

# IR 설명회

'06년 Review, '07년 Plan



2007. 2. 6

**HUMAX**



본 자료는 2006년 경영 실적에 대한 외부 감사인의 감사가 완료되지 않은 상태에서, 투자자 여러분의 편의를 위하여 작성된 자료입니다.

본 자료 내용 중 일부는 회계감사 과정에서 변경될 수 있으며, 향후 전망은 휴맥스의 현재 시장 상황 및 경영 방향 등을 고려한 것으로 시장 환경의 변화와 전략 수정 등에 따라 달라질 수 있습니다.

또한, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대한 책임 소재의 증빙자료로서 사용될 수 없음을 알려드립니다.

# Table of Contents



1	2006 REVIEW	(20분)	BY 경영기획실장 & CFO
2	2007 PLAN	(30분)	BY 대표이사 & CEO
3	Q & A	(30분)	



1

## 2006 REVIEW

- 매출 및 영업 이익 실적 (연결 및 본사)
- 연결 vs. 본사 패러다임 변화
- Sales Breakdown
  - 지역별 (연결 기준)
  - 사업별 (연결 기준)
  - STB 제품별 (연결 기준)
  - 전송방식별 (연결 기준)
- Balance Sheet (본사 기준)
- [참조] 최근 지역별 주요 현황
- IR 주요활동 계획

# 매출 및 영업 이익 실적 (연결 기준)



(단위: 억원)	'06 4분기	'06 3분기	'06 FY	'05 FY
매출 (연결)	1,901	1,539	7,276	6,535
영업이익	113	71	408	496
이익률	6%	5%	6%	8%

증감율 (%)	'06 3분기 대비	'06 FY vs '05FY
매출 (연결)	24%	11%
영업 이익	59%	-18%

# 매출 및 영업 이익 실적 (본사 기준)



(단위: 억원)

	'06 4분기	'06 3분기	'06 FY	'05 FY
매출 (본사)	1,389	1,869	6,559	6,182
영업이익	59	143	394	527
이익률	4%	8%	6%	9%

증감율 (%)	'06 3분기 대비	'06 FY vs '05FY
매출 (본사)	-26%	6%
영업 이익	-59%	-25%

# [참고] 연결 vs 본사 (패러다임 변화)

- 자회사와의 거래구조 변경
  - 기존 Mark-up / 자재매출 → 구매대행서비스 형태
  - 인도, 태국 등 신흥시장 본사 (직접) 매출 → 현지 EMS 업체 이용한 자재 매출 전환 예정
  
- 현지 구매활동 강화
  - DTV와 관련한 Panel, 기구물, STB 포함한 HDD 구매 등 큰 비중의 현지 구매활동 증가
  - 05년 대비 약 2배 증가 ('05년 300억 vs '06년 500억)
  
- Lean 방식 도입
  - SCM 활동 강화로 본사 원자재 재고 감소 & Lead time 축소
  - 700억 수준 원자재 재고 → 500억 수준

## [ '06년 금액적 효과 요약 ]

- 재고 감소 활동 및 현지구매 증대 (400억)
- (전년 동일 Operation 가정 시)  
4Q 본사 매출 1,850억 & 본사 영업이익 120억 정도 (6.5% 정도)

→ 향후에는 연결 실적이 실질적 의미

# Sales Breakdown – 지역별 (연결 기준)

(단위: 억원, %)

	'06 4분기	'06 FY	'05 FY
유럽	791 (42%)	2,823 (39%)	1,834 (28%)
중동	57 (3%)	328 (4%)	331 (5%)
미국	619 (32%)	2,665 (37%)	2,823 (43%)
일본	204 (11%)	738 (10%)	818 (13%)
한국	71 (4%)	220 (3%)	219 (3%)
Asia/Pacific and others	159 (8%)	502 (7%)	510 (8%)
Total	1,901	7,276	6,535



# Sales Breakdown – 사업별 (연결 기준)

## STB

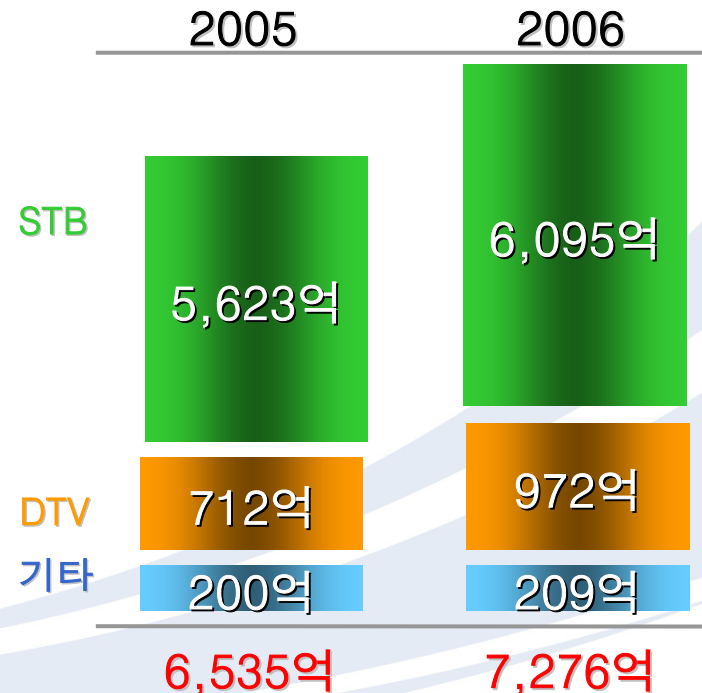
- 전반 안정적 성장 기조 유지 but OP의 상황에 따른 위험 있음
- Retail: Italy 지상파 시장 / 중동 시장 침체로 매출 정체  
영국, 북유럽 성장 (영국, 이태리, 중동 시장 Positioning 1위)
- Operator: 미국 위성 STB의 매출 2Q 일시 정체 후 회복, 신규 모델 Launch 부진 (HD,HD PVR)  
일본 Cable 시장 매출 지속 (HD PVR 출시), 독일 시장 하반기 매출 감소  
인도시장 디지털화에 따른 매출 본격 재개  
동유럽 등 활발, Asia / 한국 정체

## DTV

- 외형적으로는 성장 but ODM 실적 부진
- Brand 사업 기반 구축 진행 중
- '06년 이익창출 실패 (성장통)
- 신규 ODM 기회 창출 노력

## 기타

- 미국 위성 라디오 시장 성장 둔화로 매출 정체
- '06년 위성라디오방송사의 제품 전략 수정에 따른 차량용 Basic 제품 전환 & Promotion 저조로 매출 정체

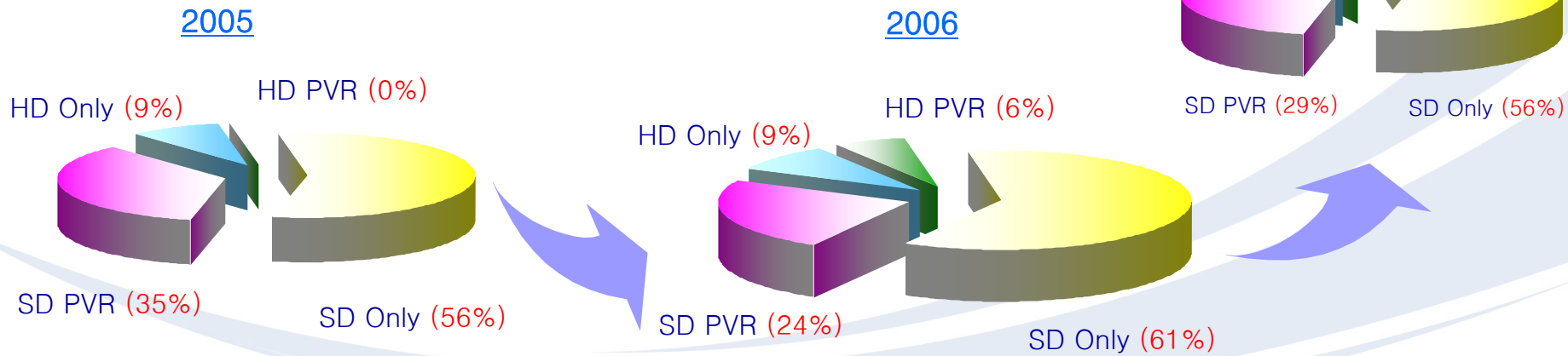


# Sales Breakdown – STB 제품별 (연결 기준)

## 제품별 (STB)

- SD Only
  - 미국 시장 하반기 이후 회복, 신규 시장 (유럽, 인도, 동남아시아) 중심으로 수요 증대
- SD PVR
  - 독일 시장 변화에 따른 일시적 매출 정체, 미국 시장 하반기 이후 회복
- HD Only
  - HD contents 활성화 부족으로 시장 정체 → 07년 4Q 이후로 HD화 Delay
  - 독일, 일본 시장 위주 매출 but 하반기 월드컵 이후 독일 매출 부진
- HD PVR
  - 일본 시장 HD PVR 출시 후 매출 지속

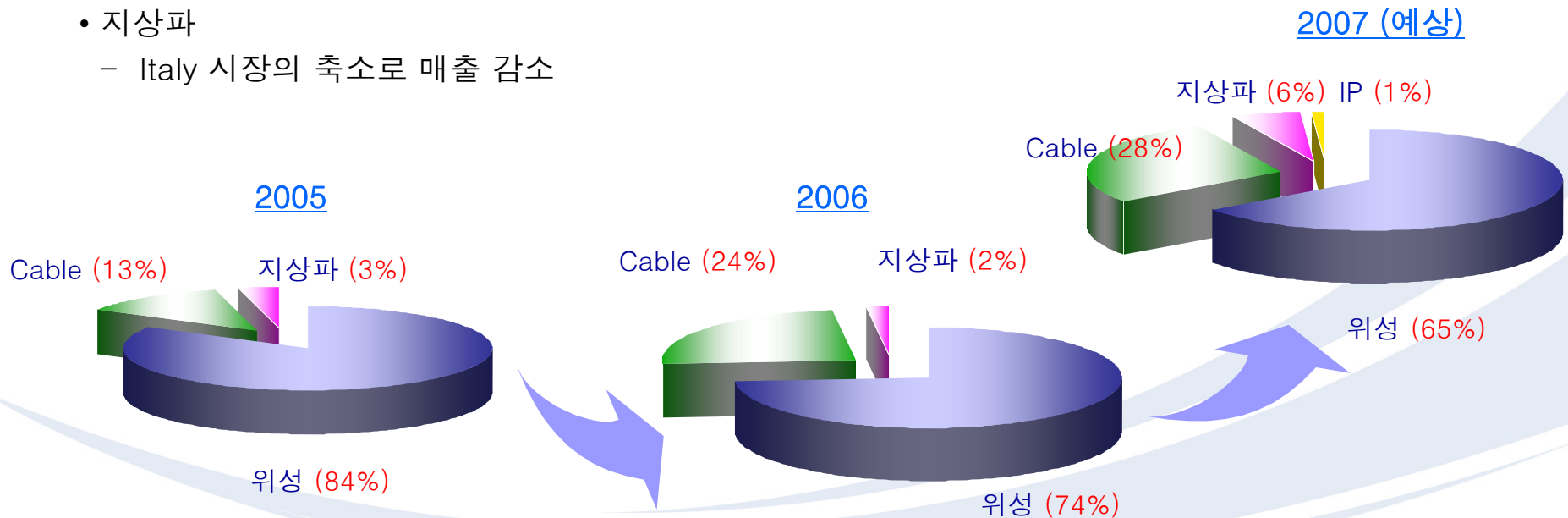
2007 (예상)



# Sales Breakdown – 전송방식별 (연결 기준)

## 전송방식별 (STB)

- 위성
  - 05년 DIRECTV 특수를 제외한다면 금액적으로 완만한 성장
  - 미국 매출 지속, 유럽 및 아시아 지역 증가추세, 단 독일 시장의 변화로 일부 매출 감소
- Cable
  - 05년 대비 금액 및 포션 각각 상승
  - 일본 시장 매출 지속, 하반기 이후 유럽 (특히 독일) 및 한국 지역 매출 증가
  - 유럽 Cable 디지털화 본격적으로 시작, 인도 Cable 디지털화 재개
- 지상파
  - Italy 시장의 축소로 매출 감소



# Balance Sheet (본사 기준)



(단위: 억원)	'06 12월 말	'06 3분기 말	'05 12월 말
총자산	6,421	6,903	6,768
현금 및 예금	1,113	1,295	1,200
총부채	2,240	2,776	2,958
총자본	4,181	4,127	3,810
유동비율	242%	203%	205%
부채비율	54%	67%	77%

# [참조] 최근 지역별 주요현황



지역	위성	케이블	지상파 / 기타
US	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DIRECTV 일시 정체에서 회복</li> <li>- HD, HD-PVR 진입 지연</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 여전히 높은 Cable 진입 장벽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>[위성라디오]</li> <li>- High-end → Basic모델 매출 전환</li> </ul>
Europe (독일, 이태리 제외)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동구 시장 성장</li> <li>- PVR &amp; HD Leader</li> <li>- 영국 OP 시장 진출 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Holland Cable</li> </ul>	
Germany	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PVR 성장 둔화</li> <li>- HD 시장 형성 지연</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cable 시장 디지털화 움직임 본격</li> <li>- 신규 Cable OP 시장 진출</li> <li>- Cable 시장변화로 기존 OP 어려움</li> </ul>	
Italy			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 보조금 정책변화로 어려움지속</li> <li>- But 시장 Positioning (M/S)은 1위</li> </ul>
M/E	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turkey 시장 진입 (OP, Retail)</li> <li>- 기존 OP 협력 기반 강화</li> <li>- 휴맥스 주도의 PVR 시장 창출</li> </ul>		
Japan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SPTV 매출 Slow</li> <li>- SPTV HD화 계획</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- J-Com 매출 지속</li> </ul>	
AP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동남아시아 시장 진입, 급성장 가능성</li> <li>- 인도시장 지속 매출</li> <li>- PVR 시장 태동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 태국에 PVR 공급 (Cable/위성)</li> <li>- 인도 시장 확대 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 싱가포르 지상파 HD 시장 진출</li> <li>- 호주 가격경쟁 등으로 부진</li> </ul>
Korea	<ul style="list-style-type: none"> <li>- HD 시장 진입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MSO 중심의 디지털화</li> <li>- HD화 움직임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KT 상용화에 따른 준비 진행 (IP-STB)</li> <li>- 중간단계 Svc.계획에 대응</li> </ul>

## □ '07년 휴맥스의 위치

- : 전세계적으로 Digital화가 가속화 되면서 휴맥스의 산업 내 확고한 포지셔닝 구축을 위한 실험대에 오르는 중요한 시점 (매출 1조원에 근접한 외형 성장 목표)
- HD STB, Cable STB, IP STB Biz.의 국,내외 선점 단계
  - Digital TV 사업의 성장 토대 구축 (w/t ODM 확대)

## □ IR 방향

회사 성장과 주주 Value 를 맞추는 적극적인 IR 활동

## □ IR 주요 활동 계획

- 연 1회 공식 발표 (CEO 참석)  
    중장기 비전 제시 및 시장 변화 설명 base 하, 시기별 실적 및 수정 계획 발표
- 연 수시 국내 기관 IR 실시 (기관투자가와의 연대 강화)  
    국내 투자 환경 변화에 따른 국내 우량 주주 확보
- 주요 지역별 연 1회 이상 IR 실시 (국내, 해외 증권사)  
    해외 주주 구성의 안정화에 기여 (특정기관 편중 지양)
- 주요 경영 현안 발생 시 부정기적 발표회 실시



2

2007 PLAN

- '06년에 대한 소회
- '07년 재무 목표
- 지역별 목표 (연결 기준)
- 제품별 목표 (연결 기준)
- 휴맥스의 변화 과정
- 중기 전략



## 외부 환경

- ◆ 방송사 신규 서비스 본격 론치 (PVR, HD, VOD) 대비 실수요 활성화 부족
- ◆ 국내 IPTV (IP STB) 시장 부상
- ◆ 거시경제 변수 (환율 등) 변화 증대

## Humax Review

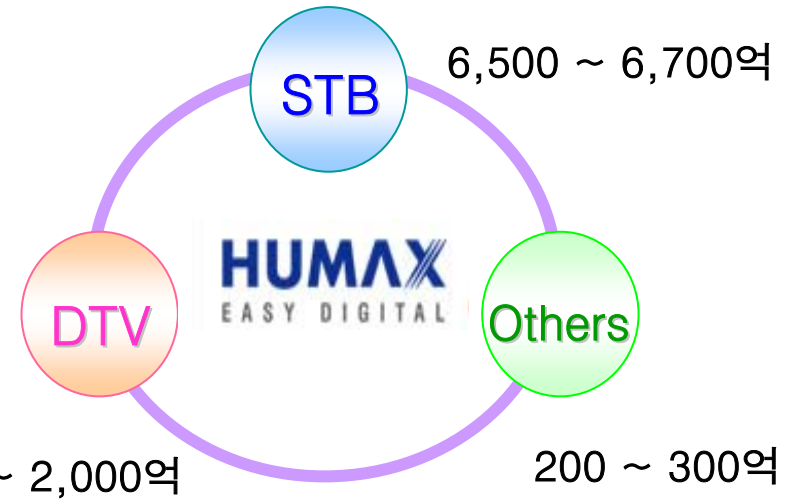
구분	Good	Bad
STB	일본 케이블 최초 HD PVR 출시 신규 유럽 시장 진출 (네덜란드, 루마니아 등) 신규 Asia 시장 진출 (인도, 태국, 싱가포르, 터키 등) 국내 HD 시장 진출 (위성, Cable) KT IPTV 시범 서비스 단독 완료 Retail HD 선도 및 다수 OP HD Project 진출 독일 Cable 진출	미국 및 일본 위성시장 성장세 둔화 독일 위성시장 매출 감소추세 (하반기) HD 시장 지연에 따른 매출 둔화 Retail 시장 침체 지속 (Hit 상품 부재)
DTV	Brand 사업 확장을 위한 기반 구축 다양한 신규 ODM 사업 기획 진행	DTV 사업의 이익창출 실패 기존 ODM 파트너 사업 부진
기 타	차량용 위성라디오 제품 출시	위성라디오 방송사의 제품전략변화 등에 따른 매출 부진



# '07년 재무 목표

[단위 : 억원]	연결 기준	본사 기준
매 출	8,500 ~ 9,000	7,500 ~ 8,000
영업이익	600 ~ 630 (7%)	560 ~ 600 (7.5%)

(기준 환율 : KRW 900 / \$1)



## □ 전략 목표

1. STB 성장 시장 적극 공략 (HD, Cable, 중/후진국 저가 시장, IP-STB)
2. DTV 사업 안정화 (내부 역량 구축 완성)
3. 창의적이고 차별화된 제품 발굴 및 고객 가치 제고
4. 내부 혁신 → 압도적 우위 달성 (2008년 ~ 2009년 10% 이익률)

# 지역별 목표 (연결 기준)

- 미국
  - DIRECTV 내 포지셔닝 강화
  - MS based IP-STB 개발 및 시장 탐색
  - DAB Product line-up 확대
- 유럽
  - HD 및 Cable STB 성장에 따른 Leader로서의 시장 주도
  - 신규시장 (네덜란드, 러시아, 루마니아 등) 진출
  - IP Hybrid 시장 신규 개척 (북구, 동구, 이베리아 등)
- 중동
  - OP Biz. 강화
  - High End 제품 전환 (HD, PVR)을 통한 부진 탈출
- 일본
  - 매출선 다양화 및 HD, Cable 매출 강화
  - DTV ODM Biz. 기회 확대
  - IP-STB 시장 기회 모색
- Asia / Pacific
  - 인도, 동남아시아 시장 (태국, 싱가포르 등), 터키 등 신규 진출 및 매출 증대
- 한국
  - Cable 디지털화 가속 및 IPTV 시장 Roll out에 따른 시장 내 기반 확보

	06년	07년
유럽	39%	38%
중동	4%	9%
미국	37%	30%
일본	10%	9%
한국	3%	5%
AP& etc.	7%	9%

# 제품별 목표 (연결 기준)

## 제품별

### STB

- SD Only: 신규 시장 진출 (유럽, 동남아) 로 매출 성장
- SD PVR: 미국 시장 유지 강화, 동남아 시장 기회 확보, 유럽 시장 선도
- HD Only: 일본 및 한국 매출 증대  
유럽 시장 선도, 미국향 개발 완료
- HD PVR: 일본 시장 매출 확대  
유럽 Retail 선도, 미국향 개발 완료

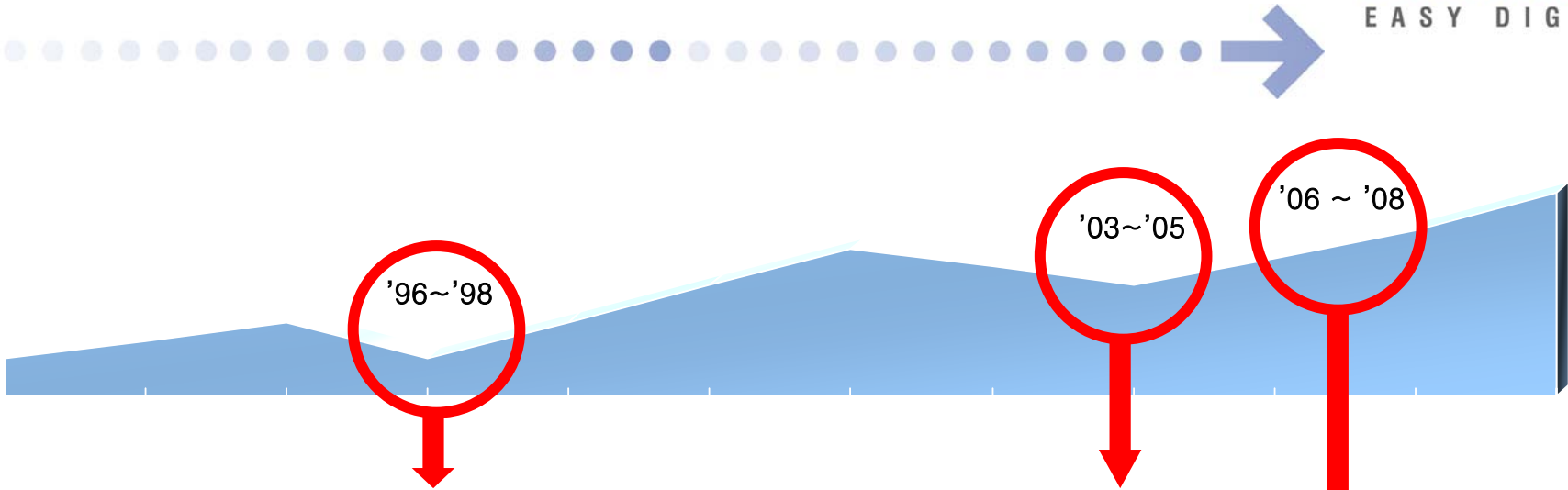
	06년	07년
SD only	61%	56%
SD PVR	24%	29%
HD only	9%	10%
HD PVR	6%	5%

## 전송방식별

### STB

- 위성 : 신규 시장 진출을 통해 지속적 성장
- Cable : 일본 제품 매출 지속,  
독일 및 한국 시장 매출 증대, 인도 성장  
신규시장 적극 공략
- 지상파 : 유럽시장 (특히 이태리) 매출 회복
- IP : 한국시장 (KT) 매출 기회 확보 및 기반 강화  
해외시장 진출 확대

	06년	07년
위성	74%	65%
Cable	24%	28%
지상파	2%	6%
IP	0%	1%



- ✚ 아마츄어 기업 → 전문벤처기업
- 국내시장 → 해외시장
- 전문성 확보 어려움

- ✚ 전문벤처 기업 → 꼬마 대기업  
(작은 마을 → 중소도시)
- 단일 산업 → 복수 사업
- 조직 규모 급속 확대
- ✚ 성장통 - Digital TV 진입통
- 내부 효율 저하

- ✚ 세계 최고의 STB 업체
- ✚ DTV 사업 기반 확보
- ✚ New Biz. 발굴



## Global CE Brand

### 외부 환경

거대기업과 경쟁 격화

후발 업체의 추격

거시경제 불안(FX 등)

DIGITAL 가속화

HD화

Convergence 화

### 품질경영

STB  
세계 최고

1

주요 Retail 시장 1위 유지 및 탈환 (중동, 독일)

2

위성 시장 No. 1 지위 획득

3

유럽, 아시아 Cable 지위 1위 획득  
미국 Cable 시장 진입

4

IP STB 적극 진입

5

Leading 기업으로서 신제품 주도 (HD, PVR)

### 혁신

DTV  
안정화

1

외형성장

2

ODM & Brand 균형

3

Operator 연계 Biz. 강화

4

내부 Operation 역량 강화

### 개인역량

Portable &  
New Biz.

1

다양한 Portable Biz. 기회 확보

2

지속적인 미래 수익원 발굴