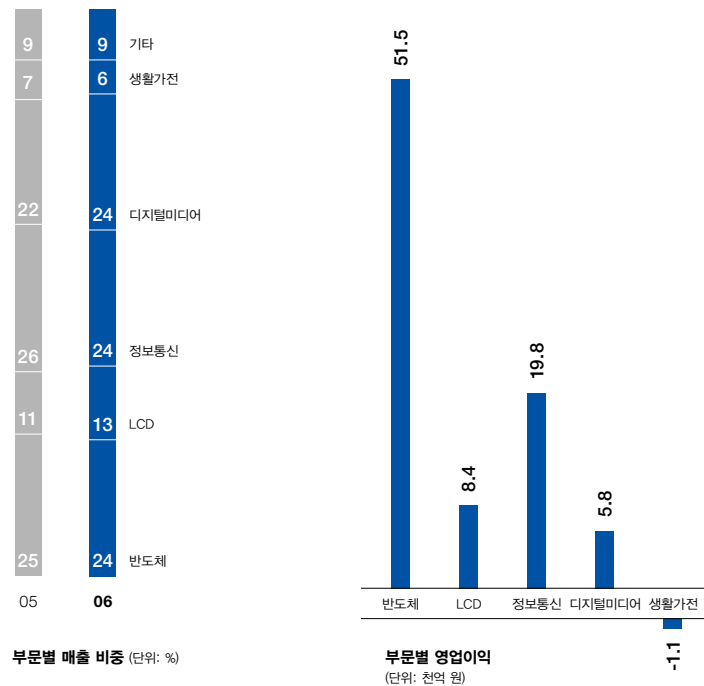


사업개요



세계를 선도하는 초일류기업이 되겠습니다.

삼성전자는 메모리, 시스템 LSI 등의 반도체, TFT-LCD와 관련된 LCD, 휴대폰, 네트워크 시스템 사업의 정보통신, 세탁기, 냉장고, 에어컨 등의 생활가전, AV, PC, 주변기기의 디지털미디어 등 5대 사업체제를 주축으로 글로벌 일류기업 구현을 위해 각 사업별 책임 경영체제를 강화하고 부문간 시너지 창출에 많은 노력을 기울이고 있습니다. 2006년 삼성전자는 주요 전략사업의 호조에 힘입어 눈부신 실적을 달성하였습니다. 반도체 부문에서는 메모리 시장에서 확고한 1위를 유지하였으며 LCD부문에서는 업계 최고의 수익력으로 초대형 TV패널의 시장지배력을 강화하였습니다. 통신 부문에서는 WiBro를 세계 각지로 확산시켰으며, TV업계 최초로 매출 100억 달러를 달성하며 매출, 판매량 모두 세계 1위를 달성하였습니다. 앞으로도 삼성전자는 창의적인 사고와 도전정신으로 새로운 사업영역을 개척하며 앞선 기술력과 차별화된 제품력으로 브랜드 가치를 창출하는 초일류 명품 기업이 되도록 노력할 것입니다.

창조적인 제품으로 디지털 컨버전스를 선도합니다.

하나의 제품이 한 가지 기능만을 구현하던 시대는 끝났습니다. 디지털 기술에 의해 촉발된 컨버전스는 시대의 트렌드로서 이제 기술의 영역을 넘어 우리 문화 전반으로 퍼지고 있습니다. 디지털 컨버전스의 흐름을 주도하고 있는 삼성전자는 새로운 시장을 창조하는 혁신적인 제품과 앞선 기술력으로 컨버전스를 더욱 가속화하여 홈, 모바일, 오피스 영역 모두에서 세계 최고의 경쟁력을 갖춘 명품 디지털 컴퍼니로 거듭날 것입니다.



LCD TV 보르도

삼성전자는 세계 최고의 디지털 미디어 브랜드입니다.

삼성전자 디지털 미디어 제품들은 미국 시장뿐 아니라 유럽, 동남아 등 세계 각지에서 최고 제품으로 평가 받으며 높은 시장점유율을 유지하고 있습니다. 세계 TV시장 시장점유율 1위를 기록한 TV는 물론, 모니터, 프린터, DVD와 블루레이 플레이어, 디지털 캠코더와 MP3 플레이어에 이르는 창조적이고 혁신적인 제품을 다양하게 출시하며 세계 시장을 주도하고 있습니다.

제품과 솔루션, 서비스 경쟁력을 모두 갖추었습니다.

삼성전자는 기업용 시장 공략의 필수 조건이자 IT기업의 3대 성공 요인인 제품과 솔루션, 서비스 경쟁력을 갖추고 휴대폰과 TV에 이어 IT제품들 또한 초일류 명품 브랜드로 적극 육성해 나갈 계획입니다. 이를 위해 프린터, PC, 모니터 등의 제품군에서 창조적이고 혁신적인 제품을 지속적으로 창출하며 B2B 비즈니스에 본격적으로 뛰어들어 매출 외형 확대와 수익성 증대를 동시에 실현할 것입니다.

치열한 경쟁 속에서도 시장점유율 1위를 유지하고 있습니다.

TV산업은 2006년 전체 시장수요가 1억 9,400만 대에 이르는 전자 부문의 대표산업입니다. 국내에서는 2000년에 이미 TV보급율 100%를 달성하는 등, 주요 국가에서 90%가 넘는 보급율을 보였으며 디지털 방송시대 개막과 TV의 대형화, 고품질화 등을 모멘텀으로 다시 한번 빠르게 성장하고 있습니다. 평판(Flat Panel) TV의 출현으로 이전의 브라운관 TV 독점 시대가 가고 다양한 제품군이 등장하였으며 TV브랜드간 시장점유율 확보를 위한 극심한 가격경쟁은 물론 중국 등의 중소기업체와 Non-brand 업체까지 난립하는 등 치열한 경쟁 양상을 보이고 있습니다.

세계 TV시장점유율 확보를 위한 생존게임 속에서 삼성전자는 차별화된 기술, 디자인, 마케팅을 통해 평면 TV시장에서의 선도적 지위를 더욱 강화하여 2007년에는 2위와의 격차를 더 벌리며 명실상부한 세계 TV업계 최고의 브랜드가 될 것입니다.

TV업계 최초로 매출액 100억 달러를 초과 달성하였습니다.

LCD TV와 PDP TV로 대표되는 평면 TV의 폭발적인 시장 성장과 이에 따른 유례없이 치열한 업체간 가격경쟁 속에서도 삼성전자는 LCD, PDP, 프로젝션, CRT TV 등, 모든 디바이스를 이용한 제품 포트폴리오를 통해 시장 요구에 적극적으로 대응함으로써 세계 TV시장을 선도하고 있습니다.

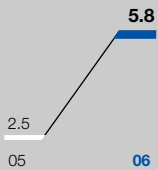
삼성전자는 2006년 연간 기준으로 디지털 TV 매출과 판매량에서 모두 1위에 등극하는 경이적인 성과를 달성하였습니다. 시장점유율 1위는 삼성전자가 1972년 TV사업을 시작한 이래 34년만에 이룩한 것이며 이에 힘입어 세계 TV업계 최초로 매출액 100억 달러를 초과 달성하는 등 TV사업의 일류화 기반을 구축했습니다.

매출 100억 달러는 2005년 매출액 65억 달러에 비해 60%이상 성장한 것으로 하루 평균 2,700만 달러 이상의 TV를 판매한 수치에 해당합니다.

특히 2006년 3월 출시 이후 1년간 300만 대에 이르는 메가 히트를 기록한 보르도 LCD TV



순매출액 (단위: 조 원)



영업이익 (단위: 천억 원)

보르도 LCD TV뿐만 아니라 Full HD급 LCD TV 모델 시리즈, PDP TV 등이 시장에서 호평을 받으며 시장 입지를 더욱 확고히 하고 있습니다.

뿐만 아니라 하반기 출시한 Full HD급 LCD TV 모델 시리즈와 PDP TV 등도 호평을 받으며 시장인지를 더욱 확고히 하고 있습니다.

2006년, 삼성전자는 다양한 디지털 미디어 제품군에서 세계 최초, 세계 최고를 기록했습니다. 차세대 DVD라 불리는 블루레이 플레이어 제품을 세계 최초로 출시하여 시장을 개척했으며 세계 최소형 컬러레이저 프린터와 복합기는 물론, 뮤직 쉐어링 개념의 신개념 MP3플레이어 K5, 세계 최초 UMPC인 Q1 등 고객의 라이프스타일을 주도하는 다양한 혁신 제품들을 선보였습니다.

특히 삼성전자의 성장동력 사업 중의 하나인 프린터 사업에서는 평판형 모노 레이저복합기 세계 1위를 달성하는 등, 6.5%의 세계 시장점유율을 기록했으며 3년 후에는 세계 시장에서 프린터 시장점유율을 10~20%까지 끌어올려 2010년에는 글로벌 톱3에 진입한다는 목표를 세우고 있습니다.

경쟁력 강화로 세계 디지털 미디어 시장을 주도하겠습니다.

삼성전자는 2006년 세계 TV업계 1위에 등극한 여세를 몰아 2007년에는 2위와의 격차를 더욱 벌여 세계 TV시장 최고의 위치를 확고히 할 것입니다. 이를 위해 기술, 디자인, 마케팅 등에서 지속적인 차별화를 이루고 평면 TV시장에서의 선도적 지위를 유지하며 40인치 이상 대형과 Full-HD TV 중심으로 라인업을 확대할 계획입니다.

2006년 국내 MP3플레이어 시장에서 1위 자리를 되찾은 삼성전자는 2007년에는 차별화 제품을 지속적으로 출시하여 시장지배력을 강화하고, 시장점유율 1위 국가를 더욱 확대할 예정입니다. 성능개선과 가격을 낮춘 2세대 블루레이 플레이어도 출시하여 차세대 광기기 시장에서 리더십을 확고히 할 것입니다.

또한 삼성전자는 B2B 비즈니스에 본격적으로 매진할 계획입니다. 현재 B2B 비즈니스는 삼성전자 내 비중이 30%가 미치지 못하고 있습니다. PC, 프린터, 서버, 모니터, 스토리지 디바이스, 네트워크 장비 등으로 구성된 IT시장은 2007년 1240억 달러 규모로 추정되며 이중 약 90%를 B2B 시장이 차지하고 있는 거대한 시장입니다.

삼성전자는 IT B2B시장 공략 본격화를 위해 제품 경쟁력 향상, 기업 고객의 요구에 맞는 솔루션 확보, 서비스 경쟁력 향상 등을 계획하고 있습니다. 또한 IT제품을 대상으로 한 브랜드 투자를 대폭 확대, IT 제품군의 브랜드 위상을 크게 높여 휴대폰(Mobile), TV(Home)와 함께 오피스 영역에서 삼성전자의 브랜드 가치 상승을 견인하는 '3두마차'로 확고히 자리매김 할 계획입니다.

연결기준으로 2006년 최초로 매출 20조 원을 넘긴 디지털미디어 비즈니스는 2007년에는 이익 1조 원을 넘기는 첫 해가 될 것으로 전망하고 있습니다.



LCD TV, 2007년형 보르도

외인잔의 감성적 디자인을 더욱 극대화시켜 '아름다운 TV'로 다시 태어난 2007년형 보르도 TV는 부드럽고 투명한 곡선의 제품 하단 베젤, 푸른빛의 LED 조명 등, 인터리어 소품으로서의 품격을 높였습니다. 또한 기존 제품보다 60% 향상된 8000대 1의 명암비를 구현했으며 블루와 그린 색상의 표현 영역을 넓혀 더욱 사실적인 색상을 표현하는 '와이드 컬러 컨트롤 (Wide Color Control)' 기능으로 더욱 선명한 영상을 전달합니다. 2006년 세계를 휩쓴 보르도 TV에 이어 2007년형 보르도 TV는 TV에 대한 '셜레임과 소유욕'을 일깨우는 명품 TV로서 자리매김 할 것입니다.



블루레이 플레이어 BD-P1200

세계 최초로 차세대 영상 기록 장치인 블루레이 (Blu-ray) 플레이어를 출시한 삼성전자는 성능은 개선되고 가격은 낮춘 2세대 블루레이 플레이어를 출시하였습니다. HQV(Hollywood Quality Video) 비디오 프로세스, 고대역폭을 지닌 HDMI 1.3을 통해 보다 우수한 화질과 음질을 구현하며 블루레이 리모컨 하나로 다른 AV기기들을 모두 제어할 수 있는 에니넷+ 기술도 활용할 수 있습니다.



MP3 플레이어 YP-K3

두께 6.95mm의 슬림한 MP3플레이어로 고품격 소재의 부드러운 디자인이 돋보입니다. 소프트 터치 방식 키패드와 유리 같은 느낌의 부드러운 전면, 감성적인 푸른색의 심플한 GUI와 1.8인치 OLED LCD 채용 등 MP3의 새로운 디자인 트렌드를 창출 하였습니다.



윈도우 비스타 와이드 모니터

16:10의 와이드 화면을 구현하여 윈도우 비스타에 최적화된 모니터입니다. 깔끔하고 심플한 디자인으로 스타일을 살렸으며 2ms(GtoG) 응답속도, 300:1(DCR)을 구현하여 화면의 잔상이 거의 없는 깨끗하고 선명한 화질을 감상할 수 있습니다.



울트라모바일PC Q1 Ultra

2006년 세계 최초의 UMPC인 Q1의 2세대 모델입니다. 윈도우 비스타 홈 프리미엄 버전을 탑재하고 있으며, 소비자의 요구사항을 적극적으로 반영하여 QWERTY 키패드를 적용하고 배터리 시간을 4.5 시간으로 향상시켰습니다. 또한, 3.5G 통신 기능을 보강하여 언제 어디서나 인터넷 사용이 가능합니다.



세계 최소형 컬러레이저 복합기 CLX-2160N

컬러레이저 복합기는 육중하다는 고정관념을 깨고 책상 위에 올려놓고 사용할 수 있는 세계 최소형 컬러 레이저 복합기입니다. 삼성전지만의 저소음기술인 NO-NOIS™기술이 적용되어서 조용한 사무환경에서도 사용할 수 있습니다. 또한 PC 없이도 스캔/복사/출력 가능한 USB 다이렉트 기능과 신분증 양면을 한번에 복사하는 ID Copy기능을 갖추어 쉽고 빠른 업무 처리가 가능합니다.



울트라에디션 II 10.9 SGH-U600

창조적인 기술과 새로운 서비스로 내 손안의 큰 세상을 실현합니다.

IT산업은 지금 통신과 방송, 유선과 무선이 하나가 되는 서비스 컨버전스, All-IP 기반의 차세대 네트워크 망이 구축되는 네트워크 컨버전스, 모든 기기들이 하나의 단말기로 통합되는 디바이스 컨버전스가 진행되고 있습니다. 그리고 그 컨버전스의 중심, 기술과 사람들의 접점에 바로 휴대폰이 있습니다. 삼성전자는 휴대폰에 세상을 담은 '내 손안의 큰 세상'을 실현하여 고객들에게 보다 풍족한 삶을 선사할 것입니다.

사람의 마음과 마음을 이어주는 유비쿼터스 시대의 허브를 만듭니다.

이제 휴대폰은 언제 어디서나 어떤 기기와의 접속이 가능한 유비쿼터스 시대의 허브(Hub)로 음성, 데이터, 영상은 물론 카메라, TV, 신용카드, 건강관리까지 생활에 필요한 모든 것을 담게 되었습니다. 프리미엄 브랜드와 차별화된 제품으로 세계 시장을 선도하고 있는 삼성전자는 2006년에는 연간 휴대폰 판매량 1억 1,800만 대를 기록하며 최대판매량 기록을 갱신하였으며 와이브로(WiBro)를 통해 차세대 무선통신의 세계 표준을 만들어 가고 있습니다.

창조적인 마인드로 다음 세대의 표준을 선도합니다.

휴대폰으로 통화만 하던 시대는 이미 끝났습니다. 재료가 무엇인가보다는 누가 어떤 생각으로 만드는가가 중요한 것처럼 삼성전자는 창조적인 마인드로 휴대폰 분야에서 혁신적인 제품, 블루오션을 창출하는 제품을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 앞으로도 삼성전자는 시간적, 공간적 제약을 받지 않고 저렴하고 풍부한 정보를 효과적으로 이용할 수 있도록 휴대폰을 기반으로 끊임없이 첨단 기술과 서비스를 선보일 것입니다.

통신의 새로운 세대가 다가오고 있습니다.

휴대폰은 다른 IT기기와는 달리 교체주기가 짧고 다른 사람과 공동으로 소유할 수 없는 첨단 기기입니다. 이러한 특성으로 인해 전세계 휴대폰 시장 규모는 지속적으로 성장하고 있습니다. 1995년 4,100만 대 규모 판매에 머물렀던 세계 시장은 선진 시장의 10%대 미만의 성장에도 불구하고 신흥 시장의 지속적인 성장에 따라 2006년에는 9억 5,000만 대 이상 판매 되었습니다.

통신장비 시장의 경우 WCDMA / HSDPA 등 이동통신 장비의 차세대 업그레이드 수요가 발생하고 있습니다. 2006년 6월, 국내에서 차세대 이동통신 서비스가 시작되었고 유무선 통합 서비스, 무선 데이터 서비스, 방송과 통신의 융합 서비스 등 새로운 서비스를 확산시키며 지속적인 수요증가를 불러 일으킬 것으로 예상됩니다.

앞으로 멀티미디어 휴대폰에 대한 수요가 꾸준히 지속될 것으로 예상되며 WCDMA와 HSDPA에 대한 수요 또한 본격적으로 증가할 전망입니다. 또한 기존의 일반전화, 무선전화, 인터넷망을 하나로 통합한 차세대 통신 NGN(Next Generation Networks), 인터넷 프로토콜을 기반으로 다른 망을 통합한 All-IP, 4G 등 차세대 유무선 통합기술에 대한 표준화 작업도 활발하게 진행될 것으로 예상됩니다.

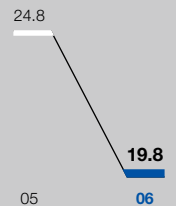
프리미엄 브랜드와 차별화된 제품으로 시장을 선도합니다.

삼성전자는 2005년 1억 300만여 대의 휴대폰 판매량에 이어 2006년에는 연간 판매량 1억 1,800만 대를 기록하며 휴대폰 최대판매량 기록을 갱신했습니다. 2006년 하반기 새롭게 출시한 울트라에디션(Ultra Edition)의 높은 인기와 슬림폰, 메가픽셀 카메라폰, 모바일 TV폰, WCDMA / HSDPA 등 3G 멀티미디어폰 시장에서의 시장지배력 강화로 얻은 성과입니다.

새로운 개념의 초슬림 휴대폰인 울트라에디션은 2006년 6월부터 유럽을 선두로 전세계에 차례로 출시되었으며 8월에는 3G 울트라에디션을 선보였습니다. 울트라에디션은 고객들의 호평을 받으며 판매돌풍을 일으켰고 텐밀리언셀러폰이 탄생하기도 했습니다.



판매출액 (단위: 조 원)



영업이익 (단위: 천억 원)

2006년 하반기 새롭게 출시한 울트라에디션이 높은 인기를 누리고 멀티미디어폰 시장에서 두각을 나타냈습니다.

삼성전자는 이외에도 세계 최초의 1,000만 화소 카메라폰을 비롯하여 8GB 슈퍼뮤직폰, MediaFLO폰, UMA폰, 리얼월드폰 등 세계 최초, 세계 최고의 제품을 출시하며 세계 휴대폰 시장의 트렌드를 주도했습니다.

통신장비 부문에서는 세계 최초로 휴대인터넷 와이브로 관련 기술을 개발하여 국내 사업자인 KT, SKT를 통해 상용화를 개시했고 전세계 60여 개 사업자와 와이브로 사업을 추진 중에 있습니다. 와이브로란 핸드셋, 노트북, PDA, 스마트폰 등 다양한 휴대 인터넷 단말을 이용하여 정지 시는 물론 이동 중에도 언제 어디서나 고속으로 무선 인터넷 접속이 가능한 서비스입니다. 토리노 동계올림픽과 와이맥스 포럼, 모바일 와이맥스 서밋 등 다양한 국제행사를 통해 와이브로에 대한 각국의 관심이 증가하였으며 세계 최초의 와이브로 복합단말기인 디렉스 MITs를 개발하는 등, 와이브로 단말기가 다양해지면서 세계 와이브로 시장 성장전망을 밝게 했습니다.

3G 이동통신 서비스를 주도하고 있는 삼성전자는 3.5G로 불리는 차세대 HSDPA시장에서도 리더십을 발휘하였습니다. 세계 최초로 HSDPA폰을 출시하였으며 이후 HSDPA기술과 결합한 DMB폰, 뮤직폰, 스마트폰 등 첨단 기술이 적용된 모델을 다양하게 선보였습니다.

차세대 무선통신의 세계 표준을 선도하고 있는 삼성전자는 2006년 8월, '삼성 4G포럼 2006'을 개최하고 정지 중 1Gbps, 이동 중 100Mbps의 전송속도를 내는 4G 기술을 세계 최초로 선보이며 4G 이동통신 시대의 개막을 알렸습니다.

2007년은 선진 시장에서의 3세대 휴대폰 확대가 휴대폰 시장의 성장을 주도 할 것으로 보입니다. 삼성전자는 북미, 유럽 등 선진 시장의 WCDMA, HSDPA와 같은 3G 휴대폰과 뮤직폰, 모바일 TV폰, 스마트폰 등 멀티미디어 휴대폰의 성장을 주도하며 프리미엄급 시장에서 제품 리더십을 지속적으로 강화해 나갈 예정입니다.

삼성전자는 차세대 휴대폰 시장 경쟁력 확보를 위해 연구개발과 표준화 작업을 주도하고 있습니다. 와이브로와 4G 기술 등을 통해 차세대 통신 기술을 선도해 나가고 있는 삼성전자는 앞으로도 다양한 단말기와 경쟁력 있는 장비를 적기에 출시하고 본격적으로 와이브로의 세계화를 추진하여 제2의 무선 인터넷 혁명을 주도할 계획입니다.



Ultra Edition II 10.9 SGH-U600

삼성전자의 세련된 디자인과 첨단 기술이 집약되어 있는 '울트라에디션10.9'는 우아한 느낌과 반짝임을 실린, 심플하면서도 세련된 고급 보석이 연상되는 프리미엄 휴대폰입니다.



울트라메시징 Black Jack (i600)

마이크로소프트의 윈도우 모바일 5.0운영체계를 적용한 HSDPA 스마트폰 울트라메시징은 두께 11.8mm의 초슬림 디자인에 퀘티(qwerty) 키패드, 푸시 e메일 등 첨단 기능을 갖추었습니다.



울트라에디션 12.9 SGH-D900

85g, 12.9mm의 초슬림, 초경량 디자인을 자랑하는 울트라에디션 12.9는 울트라에디션의 대표주자로 전세계 소비자들의 사랑을 받으며 토탈리엔셀러폰의 계보를 이었습니다.



Ultra Music SGH-F300

울트라뮤직폰 F300은 휴대폰 키패드를 후면부에 배치한 듀얼 페이스의 파격적인 디자인으로, 9.4mm 슬림한 두께에 휴대폰과 MP3플레이어 기능 모두 완벽한 성능을 자랑하는 획기적인 뮤직폰입니다. 200만 화소 카메라, 블루투스 스테레오 뮤직 프로필, 외장 메모리 등 고객이 선호하는 기능을 두루 제공하고 있습니다.

새로운 생활, 라이프스타일의 혁신을 주도합니다.

기술이 발전할수록 삶은 자유롭고 행복해집니다. 일상에서 매일 사용하는 생활가전 제품은 뛰어난 기술과 우수한 성능을 바탕으로 아름답고 편리하게 다시 태어나고 있습니다. 세계 최고 수준의 디지털 기술력을 가진 종합 가전업체 삼성전자는 소비자의 가치로 재해석된 혁신적인 감성기술과 아름다운 디자인으로 소비자에게 새로운 생활을 선사할 것입니다.



볼밸런스 드럼세탁기와 건조기

감성이 담긴 제품 생산으로 생활을 윤택하게 합니다.

냉장고, 에어컨, 세탁기, 오븐, 청소기 등 생활에 꼭 필요한 다양한 프리미엄 가전제품을 생산하고 있는 삼성전자는 생활을 보다 윤택하게 하며 새로운 부가가치를 지속적으로 창출해 나가고 있습니다. 앞으로도 삼성전자는 차별화된 디자인과 혁신적인 기술을 바탕으로 고객의 요구에 맞는 제품을 출시하여 생활가전 시장을 선도해 나갈 것입니다.

고급 프리미엄 제품으로 생활가전의 패러다임을 전환합니다.

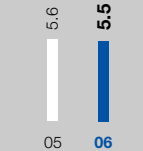
차별화된 기술로 세계 시장에서 생활가전의 패러다임을 프리미엄 가전으로 전환해 나가고 있는 삼성전자는 글로벌 초일류생활 가전업체로 도약하기 위해 개발인력 확충, 고급제품 라인업 확대, 생산거점 개편 등을 통해 사업경쟁력을 꾸준히 강화하고 있으며 혁신적인 제품 개발과 판매확대에 역량을 집중하고 있습니다.

프리미엄 제품 시장이 큰 폭으로 성장하고 있습니다.

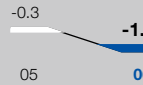
생활가전 시장은 서구, 북미, 일본, 중국이 전세계 수요의 75%를 차지하고 있습니다. 선진국의 경우 대체수요가 90% 이상을 차지할 만큼 성숙시장으로 접어들고 있지만 중국, 인도, 동구와 CIS 등 신흥 시장(Emerging Market)을 중심으로 신규 수요도 급격히 증가하고 있습니다. 고성장 추세에 있는 BRICs와 아시아 지역의 도시인구 증가, 소득수준 향상은 생활가전의 신규수요 성장을 주도하고 있습니다.

생활가전 업계에서는 유가·원자재가 상승에 따른 원가 압박과 시장경쟁 과열로 인한 수익성 저하를 극복하는 일이 최대 관심사로 떠오르고 있습니다. 이를 위해 동유럽, 멕시코, 중국 등의 저비용국가로의 거점 재편, 내부 효율성 제고, 고부가가치 제품 도입과 원가절감 등을 강력히 추진하고 있습니다.

제품 측면에서는 뚜렷한 수요 양극화 현상을 보이는데, 특히 대체수요를 타깃으로 하는 대형화, 고급화된 프리미엄 제품 시장이 큰 폭으로 성장하는 추세입니다.



판매액 (단위: 조 원)



영업이익 (단위: 천억 원)

차별화된 디자인과 혁신적인 기술을 바탕으로 고객이 원하는 제품을 출시하고 있으며 프리미엄급 시장에서 괄목할 만한 성과를 보이고 있습니다.

혁신기술이 적용된 제품으로 프리미엄 시장을 주도합니다.

2006년 생활가전 부문에서는 소비자의 생활문화를 혁신하는 'Lifestyle Innovator'를 기치로 혁신적인 제품과 솔루션을 지속적으로 제공했습니다.

에어컨은 국내 소비자 만족도(KCSI) 1위를 차지하며 국내 시장에서 품질을 인정받았으며 양문형 냉장고는 미국 최고 권위의 소비자 조사기관인 JD파워로부터 2년 연속 소비자만족도 1위 제품으로 선정되며 북미시장에서도 소비자에게 최고의 상품으로 인정받았습니다.

1997년 연간 국내 판매량 2만 대를 기록했던 양문형 냉장고의 판매는 2006년에는 전세계 시장에서 100만 대를 기록, 10년 사이 판매량이 50배로 급증하며 누적판매량이 500만 대에 이르렀습니다. 2006년에는 4개의 저장공간 온도를 개별적으로 적용할 수 있는 콤팩트 제품을 새롭게 선보이며 업계를 선도하고 있습니다. 이 제품은 세계 최대 소비자 가전쇼인 CES 2006에서 최고혁신상을 수상한 것을 비롯, 미국 타임지가 선정한 '꼭 가져야 할 제품(Cool Must-Have Gadgets)' 가운데 하나로 선정되었으며 미국 소비자 정보지 굿하우스 키피의 'Good Buy Award' 수상작으로 선정되는 등 화려한 수상실적을 자랑합니다.

삼성전자는 2006년 상반기에 전세계 생활가전 시장의 15%를 차지하는 전기 오븐 사업에 본격적으로 진출하였으며, 차별화된 로봇 청소기를 도입함으로써 국내 로봇 청소기 시장의 성장을 주도하고 있습니다.

지속적인 제품 리더십 확보로 선진 시장을 공략합니다.

삼성전자는 2007년에도 지속적으로 제품 리더십을 확보하고 유통업체와의 협력을 강화하여 북미, 유럽 등 선진 시장 공략을 본격화할 예정입니다. 또한 2006년 미국과 유럽에 설립한 연구부소 운영을 더욱 활성화하여 프리미엄 제품 중심의 사업전략을 강화할 수 있도록 미래 핵심역량을 지속적으로 확보해 나갈 계획입니다.

생활가전 부문에서는 2007년에 프리미엄 냉장고 150만 대 판매, 시장점유율 23%를 달성하여 프리미엄 냉장고 시장에서 세계 1위로 도약하고자 하며, 조리 기기사업은 스마트오븐 등 혁신제품을 지속적으로 출시해 2008년에는 15억 달러, 2010년에는 20억 달러의 매출을 달성하고자 합니다.



스텔스 청소기

TV시청이나 전화 통화에 지장이 없을 정도의 감성 소음을 갖춘 세계 최저 소음 백리스(Bagless) 타입 진공청소기입니다. 항공유체역학을 응용한 스텔스 기능으로 기존 청소기의 70dB에 달하는 소음을 약 1/10 수준인 59dB로 줄여 쾌적한 환경에서 청소를 할 수 있습니다. 스텔스 청소기는 독일 레드닷 디자인 상을 수상, 디자인의 우수성을 인정받기도 했습니다.



스마트 오븐

요리카드의 바코드에 기록된 조리법을 2차원 스캐너를 이용해 스캔하면 간편하게 자동으로 조리가 가능한 스마트 오븐은 초보자도 쉽게 음식을 만들 수 있습니다. 독일 iF 커뮤니케이션디자인상, 레드닷 디자인상, 일본 굿디자인어워드 등 세계적인 권위의 디자인상을 수상했습니다.



스마트 인버터 가정용 에어컨

한 대의 실외기에 다수의 실내기를 연결한 제품으로 각 실내기를 개별적으로 온도제어 할 수 있는 에어컨입니다. 실내기 여러 대의 온도와 운전상태를 정밀하게 제어하는 시스템으로 인버터 기술을 채용해 냉방 효율을 높임으로써 기존제품 대비 79%까지 전력 소비를 줄여줍니다. 또한 서라운드 기류제어를 통해 냉방속도를 기존제품 대비 41%까지 단축시켰습니다.



프렌치도어 냉장고

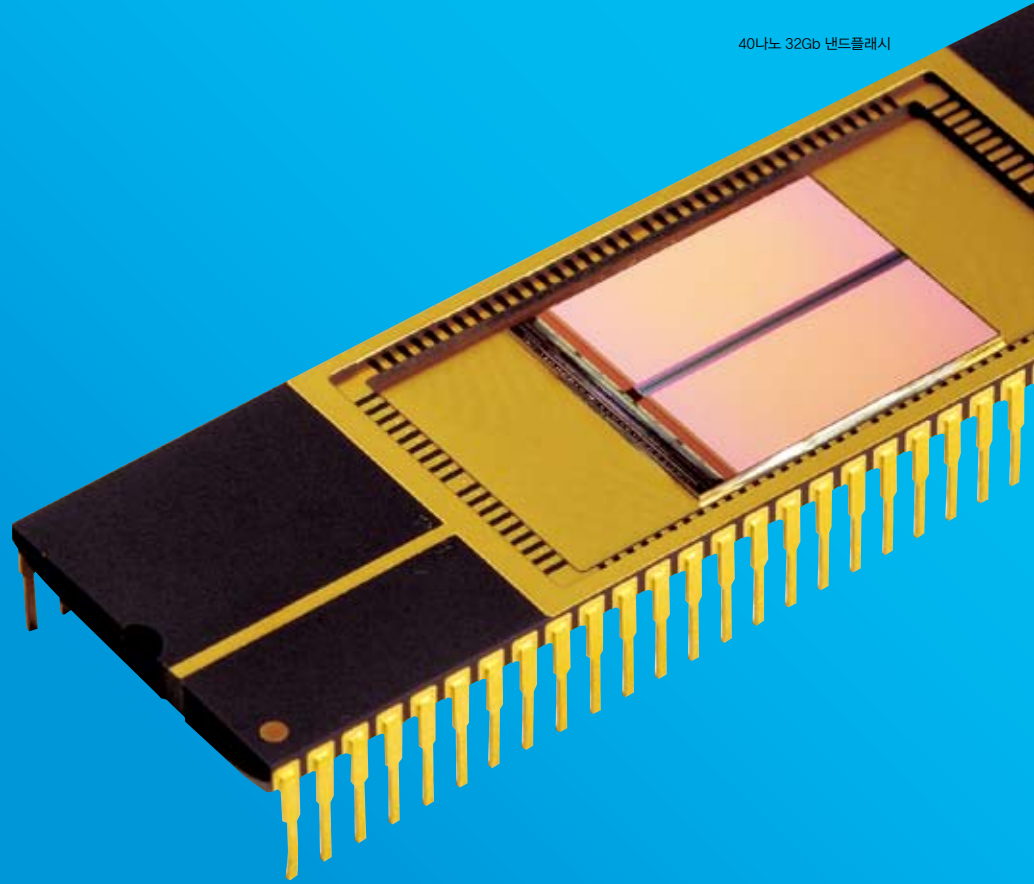
2007년 새로 선보이는 프렌치도어 냉장고는 미국 소비자들의 쇼핑 스타일을 고려하여 냉장실의 폭을 기존 제품에 비해 2배 가까이 늘렸습니다. 넓은 냉장 공간으로 라지 사이즈 피자나 대형 폭립 등도 편리하게 저장할 수 있습니다.



볼밸런스 드럼세탁기

2007년 새로 출시된 볼밸런스 드럼세탁기에는 세탁물의 뒹굴현상으로 인한 탈수시의 드럼 진동을 획기적으로 낮추는 저진동기술(Low Vibration Technology)이 적용됐습니다. 기존 세탁기는 목조 건축물 바닥에 설치할 경우 진동에 따른 불편이 컸으나 볼밸런스 드럼세탁기는 설치 장소에 관계없이 정숙한 사용환경을 제공해 미국과 구주 시장에서 빠른 성장을 기록할 것으로 기대됩니다. 이 제품은 CES 2007 혁신상을 수상하는 등 출시 전부터 높은 관심을 모으기도 했습니다.

40나노 32Gb 낸드플래시



NEW MOBILE WAVE의 바탕에 삼성전자의 최첨단 반도체 기술이 있습니다.

세계는 지금 IT기기의 다양한 기능이 하나의 장치에 집적되는 컨버전스(Convergence), 그리고 이전에 없던 혁신적인 기기가 다양하게 출현하는 다이버전스(Divergence)가 동시에 진행되는 새로운 모바일의 물결을 경험하고 있습니다. 시간이 거듭될수록 다기능, 고성능화 되는 디지털 기기에 대한 고객의 요구에 부응하여, 모든 모바일 분야의 토탈 솔루션을 제공하는 삼성전자는 세계 최고의 기술력을 바탕으로 고객에게 최고의 가치를 제공하는 고객친화적인 디지털 파트너가 될 것입니다.

앞선 핵심 기술을 바탕으로 세계 반도체산업의 창조적 리더십을 선도합니다.

반도체는 정보를 저장하고 기억하는 메모리 반도체와 논리적인 정보처리 기능을 담당하는 시스템 LSI(비메모리 반도체)로 구분됩니다. 삼성전자의 핵심 사업 중 하나인 반도체 부문은 메모리 반도체와 시스템 LSI 반도체, HDD(Hard Disk Drive) 사업분야에서 핵심 솔루션을 창출하며 리더십을 유지하고 있습니다.

삼성전자는 DRAM과 SRAM, 플래시메모리의 세계 최고, 최대 제조사입니다.

모바일과 디지털 제품에 사용되는 다양한 핵심 칩 분야를 개척해 온 삼성전자는 DRAM, SRAM, Flash Memory, DDI(디스플레이 구동칩) 등 다양한 분야에서 세계 최고의 제품을 생산하고 있습니다.

빠른 변화 속에서도 안정적으로 성장합니다.

메모리 반도체는 PC 기반의 DRAM 중심에서 휴대용 디지털기기의 고용량 메모리를 지원하는 플래시메모리로 성장의 축이 확산되고 있습니다. 2006년의 DRAM시장은 DDR2로의 본격적인 전환과 일부 경쟁사들의 90나노 공정 전환 중 발생한 문제들로 공급부족 현상이 지속되었고 가격 또한 안정세를 유지했습니다. 낸드플래시 시장은 2006년 상반기에 재고량 증가로 공급과잉 현상이 일어나기도 했으나 MP3, 디지털 카메라, 휴대폰 등의 플래시 카드에 대한 수요 증가로 하반기에 들어서며 점차 수급이 안정되었습니다.

시스템 LSI분야에서 수요는 지속적으로 증가하고 있지만 LCD, 휴대폰 등의 가격압박으로 가격 하락세가 지속되고 있으며 전세계적으로 일고 있는 카메라폰 제품의 수요증가는 이미지 센서 분야의 성장세를 이끌고 있습니다.

HDD(Hard Disk Drive) 분야에서는 1.8인치 HDD를 성공적으로 개발하였으며, 2.5인치 Hybrid HDD를 업계 최초로 개발, 출시하였습니다.

업계 최고 수준의 이익률을 유지하였습니다.

2006년 DRAM 판매 호조와 낸드플래시 원가절감 노력으로 삼성전자는 업계 최고 수준의 이익률을 유지하였습니다. 반도체 부문에서 전체 매출액의 32%에 해당하는 19조 8백억 원의 매출을 기록하였습니다.

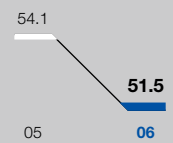
삼성전자는 시장이 급격히 확대되고 있는 DRAM시장에서의 확고한 1위 유지는 물론, 플래시 메모리에서도 세계 최초로 32Gb 낸드플래시를 개발하는 등 업계를 선도하고 있습니다.

메모리 부문에서는 DRAM 공정기술로는 가장 미세한 80나노 기술을 512Mb DDR2 DRAM에 적용해 업계 처음으로 양산을 시작하였습니다. 삼성전자는 90나노, 80나노 DRAM제품과 60나노급의 낸드플래시 제품 양산체제를 갖추고 고용량 제품 중심으로 판매를 확대하고 있습니다. 또한 모바일과 게임, 그래픽용 DRAM, OneNAND™, MCP(Multi Chip Package) 등 차별화된 제품을 시장에 선보이며 매출을 꾸준히 확대하여 안정적인 고수익을 창출하였습니다.

메모리 제품군에서는 초당 12.8Gb 데이터의 처리가 가능한 세계에서 가장 빠른 DRAM을



순매출액 (단위: 조 원)



영업이익 (단위: 천억 원)

고용량 메모리 제품의 판매확대와 모바일, 게임, 그래픽용 DRAM, 원낸드, MCP 등 삼성전자 고유의 차별화된 제품 매출을 꾸준히 확대하여 고수익을 창출하였습니다.

개발, 양산을 개시하였습니다. 또 세계 최초로 50나노 1Gb DRAM, 40나노 32Gb 낸드플래시 개발 등 양적인 성과는 물론 질적으로도 초일류 IT기업임을 유감없이 과시하였습니다.

또한 모바일 PC용 낸드플래시 기반 SSD(Solid State Drive)를 개발하여 낸드플래시가 PC시장으로 확대되는 신호탄이 되었습니다.

휴대폰, PDA 등의 모바일 기기와 대화면 평판 디스플레이 구동장치를 비롯한 디지털 가전제품의 핵심 기술을 구현하는 시스템 LSI 부문은 2006년 유럽형 SIM 카드용 스마트카드 IC와 네비게이션용 CPU분야의 시장점유율 1위를 차지하는 등 본격적인 성장기반을 마련하였습니다.

새로운 시장 수요에 적극적으로 대응하겠습니다.

2007년에는 윈도우 비스타(Windows Vista) 출시, 휴대폰과 게임 기기 등의 메모리 탑재량 증가로 DRAM 수요가 늘어날 것으로 전망됩니다. 낸드플래시는 경쟁업체의 생산 증가로 상반기에는 공급과잉이 예상되나 하반기에는 뮤직폰 출시 등의 영향으로 수요확대가 전망되고 있습니다.

DRAM의 고용량, 고성능 시장을 선도하며 시장점유율을 지속적으로 확대하기 위해 60나노급 제품 양산으로 수익력을 확대하고 낸드플래시 또한 50나노 제품의 출시를 통한 신규시장에 적극 대응할 계획입니다. 또한 카메라폰에 사용되는 이미지 센서, MP3플레이어용 칩 분야에서 시장점유율 1위 달성을 위해 노력할 것입니다.

삼성전자는 반도체 부문에서 지속적인 경쟁력을 유지하기 위해 R&D와 생산 라인 확충에 최선을 다하고 있습니다.



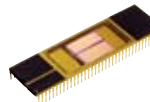
80나노 D램

2004년 업계 최초로 90나노 D램 양산을 시작한 삼성전자는 2006년 세계 최초로 80나노 D램 양산에 돌입하여 3세대 연속 최첨단 나노 D램 기술을 주도하고 있습니다. 80나노 공정은 90나노 공정 대비 50%의 생산성이 향상되며 추가 투자를 최소화할 수 있습니다. 또한 DDR3 등의 차세대 D램 시장에서도 리더십을 발휘할 수 있을 것으로 예상됩니다.



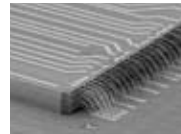
퓨전메모리 솔루션 OneDRAM™

세계 최초로 퓨전 메모리인 원밴드에 이은 제2의 퓨전메모리 OneDRAM™은 모바일 D램 및 S램을 하나의 칩에서 구현한 신개념 퓨전메모리로 모바일 시스템의 핵심 역할을 맡게 될 것입니다.



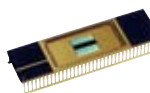
40나노 32기가 낸드플래시

세계 최초로 CTF기술을 기반으로 한 40나노 32Gb 낸드플래시를 개발하였습니다. CTF기술은 1971년 비휘발성 메모리가 개발된 이래 35년간 적용되어 온 '플로팅 게이트(Floating Gate)' 기술의 한계를 극복한 혁신적인 기술로, 나노공정의 한계인 50나노 장벽을 허물고 40나노 이후의 차세대 나노공정 상용화 가능성을 제시하였습니다. 삼성전자는 155개의 원천 특허와 개량특허를 확보하면서 업계 최초로 상용화에 성공하였습니다.



16단MCP

2003년 6단 MCP를 개발한 삼성전자는 16단까지 4년 연속 MCP기술을 주도하고 있습니다. 30나노 웨이퍼 박막화 등의 첨단 기술로 웨이퍼 가공기술의 한계를 극복한 16단 MCP로 업계 대비 2년 빠른 기술력을 확보하며 모바일 반도체시장에서 1위를 지킬 것입니다.



차세대 비휘발성 메모리 PRAM

세계 최대용량의 신물질 메모리 512Mb PRAM (Phase Change RAM)은 노어플래시보다 30배 빠른 데이터 저장속도와 최대 10배에 달하는 내구성으로 휴대폰 등의 모바일 기기 성능 향상에 기여할 것입니다.



지능형 DDI

세계 최초의 지능형 DDI는 주변 밝기를 자동으로 감지하여 최적의 영상을 찾아내며 실내 환경에서 사용할 때는 디스플레이 전력 소모를 30% 이상 절감해 줍니다.



1GB S-SIM카드

낸드플래시와 스마트카드 칩을 통합한 차세대 카드 솔루션으로 카드 하나로 기존 보안기능뿐 아니라 멀티미디어 정보 저장까지 가능합니다.



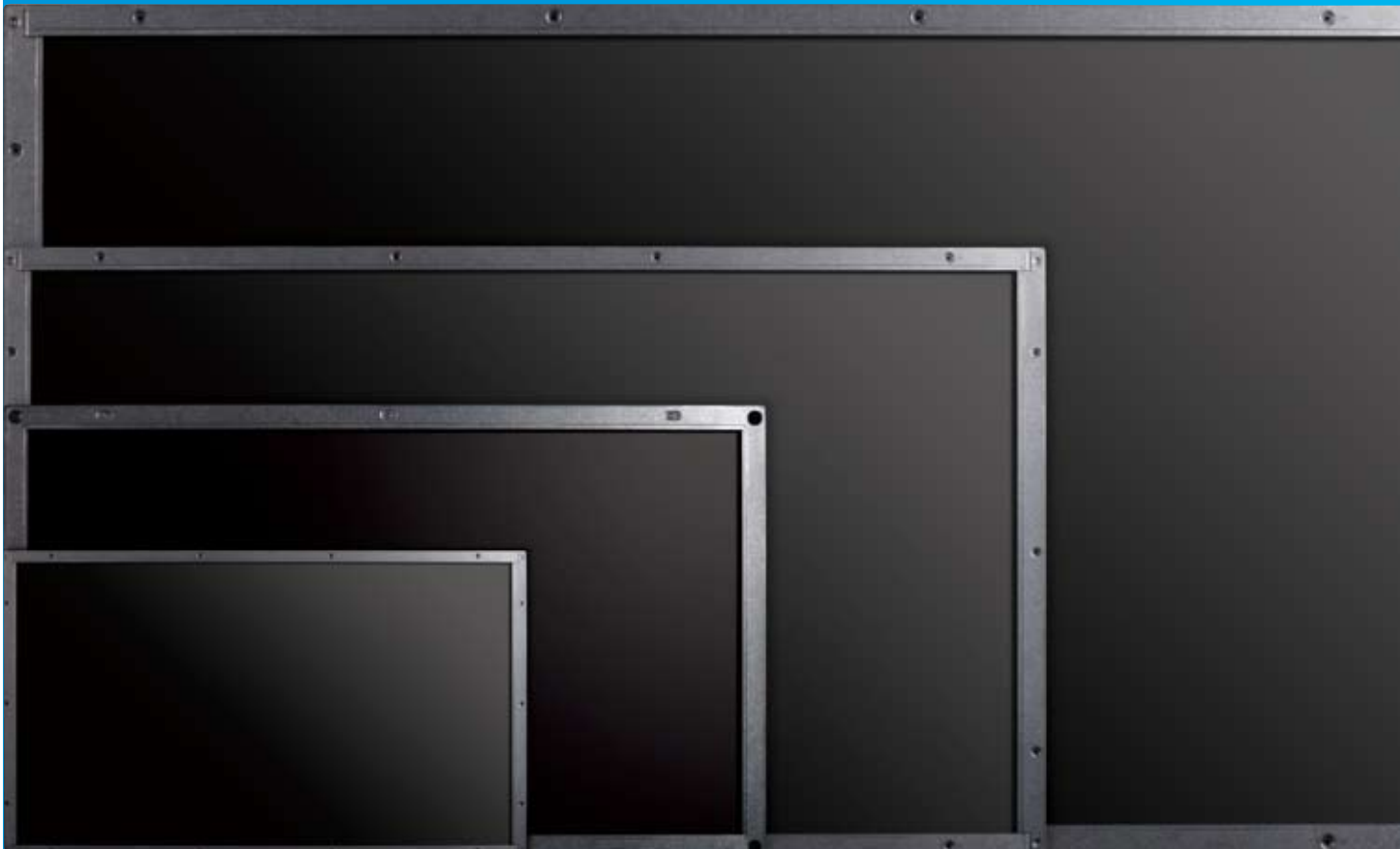
Solid State 디스크

디스크 대신 플래시메모리를 사용해 정보를 저장합니다. 소형 모바일 및 디지털 간수어 위주의 시장에 머물던 낸드플래시의 영역을 확장하는 신개념 제품으로 시스템의 안정성과 성능을 향상시킵니다.

혁신적인 디스플레이 세상이 될 4th Wave를 준비합니다.

영화에서나 보아 왔던 일이 현실이 되고 있습니다. 디스플레이의 발전은 그 어떤 부문보다 창의적으로 빠르게 전개되어 왔습니다. LCD업계는 노트 PC, 모니터, LCD TV 등의 변화를 겪었으며 이제 4번째 변화의 물결이 도래하고 있습니다. 기존의 전통적인 디스플레이뿐 아니라 디지털 인포메이션 디스플레이(Digital Information Display) 등 혁신적인 디스플레이가 생활을 변화시킬 것입니다. 미래의 디스플레이는 단순히 영상이나 정보를 보여주는 창으로서의 개념을 벗어나 언제 어디서나 다양하게 즐길 수 있는 생활 그 자체가 될 것입니다.

LCD 패널



새로운 성장 동력을 바탕으로 지속적으로 성장합니다.

1990년대에 노트 PC용 패널생산을 중심으로 사업을 추진해 온 삼성전자는 2000년대에 들어서는 모니터 부분으로 IT 디스플레이의 사업영역을 확대해 왔습니다. 2001년 이후에는 휴대폰, 게임기, PDA, MP3 등 다양한 모바일 기기의 수요증가에 따른 중소형 디스플레이로 사업영역을 확대하여 다양한 제품의 개발, 생산, 판매를 확대하고 있습니다. 향후 LCD 부문은 본격적인 성장기를 맞은 대형 TV부문과 IT사업의 성장, 모바일 기기의 다양화 등을 기반으로 꾸준히 성장할 것으로 전망됩니다.

LCD부문에서 부동의 세계 1위를 기록하고 있습니다.

IT제품, 평판 TV의 주요부품인 LCD 패널의 최대 생산업체인 삼성전자는 업계를 주도하는 투자와 기술, 생산 능력으로 다년간 LCD 매출 업계 1위를 기록하고 있습니다. 세계 최대 규모의 7세대 라인은 가동 개시 후 1년 5개월만에 TV용 패널 생산 1,000만 개를 돌파하며 시장의 표준화, 대형화를 주도하는 등 40인치 이상 대형 LCD TV시장에서도 절대 우위의 시장점유율을 유지하고 있습니다.

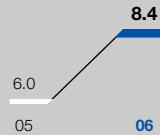
LCD시장의 절대 강자로 리더십을 발휘하고 있습니다.

LCD사업은 시장 수요와 공급간의 상호 작용에 따른 수요공급 주기에 의해 가격 변동이 발생하고 있습니다. 노트 PC와 모니터를 비롯한 IT제품의 LCD 디스플레이 채용으로 지속적인 성장이 전망되며, 디지털 방송 개시와 Full-HD급 기술의 발전이 LCD TV시장의 성장을 견인할 것으로 예상됩니다.

기존의 노트 PC 부문과 모니터 부문을 기반으로 한 IT용 디스플레이 중심에서 휴대폰, 게임, PDA 등의 모바일 제품 판매가 늘어 LCD시장을 확대하고 있으며 삼성전자를 중심으로 LCD TV용 패널의 공급기반 확대와 제품의 성능 향상이 지속적으로 추진되고 있습니다.



순매출액 (단위: 조 원)



영업이익 (단위: 천억 원)

업계 최대의 7세대 생산능력을 바탕으로 40인치 이상의 대형 LCD TV시장에서 절대 우위의 시장점유율을 확보하며 LCD 업계 매출 1위를 유지했습니다.

5년 연속 매출액 세계 1위를 달성하였습니다.

삼성전자는 2006년 상용제품 중 세계 최대인 70인치 제품 양산을 시작하였습니다. 또한 업계 최대의 7세대 생산능력을 바탕으로 40인치 이상 대형 LCD TV시장에서 절대 우위의 시장점유율을 확보, 매출에서 2002년 이후 5년 연속 업계 1위를 유지했습니다.

삼성전자의 2006년 LCD 패널 총매출은 25.4조 원에 이르러 사상 최대를 기록하였습니다.

디스플레이서치에 따르면 2006년 세계 디스플레이 업계 상위 7개 업체들은 2005년에 비해 평균 약 20%가 성장했으며 삼성전자는 이들 평균 성장률을 웃도는 33%의 성장을 기록했습니다. 또한 업체간 구도에서는 2005년 전체 매출 기준 약 12억 7,000만 달러였던 1, 2위간 격차는 1년 만에 약 2배인 36억 7,000만 달러로 확대되었습니다.

삼성전자는 2005년 11월 시험생산에 성공했던 7-2라인이 2006년에는 본격적으로 가동되며 40인치와 46인치를 중심으로 한 대형 LCD TV 전용라인을 구축했습니다. 차세대 생산라인의 성공적인 양산으로 세계 최초의 7-1라인 가동이 이루어진 2005년 4월 이후 1,000만 개의 TV용 패널을 생산하며 40인치와 46인치급 대형 LCD TV의 표준화를 주도했습니다.

제품 측면에서는 세계 최초로 120Hz고속동작이 가능한 70인치 Full-HD급 LCD를 개발하여 2007년 상반기 상용화 예정에 있는 등 대화면 고성능 LCD의 개발이 활발하게 이루어지고 있습니다.

또한 업계 최초로 아몰포스 실리콘 Wide VGA LCD의 원칩화, 양산화에 성공하여 DMB, PMP, 자동차 네비게이션 등의 프리미엄 모바일 제품군에서 리더십을 발휘할 수 있게 되었습니다.

새로운 라인 가동으로 대형 LCD TV시장의 표준을 만들어 갑니다.

삼성전자는 급격히 확대되고 있는 대형 LCD TV시장의 주도권을 강화하기 위해 현재 보유하고 있는 2개의 7세대 라인의 생산능력 확대를 지속적으로 추진하고 있습니다.

또한 2007년 하반기에는 소니와 합작한 8세대 라인 가동을 기반으로 40인치 뿐만 아니라 50인치 이상의 대형 LCD TV 표준화와 대중화에 주력할 계획입니다. 기판 사이즈 크기가 2,200x2,500mm에 이르는 8세대 라인은 최대 생산 규모가 월 5만 매로 52인치 기준 월 30만 매 규모의 생산이 가능합니다. 8세대 라인에는 약 20억 달러의 투자가 이루어질 예정입니다. 디스플레이 업체들이 어려운 시장환경에서 8세대 투자를 연기하고 있는 가운데 삼성전자는 계획대로 투자를 진행하여 50인치급 LCD 패널시장에서도 우위를 확보할 수 있을 것으로 기대됩니다.

삼성전자는 다른 디스플레이 기술과 지속적인 경쟁을 통한 새로운 시장확대를 추진하고 있습니다. 새로운 기술이 적용된 다양한 제품으로 기존의 노트북 PC, 모니터, LCD TV향 제품 외에도 DID, 하이엔드 모니터, 프리미엄 노트북 PC, 다양한 모바일 제품 등의 제품 라인 확장을 통해 프리미엄 제품군을 공략해 나갈 예정입니다.



70인치 Full HD LCD (DID)

기존 양산 최대 크기였던 65인치 제품보다 5인치가 큰 70인치 Full HD LCD입니다. 상용화 제품 중 세계 최대 크기이며, Full HD의 고화질로 최고의 성능을 보여줍니다. 삼성전자는 옥외용 디지털 사인보드 시장에서 초대형 TV시장으로 입지를 점차 넓혀 가고 있습니다.



52인치 Full HD LCD (TV)

2007년 하반기 중 본격적으로 양산을 시작할 예정 8세대 라인의 주력 제품입니다. 빠른 동영상 구현에 탁월한 성능을 보이는 Full-HD, 120Hz의 흡시여터용 패널이며, 40인치대 제품 중심의 LCD-TV시장을 50인치대로 옮기는 데 주도적인 역할을 할 것입니다.



46인치 Full HD LCD (TV)

거실용 메인 사이즈로 대형 TV 시장을 주도하고 있는 삼성전자의 대표 제품입니다. 40인치대 PDP에서는 구현할 수 없는 Full-HD급의 선명하고 자연스러운 화면을 구현하여 소비자들의 마음을 사로잡고 있습니다.



24인치 LCD (모니터)

최첨단 LED 백라이트를 탑재한 모니터용 프리미엄 제품입니다. 업계 최고 수준인 색재현성 111%의 트루 컬러를 구현해 그래픽, 포토 전문가 작업에 최상의 환경을 제공합니다. 윈도 비스타에 최적화되어 있으며 멀티태스킹에서 뛰어난 성능을 발휘합니다.



15.4인치 LCD (노트북)

노트북의 와이드화를 주도하고 있는 삼성전자의 대표 제품입니다. 초슬림 디자인으로 휴대성을 강조하였으며 멀티미디어 구현에 적합한 화면 사이즈를 갖추어 다목적으로 활용이 가능한 디스플레이 패널입니다.



7인치 원칩 LCD (모바일)

800x480(WVGA) 해상도의 7인치 원칩으로 PND, CNS, DMB, PMP 등 프리미엄 모바일 멀티미디어 제품에 적용됩니다. 삼성전자의 고유의 아몰포스 실리콘 게이트 기술을 적용하여 회로의 면적과 부품 수를 1/3로 줄인 혁신적인 제품입니다.



0.82mm LCD (모바일)

일반 신용카드 두께 수준의 0.82mm LCD패널 개발로 모바일 기기의 초슬림화 현상이 더욱 가속화되고 있습니다. 충격 방지와 선명도를 더욱 향상시킨 i-Lens기술을 적용하여 휴대용 디스플레이의 기술 한계점을 뛰어 넘었습니다.