

LG전자, PDP · LCD TV 판매 강화

2008년 영업실적 1700만대 목표 ... LG필립스LCD와 모듈 통합설계

LG전자는 2008년 PDP TV 300만대, LCD TV 1400만대 등 모두 1700만대 TV 판매실적을 올려 글로벌 톱3에 진입하겠다는 청사진을 내놓았다.

이에 따라 LG전자 DD(Digital Display) 사업본부장인 강신익 부사장은 “2008년 디스플레이 분야 연구·개발(R&D)에 5억달러를 투입하기로 했다”고 1월6일 미국 라스베이거스 2008 CES(Consumer Electronics Show) 전시장에서 열린 2008 디스플레이 제품 사업전략 발표회에서 밝혔다.

또 “앞으로 5년간 10억달러를 들여 북미, 중남미, 유럽, 중국, 아시아 등 권역별 특성에 맞는 마케팅 활동을 강화해 나갈 계획”이라고 말했다.

평판TV에서 40인치 이상 프리미엄급 제품 판매비중을 대폭 늘리고, 30인치 이하 보급형 제품은 과감한 아웃소싱을 통해 수익성을 강화할 방침이다.

PDP 모듈은 생산기술 혁신을 통해 수율을 크게 높이고, 박형 글라스(Glass) 등 신공법 적용 등으로 원가 경쟁력을 제고할 예정이다.

LCD 모니터는 22인치 이상 와이드 LCD 모니터의 매출 비중을 40%까지 올리고, B2B 시장을 획기적으로 확대하는 등 모니터사업 체질을 강화하기로 했다.

LG전자(TV SET, PDP모듈, 핵심 칩), LG필립스LCD(LCD모듈) LG이노텍(튜너), LG마이크론(PDP 후면판) 등 계열사와 수직 계열화를 통해 핵심부품 내재화 비율도 높이기로 했다.

특히, LG필립스LCD와 LCD 모듈 통합 설계를 통해 원가를 대폭 개선하는 한편 구매·생산기술 분야에 선진기법을 도입할 계획이다.

LG전자는 CES 전시회에서 획기적으로 차별화된 디자인과 최신 기능을 적용한 LCD TV와 PDP TV 신제품을 선보였다.

신제품은 인텔리전트 센서, 인비저블 스피커(Invisible Speaker), 전문가 수준의 화질 조정기능, 유저인터페이스 등을 갖춘 것이 주요 특징이다.

LCD TV인 LG60 시리즈는 세계 최소 두께(45mm)의 초슬림 디자인에 측면과 뒷면에 강렬한 레드 컬러를 적용해 실루엣을 연출함으로써 감성적인 이미지를 강조했다.

TV 전원을 켜고 끌 때 전면 하단부의 홀을 터치하면 주홍색 빛이 발하고 감미로운 음향효과가 더해져 단순히 TV를 보는 즐거움을 넘어 사용자의 오감을 자극하는 감성적 디자인 컨셉트를 적용한 것이 강점인 것으로 알려졌다.

세계 최초로 주변 환경을 스스로 감지해 밝기, 명암비, 색감 등을 자동으로 조절하는 인텔리전트 센서기능도 적용됐다.

스피커는 전체 디자인을 방해하지 않게 하도록 보이지 않게 설치돼 심플한 외관 디자인을 제공하고 있다.

PDP TV인 PG60 시리즈는 화면을 둘러싸고 있는 프레임을 없애 모서리 끝까지 완전 평면 스크린을 구현했다. 업계 최초로 전면 글래스 필터를 적용해 마치 1장의 유리나 같은 매끈한 디자인을 선보인 것이 특징이다.

풀HD 화질에 세계최고 명암비(30000대1)를 지원하는 등 최고 화질기술들이 적용됐고, 인비저블 스피커를 채택해 단순함의 미학을 강조한 것도 강점이다.

특히, 2008 CES 최고혁신상(Best of Innovation)을 수상해 2008년 선보이는 TV제품 중 업계 최고의 제품으로 인정받았다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2008/01/07>