

삼성전자, 옥외용 DID 시장 공략

화면밝기 가정용의 3배 이상 ... LCD 9장을 한 화면으로 구성

삼성전자가 옥외용 DID(Digital Information Display) 신제품을 앞세워 DID 시장 공략을 강화한다.

DID는 공항, 지하철역, 기차역, 대형 쇼핑몰, 극장, 거리, 학교와 회의실 등 공공장소에서 광고·정보 등을 표시하는 장치로 광범위하게 사용되고 있으며 디지털 동영상 등 다양한 정보를 표현할 수 있어 사진이나 이미지만을 전달하는 전광판 및 광고판을 대체하고 있다.

디스플레이서치에 따르면, 2008년 DID 시장은 148만대(LCD 패널 채용 78만대 포함)에 달했으며 2015년에는 724만대(LCD 패널 629만대)로 급성장할 것으로 예상된다.

하지만 DID는 LCD TV에 비해 장시간 전원을 켜 채 사용해야 하고, 고열과 온도변화, 외부충격, 수분, 먼지 등에 잘 견뎌야 하며 TV보다 화면이 밝아야 하는데 삼성전자가 새로 개발한 옥외용 DID는 화면밝기가 1500 cd/m²로 가정에서 사용하는 LCD TV(400-500cd/m²)보다 3배 이상 밝다.

아울러 삼성전자는 옥외용 DID 가운데 멀티스크린을 구성할 수 있는 베젤(화면테두리) 폭이 좁은 제품도 준비하고 있는 것으로 나타났다.

멀티스크린을 구성할 때 베젤 폭이 넓으면 화면 시청에 지장을 주기 때문으로 2009년 1월 초 미국 라스베이거스에서 열리는 CES(Consumer Electronic Show)에서 최고 혁신상을 수상한 멀티스크린 DID는 46인치 LCD 9장을 한 화면으로 구성한 것으로 700cd/m²의 화면 밝기에 베젤 폭은 7.3mm에 불과한 것이 특징이다. <저작권 자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2008/12/29>