

Future, Pantech

029 _ 지속적인 성장여건 조성

030 _ 기술과 스타일

브랜드 VEGA & Pantech

032 _ VEGA, the brightest star in the SKY

033 _ 글로벌 브랜드 Pantech

Slim Unibody 디자인
세계 최고의 Zero베젤
VEGA IRON



Innovation

혁신은 그런 것이다.

Disclosures on Management Approach

경제 DMA



끊임없는 혁신과 승부근성이 팬택의 저력입니다.

강한 기업 팬택의 키워드는 혁신입니다. 선택과 집중 그리고 독보적인 기술력을 바탕으로 지속적으로 성장해 온 팬택을 만드는 힘은 도전과 열정이며, 끊임없는 기술적 혁신과 승부근성으로 고객에게 정직하게 평가받고자 합니다. '기술의 범용화를 통한 인류생활의 편의증대'라는 기업 미션을 실현하기 위해 다시 한 번 힘차게 도약하겠습니다.



750

스마트폰 누적 판매량
(단위 : 만 대)

LTE 스마트폰에 대한 선택과 집중 전략을 통하여 수익 창출을 극대화하여 지속적으로 경제적 성과를 창출하고 사용자의 편의성을 개선해 나가겠습니다.



2,627

2012 R&D 투자금액
(단위 : 억 원)

지속적인 R&D투자와 특허관리 그리고 연구인력에 대한 투자를 통해 기술경쟁력을 강화하고 팬택의 아이덴티티가 녹아있는 프리미엄 스타일의 제품을 제시하겠습니다.



955

국내 및 해외 디자인 등록
(단위 : 건)

팬택은 기술뿐만 아니라 디자인의 중요성을 함께 인식하여 디자인 출원 및 등록을 통한 디자인에 대한 지식재산권 관리에도 지속적으로 힘쓰겠습니다.



1. Future, Pantech



Our Commitment

심 없는 연구 개발과 치밀하고 차별화된 전략으로 전 세계 이동통신 산업을 이끄는 리더가 되고자 합니다. R&D와 마케팅 그리고 디자인에 이르기까지 지속적 성장 여건을 조성하여 진정한 IMD (Intelligent Mobile Device) 기업으로 거듭나겠습니다.



1.1 지속적인 성장 여건조성

1.1.1 선택과 집중을 통한 수익창출 극대화

팬택은 최신 트렌드에 부합하는 주력 제품에 대한 선택과 집중을 통해 경제적 성과창출을 극대화하고 있습니다. 2011년부터 LTE휴대폰에 집중하면서 2012년 말 스마트폰 누적 판매량 750만대를 돌파하며 IMD(Intelligent Mobile Device) 전문회사로 발돋움하고 있습니다. 특히 VoLTE, Multi-carrier 등 서비스 품질 상위 선점 경쟁에 대한 대응을 위해 업로드 속도 향상과 데이터 용량 증가 기술을 상용화하고 세컨드 전략 모델을 발굴하고 있습니다. 이런 노력의 결과로 2012년 3월 기준 4G LTE폰 누적 판매량이 100만대 판매를 돌파하는 성과를 창출했습니다. 팬택은 앞으로도 IT산업의 패러다임 변화와 무한경쟁 시대에 반드시 이겨낼 수 있는 강한 팬택으로 진화를 계속할 것입니다.

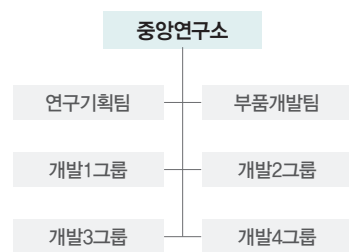
1.1.2 시장 변화에 대한 탄력적 운영

팬택은 통신시장의 판도 변화에 발 빠르게 대처하기 위해 현장중심 밀착 관리, 유통 사전 교육, 판매채널 확대 등을 실시하고 있습니다. 팬택 휴대폰 단말기의 현장반응에 대한 신속하고 정확한 정보를 위해 핵심 관리점을 육성하고 제품 출시 전 사업자 또는 딜러를 대상으로 신제품 설명회를 진행하는 등의 사전교육을 진행하고 있습니다. 내부적으로는 마케팅 활동 고도화를 위해 온/오프라인 교육, 정책 및 실무교육 그리고 세미나 등 다양한 형태의 실무교육을 통한 전문적 인력 양성과 구성원의 마케팅 역량을 강화하고 있습니다. 또한, 자급제폰의 다양화와 알뜰폰(MVNO) 상용 확대에 따라 대형 양판점, 법인 등 판매 채널의 다양화를 위해 노력을 기울인 결과 2012년 매출액 22,544억 원을 기록했습니다.

1.1.3 LTE 스마트폰 중심 해외 사업 포트폴리오 다양화

팬택은 전 세계적인 시장 판도 변화에 적극 대응하고 현재 안정적인 사업을 펼치고 있는 미국과 일본에서의 사업 기회를 확대하고자 포트폴리오를 다양화하고 있습니다. 기존의 LTE 스마트폰 단일 시장이 아닌 태블릿 PC, 데이터 디바이스, 메시징폰 그리고 특화된 피쳐폰 등 다양한 포트폴리오를 구축하였습니다. 북미 AT&T에서는 LTE 스마트폰 및 태블릿 PC 판매와 더불어 신규 메시징폰(QMD, Quick Messaging Device), 피쳐폰 시장에서의 입지도 더욱 강화할 예정이며, 북미 Verizon에서는 LTE 스마트폰과 기존에 구축된 데이터 디바이스에서의 리더십을 더욱 계승 발전시켜 사업자의 레퍼런스 디바이스 제조사로서 확실한 품질로 시장에서의 입지를 더욱 확고히 할 예정입니다. 한편, 일본에서는 KDDI에 지속적인 LTE 스마트폰과 피쳐폰의 판매와 함께 Soft Bank, NTT Docomo와의 사업 가능성도 지속 타진할 예정입니다. 앞으로 제품 선행개발을 통한 투자, 혁신적인 제품 기획 그리고 다양한 포트폴리오를 기반으로 글로벌 시장에서 사업 기회를 점차 확대해 나가겠습니다.

팬택의 연구개발 조직



1.2 기술과 스타일

1.2.1 선제 기술개발

팬택은 고객으로부터 기술가치를 인정받아 '고객으로부터 사랑받고 존경받는 팬택'이 되고자 기술 개발 중심으로 지속적인 가치를 창출하고 있습니다. 중앙연구소 내 4개의 개발그룹을 중심으로 선제기술 확보, 신시장 대응, 개발품질에 대한 선제 대응 등 기술개발을 위한 중점 추진과제를 선정하고 기술개발 활동을 추진하고 있습니다. 또한, 2012년에는 선제기술과제 운영 업무 지침을 제정하고 시장 동향 등을 파악하였습니다. 이를 바탕으로 제품화를 위한 과제를 선정하고 개발함으로써 팬택의 제품 차별화와 경쟁력을 강화하고 있습니다.

1.2.2 R&D 투자 확대 및 특허 관리

팬택은 연구개발 투자와 연구인력을 확대하는 등 지속적으로 기술투자를 하고 있습니다. 2012년 팬택이 투자한 총 연구개발비는 262,690백만 원이었으며 이는 매출액의 11.7%에 해당하는 금액입니다. 또한, 전체 임직원 중 연구직 군이 1,464명으로 56.6%를 차지하며 연구직 인력 구성을 유지하고 있습니다. 팬택은 국내 특허 10,117건, 해외특허 2,167건을 누적 출원한 바 있으며 기술역량과 적극적인 기술개발 투자를 바탕으로 빠른 성장세를 이어가고 있습니다. 또한, 국내 등록특허 2,740건, 해외 등록특허 638건에 이르는 지식재산권 등록권리를 보유하고 있으며, 향후 지속적인 투자 확대를 통해 기술 경쟁력을 강화해나갈 것입니다.

연구개발비용 및 연구인력

	2010	2011	2012
연구개발비용 (백만 원) ¹⁾	223,338	267,545	262,690
매출액 대비 연구개발 비용 비율 (%) ²⁾	11.6	9.0	11.7
연구인력 (명) ³⁾	1,102	1,257	1,464

2012년 연구개발실적

개발일자	연구과제명	상표
2012년 03월	유럽 터키 Open Market 단말기 개발	Mini E
2012년 05월	세계최초 MSM8960 Dual Core 신규 플랫폼 적용	IM-A830S/K/L
2012년 09월	Quad-LTE(APQ8064 + MDM9615)	IM-A850S/K/L
2012년 10월	KDDI 최초 MSM8960 탑재, KDDI LTE 기능 탑재	PTL21
	세계 최초 IR기반 Motion Sensing 기능 탑재 단말기 개발	
2012년 11월	LTE (MSM8960) 적용	P9090
	Dual Speaker 효과를 위한 전용 3D 사운드 적용	

* 기타 상세한 연구개발실적은 2012년 사업보고서 24페이지에서 확인하실 수 있습니다.
(<http://www.pantech.co.kr/pantech/pantechFinancial.do>)

¹⁾ 연구개발비용 계 : 개발비, 판매 관리비, 제조경비 합산액, 기술도입료 포함

²⁾ 산출식 : 연구개발비용/당기매출액X100, 한국채택국제회계기준(K-IFRS)으로 작성된 연결재무제표 기준

³⁾ 중앙연구소 및 기술전략본부 인력

2012 디자인 및 상표 지식재산권 현황

(단위 : 건)

구분	디자인 (국내 및 해외)	상표 (국내 및 해외)
출원	1,065	674
등록	995	450

레드닷 디자인 어워드 본상 수상
플렉스(Flex)

레드닷 디자인 어워드는 독일의 if, 미국의 IDEA와 함께 세계 3대 디자인상으로 불리는 국제적인 권위의 공모전입니다.

컨셉폰 베가워치



디자인 커뮤니티 10기 '스타일리쉬함을 갖춘 2014년 스마트폰 디자인 구상'이라는 프로젝트를 통해 개발된 김명규 씨의 컨셉폰 베가워치

1.2.3 디자인 경영 체계

대형 LCD를 탑재하고 통일된 OS(Android) 사용으로 스마트폰의 기능 차별화가 점점 어려워지면서 팬택은 기술뿐만 아니라 디자인의 중요성 인식과 함께 차별화된 디자인을 위해 끊임없이 노력하고 있습니다. 단순히 세련된 디자인을 넘어 브랜드 '베가(VEGA)'의 컬러와 디자인 아이덴티티를 분명하게 반영하여 고객에게 프리미엄 스타일을 제시하고 있습니다. 그뿐만 아니라 상표, 디자인 출원 및 등록을 통해 디자인에 대한 지식재산권 관리에도 힘쓰고 있습니다.

1.2.4 디자인 프로세스

팬택의 모든 상품 기획은 디자인 컨셉을 잡는 것으로부터 출발합니다. 디자인 프로세스에서 하드웨어는 물론 출시될 제품의 디자인을 사전 고려하여 이해관계자의 제품 디자인에 대한 니즈를 반영하고 있습니다. 이는 고객들에게 남과는 다른 디자인의 휴대폰을 제공하고자 하는 팬택의 디자인 철학이 있기 때문입니다. 이런 노력은 2013년 1월에 출시한 VEGA No.6의 Full HD 대화면이 돋보이는 심플한 비주얼 타원 곡면의 부드러운 그림감을 향상시킨 디자인으로 완성되었습니다.

1.2.5 디자인 차별화 노력

휴대폰은 하드웨어의 상향 평준화로 소프트웨어나 사용자의 경험적인 요소로 차별화될 가능성이 높아지고 있습니다. 이에 따라 디자인 트렌드에 민감하게 대처하는 것이 더욱 중요해지고 있습니다. 팬택은 디자인 차별화를 위해 수시로 'Think Plus'라는 회의를 열어 디자인에 대한 브레인 스토밍을 통해 각자의 생각을 전 디자이너들과 공유하는 시간을 가지고 있습니다.

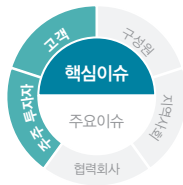
또한, 휴대폰을 사용하는 고객들이 항상 접할 수 있는 가전제품, 가구 등 일상생활 속 디자인을 통해 영감을 얻기 위해 'Discovery Day'를 운영하여 디자이너 자신이 원하는 시간, 원하는 장소에서 트렌드를 찾고 시장을 엿음으로써 시장을 리딩할 수 있는 힘을 키우고 있습니다. 이런 노력의 결과 북미지역에 출시한 슬림형 LTE 스마트폰 '플렉스(Flex)'의 입체감 있는 독특한 디자인 차별화로 '2012 레드닷 디자인 어워드'에서 본상을 수상하는 성과도 이뤄졌습니다.

1.2.6 디자인 커뮤니티 운영

팬택은 우수 디자인 인력을 육성하고 아이디어를 발굴하고자 대학생 인턴십 프로그램 디자인 커뮤니티를 운영하고 있습니다. 디자인 커뮤니티에서는 가능성 있는 대학생들을 조기 발굴하여 1년간의 교육을 제공합니다. 2004년부터 매년 20여 명의 대학생들을 선발해 왔으며, 10기째를 맞은 2012년까지 누적 200여 명의 디자인 전문인력을 배출해왔습니다. 20대 대학생의 참신한 아이디어를 통해 팬택 휴대폰 디자인에 신선함을 제공하고 있습니다.



2. 브랜드 VEGA & Pantech



Our Commitment

팬택에 있어 브랜드는 고객과의 약속입니다. 체계적인 브랜드 전략을 통해 고객에게 신뢰와 차별화된 가치를 제공하겠습니다.

2.1 VEGA, the brightest star in the SKY

팬택은 2011년 대중명품 브랜드 SKY의 전통을 이어받아 브랜드 '베가(VEGA)' 로 변화를 시도했습니다. 2011년 팬택의 스마트폰 성장을 견인한 프리미엄 브랜드 베가는 최신 사양과 기능을 탑재하여 고객에게 더 나은 가치를 제공해 왔습니다. 앞으로도 베가는 혁신과 프리미엄 이미지를 이어가는 핵심 브랜드로서 팬택의 지속가능한 성장을 이끌어갈 것이며, 소비자에게 끊임없이 사용자 가치를 제공하는 브랜드로 발전해 나갈 것입니다.

2.1.1 브랜드 비전 및 전략

베가의 브랜드 비전인 'Be Your Pride'에는 고객의 목소리에 귀 기울이고, 고객을 이해하고, 가치 있는 차별성으로 고객에게 자부심을 제공하겠다는 팬택의 의지를 담고 있습니다. 이를 효과적으로 실현하고자 2011년부터 베가를 중심으로한 싱글 브랜드 전략을 추진했습니다. 2013년에는 베가 브랜드 에센스를 'Valuable Differentiation'으로 선정하고 프리미엄 브랜드로 육성시키기 위한 구체적인 전략을 수립했습니다. 더불어 브랜드북과 Visual Identity 매뉴얼 북을 출간하여 전략적인 브랜드 이미지 구축 강화 활동을 펼치고 있습니다.

2.1.2 브랜드 아이덴티티 구축 : Brand Identity System

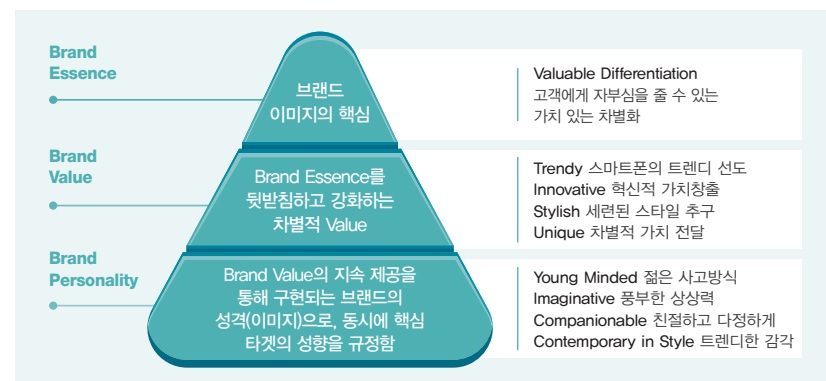
팬택은 2013년 베가 브랜드의 아이덴티티를 재정립하였으며 체계적인 브랜드 경영을 추진하고자 Brand Identity System을 구축했습니다. 이를 통해 브랜드 역할을 명확히 하고 일관적이며 체계적인 브랜드 경영을 추진하고 있습니다. 광고에서부터 서비스는 물론 제품기획 및 생산단계까지 통일된 하나의 아이덴티티로 표현하고 있습니다. 고객에게 가치 있는 베가만의 차별화를 구현하여 궁극적으로 사용자들에게 최상의 자부심을 제공할 것입니다.

브랜드 로고



팬택의 VEGA 브랜드 로고는 간결하고 모던한 이미지를 통해 통신키기 브랜드로서 첨단 이미지를 전달하는데 적합하도록 디자인되었습니다.

브랜드 전략 체계

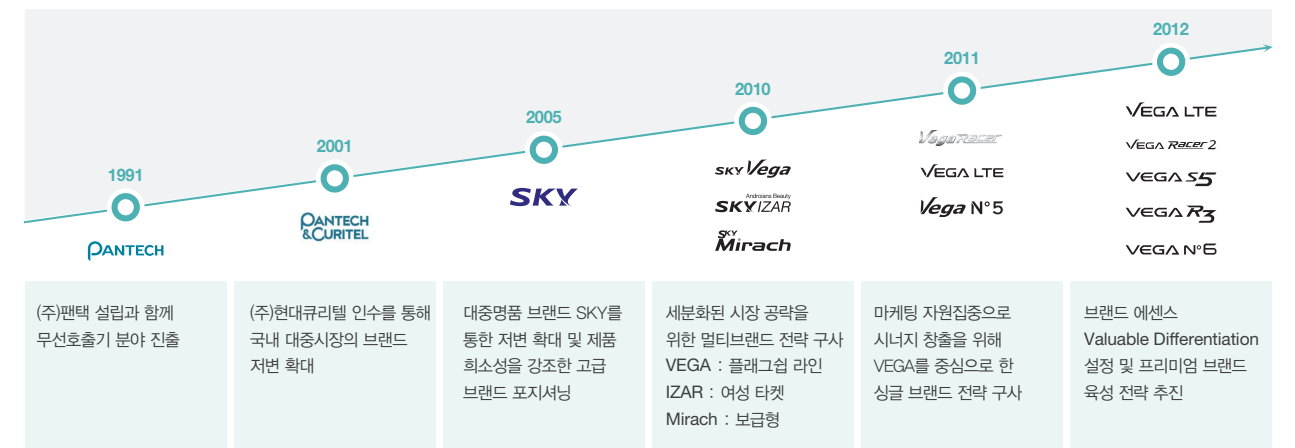


글로벌 브랜드 로고



팬택의 글로벌 브랜드 Pantech 로고는 최첨단 기술과 아름다운 디자인을 통해 프리미엄 브랜드로 자리 잡겠다는 팬택의 의지를 나타내고 있습니다.

브랜드 히스토리



2.1.3 브랜드 커뮤니케이션

팬택은 매년 브랜드 위상진단을 실시하여 브랜드 인지도, 선호도, 인식 그리고 고객의 니즈 등을 분석 및 평가하고 있습니다. 분석 결과를 제품 기획 단계에서부터 적극 반영하고 있습니다. 또한, 고객과의 커뮤니케이션 편의성 제공을 위하여 스마트폰, 태블릿, PC 등 모든 디바이스에서 접속할 수 있도록 팬택 제품 정보 사이트(www.ivega.co.kr)를 개편하였으며 트위터, 페이스북 등 소셜 네트워크 서비스를 통해 스마트폰에 대한 정보를 제공함으로써 이해관계자와의 브랜드 커뮤니케이션 채널을 확대하고 있습니다.

2.2 글로벌 브랜드 PANTECH

글로벌 시장에서 팬택은 팬택만의 차별화된 경쟁력을 확보하고, 주력시장인 북미와 일본 시장에서 메이저 제조사 대비 약한 브랜드 경쟁력을 높이기 위하여 효율적인 현지화 마케팅을 실시하고 있습니다. 한국에서의 브랜드 VEGA와 중국에서 사용하고 있는 브랜드 SKY를 제외한 해외에서 팬택 브랜드를 통일하여 사용하고 북미 지역에서는 2013년부터 모바일 전문 기업으로의 성공적인 안착을 위해 스마트폰 출시와 함께 Pantech 로고에 Mobile을 붙이는 등 적극적인 브랜드 마케팅 활동을 펼치고 있습니다.

또한, 일본에서는 TV 광고와 소비자가 직접 팬택 스마트폰을 체험할 수 있는 체험 존 마련 등을 통해 소비자에게 더욱 친숙한 브랜드가 되고자 노력하는 등 소비자 인식 개선 노력을 펼치고 있습니다. 앞으로 팬택은 전략 국가 내에서의 활발한 브랜드 활동을 통해 팬택의 브랜드 위상을 높이고 이를 통해 글로벌 모바일 브랜드로 거듭나고자 끊임없는 도전과 혁신을 할 것입니다.

(주)팬택 설립과 함께 무선호출기 분야 진출	(주)현대큐리텔 인수를 통해 국내 대중시장의 브랜드 지변 확대	대중명품 브랜드 SKY를 통한 지변 확대 및 제품 혁신성을 강조한 고급 브랜드 포지셔닝	세분화된 시장 공략을 위한 멀티브랜드 전략 구사 VEGA : 플래그쉽 라인 IZAR : 여성 타겟 Mirach : 보급형	마케팅 자원집중으로 시너지 창출을 위해 VEGA를 중심으로 한 싱글 브랜드 전략 구사	브랜드 에센스 Valuable Differentiation 설정 및 프리미엄 브랜드 육성 전략 추진
--------------------------	------------------------------------	--	---	---	---