게임의 개막식에 참가했습니다.

브랜드 가치

단위: 미화 십억 달러



(자료출처 : BusinessWeek / Interbrand)



WORLDWIDE PARTNER

글로벌 마케팅 활동

삼성전자는 세계 각지에서 스포츠를 활용한 다양한 마케팅 활동을 펼치고 있습니다. 프라하와 모스크바, 부다페스트, 소피아, 북경 등에서 삼성러닝페스티벌을 개최했으며 수천 명이 참가한 삼성두바이마라톤 행사를 진행했습니다. 삼성전자는 지난 1997년부터는 세계에서 가장 역사가 깊고 권위 있는 승마대회인 삼성슈퍼리그대회를 후원하고 있으며 1995년부터는 제5의 메이저 LPGA 대회로 일컬어지는 삼성월드챔피언십을 개최하고 있습니다. 스포츠 후원 외에도 뉴욕, 런던, 동경의 빌보드는 물론 파리 드공공항의 대형 휴대폰 조형물 등 옥외광고를 집행하고 있으며 미국의 ICES, 유럽의 CeBIT과 IFA 등의 국제적인 전시 행사에도 참여하고 있습니다. 삼성글로벌로드쇼에서는 전세계의 고객들과 미디어를 대상으로 최신 제품 소개와 함께 지속적인 성장과 혁신에 대한 전략을 선보였습니다.



2006 토리노 동계올림픽 성화가 대회 공식 파트너인 삼성전자의 OR@S관을 지나고 있습니다.

올림픽과 첼시FC 스폰서십

스포츠는 삼성전자의 브랜드 이미지 구축에 매우 효과적인 수단이 되어 왔습니다. 삼성전자는 2006 토리노 동계올림픽에서 올림픽 무선통신기기 부문 공식 파트너로 참가하여 경기 정보와 결과를 대회 공식 휴대폰을 통해 전달해 주는 WOW (Wireless Olympic Works) 서비스를 제공하였으며, 선수들과 팬들을 위해 토리노 현장에 Olympic Rendezvous at Samsung (OR@S)을 설치해 운영했습니다. 40만 명 이상의 사람들이 이 시설을 방문하였으며 삼성전자의 선진 통신 장비를 경험했습니다. 또한 삼성전자는 이탈리아의 61개 도시에서 진행된 2006 토리노 동계올림픽 성화봉송 공식 파트너로도 활약했습니다. 42개국에서 1,900명의 삼성 성화봉송 주자를 포함한 1만 1명의 성화봉송 주자가 봉송 기간 동안 1만 1,000킬로미터를 완주했습니다. 삼성전자는 2008년에 개최되는 북경 올림픽도 계속 후원할 계획입니다. 2005년 6월에는 영국 내에만 290만 명, 전세계적으로 2,000만 명에 가까운 팬을 보유한 첼시FC의 새로운 공식 스폰서가 되었습니다. 국제적인 인기를 누리고 있는 첼시FC의 스폰서십 활동은 영국을 비롯한 유럽 각국, 아시아, 미주 지역에서 진행될 예정입니다.

사회공헌

모두가 행복한 세상을 만들어 갑니다

삼성전자는 환경을 보호하고 도움이 필요한 이웃을 도우며 문화를 보존합니다.

삼성전자는 책임 있는 기업으로서, 사회를 더욱 살기 좋은 곳으로 만드는 데 기여해야 한다고 생각하고 있습니다. 이러한 철학을 바탕으로 자연을 보존하는 환경친화 제품을 만들고, 사회에서 소외된 어려운 이웃을 지원하며 우리의 유산과 문화를 존중하고 보존해 나가고 있습니다.



삼성전자는 국제장애인올림픽위원회를 후원하고 있으며 2006 토리노 장애인 동계올림픽에서도 공식 파트너로 활동하였습니다.



삼성전자는 '희망의 사계절' 공식 음악인인 존 본 조비와 함께 어린이와 가족들을 위한 필라델피아 자선 단체 4곳에 기금을 전달했습니다.



삼성전자는 제3회 '삼성 디지털호프' 프로그램을 통해 11명의 수상자를 선정, 이들에게 50만 달러 상당의 부상을 수여했습니다.



삼성전자는 대만 국립고궁박물관의 문화재 보호 활동을 지원, 관련 행사에서 50만 달러의 문화 성금을 모금하였습니다.

모두가 더욱 행복한 세상

보다 살기 좋은 세상을 만들기 위해 삼성전자는 다양하고 광범위한 자선 및 자원봉사 프로그램을 펼쳐나가고 있습니다. 체계적인 나눔경영으로 사회에 대한 기업의 책임과 역할을 충실히 수행하고 있는 삼성전자는 기업 이윤의 사회환원이라는 측면에서 매년 10억 달러 이상의 기금을 기부하고 있으며 전체 임직원 중 2/3에 이르는 임직원들이 600여 개 봉사단체나 개인봉사활동을 통해 도움을 필요로 하는 불우이웃들과 함께 하고 있습니다. 삼성전자의 열정은 국내에 머물지 않습니다. 전세계 각 지역의 커뮤니티를 돕고 있는 삼성전자는 2002년 미국에서 '희망의 사계절(Four Seasons of Hope)'을 발족시켜 국가적인 관심을 불러 일으켰고 프로페셔널 운동선수들과 유명인사들, 언론, 그리고 베스트바이(Best Buy), 서킷시티(Circuit City), 컴퓨USA(CompUSA)와 시어즈(Sears) 등의 유통 파트너들과 공동으로 기금 모금에 나섰습니다. 이 프로그램은 아놀드 파머, 부머 어사이즌, 조 토레, 존 본 조비, 매직 존슨과 웨인 그레츠키 등의 도움에 힘입어 600만 달러 이상을 모금했습니다. 또한 2004년부터 개최하고 있는 '꿈과 희망의 에세이 콘테스트(Hope for Education)'는 미국의 초·중·고등학교 학생들이 참여했으며, 100만 달러 이상의 삼성 디지털 제품을 전국의 101개 학교에 기증하였습니다. 2003년부터 시작된 삼성 디지털호프(Samsung DigitAll Hope) 프로그램은 호주와 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남의 청소년들이 디지털 기술을 직접 체험하고 배울 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 한편 2006 토리노 동계올림픽 기간 중에는 국제인권단체인 Right To Play와 함께 세계 각지의 불우한 지역의 어린이들의 스포츠 활동을 위한 기금 모금을 위한 자선 경매 행사를 공동 개최하기도 하였으며 2006 토리노 동계 장애인올림픽의 공식 파트너로 올림픽 정신을 널리 알리고 장애인 선수들에게 희망을 전달하였습니다.



일본삼성엔 삼성실�크로드 문화재보호 펠로우십을 제정하고 향후 5년간 100여 명의 연구원 육성을 지원할 계획입니다.



삼성전자는 두바이의 아동 병원 및 일누르재단에 디지털 제품을 기증하였습니다.



삼성전자와 마이크로소프트는 '꿈과 희망의 에세이 컨테스트'를 공동 개최하고 이 전국의 101개 학교에 220만 달러 상당의 디지털 기기를 전달하였습니다.

문화 보존 활동

삼성전자는 문화 공헌에도 남다른 노력을 기울이고 있습니다. 세계 최고의 고대 중국 미술품과 유물을 보유하고 있는 대만 국립고궁박물관의 80주년 기념 프로젝트에 하이테크 기업 최초로 30만 달러를 기부하였으며 30년 전 크메르 루즈에 의해 소멸되었던 캄보디아의 그림자극단과 같은 무형 문화 유산과 관련된 의식, 표현 양식, 지식이나 기교 등을 보호하는 유네스코 세계 무형 유산 보호 프로그램을 지원하는 등의 다양한 활동을 벌였습니다.

녹색경영

환경친화화과 지속가능성은 삼성전자의 주요한 경영철학입니다. 삼성전자는 녹색경영 노력을 바탕으로 환경, 안전, 보건과 관련된 사안을 중점적으로 다루고 있습니다. 삼성전자는 제품의 디자인에서 폐기에 이르는 전 공정에서 가능한 한 환경친화적인 제품과 환경보호를 구현할 책임을 인식하고 노력하고 있습니다. 삼성전자는 제품의 라이프 사이클에 걸쳐 환경에의 영향을 최소화할 수 있도록 다양한 관련 프로그램을 시행하고 있습니다. 제품 개발 과정에 환경 평가 프로그램을 도입하여 제품의 환경 친화성을 평가하고 개선할 수 있는 장치를 마련했습니다. 또한 Eco-Partner 인증제도와 연계한 녹색 구매 시스템을 운영함으로써 모든 제품에 EU의 RoHS 6가지 규제 물질을 포함한 유해물의 사용을 엄격하게 금지하고 있습니다. 이와 더불어 폐제품의 수거 및 재생 과정을 관련법에 의거한 환경친화적인 방법으로 처리하고 있으며, 이를 위해 전세계에 걸친 자발적인 회수 프로그램을 실행하고 있습니다.