14일

로보틱스 산업 협회에 따르면, 2011년 로보틱스 산업 판매량에 가장 큰 성장 요인은 자동차 분야의 수요와 미국의 많은 제조 업체들이 국내에서 제조업을 로봇으로 유지하는 결정은 다시 로보틱스 산업 판매량 성장에 영향을 미치게 되었으며 이 중 해외에 있는 제조업에 까지 로봇을 도입하는 경우도 있었다.

새로운 로보틱스 기술들과 로봇의 적용분야가 크게 성장을 하며 전자 공학, 자동차 정비, 그리고 생명과학 산업에서 지속적으로 적용분야에 대해 투자가 예상되어 로보틱스 산업 수요는 지속적으로 성장할 것이라고 기대되고 있다.

미국 공장과 연구소에는 213,000 개의 로봇이 작동하고 있으며 전체 로봇 사용량에서는 일본 다음으로 미국이 2번쩨로 크게 로봇들이 작동되고 있다. 산업용 로봇은 100만개 이상이 세계에 사용이 되고 있으며 그 중 40%는 일본에 있다.

US와 글로벌 시장의 로봇 산업이 커져가고 있는 상황은 매사추세스에서 선도 산업 시장 공급자와 캘리퍼 파킨 리머(Caliper-Perkin Elmer), 브룩스 오토매이션(Brooks Automation), 테라다인(Teradyne), 써모 피셔(Thermo Fisher), 그리고 제너럴 일렉트릭 화낙(GE Fanuc)에게도 좋은 영향을 준다.

The TB Prevent Education has started to target about 5thousand foreign vocational trainees, for foreign labor that has a group life in enclosed environment and has low accessibilities to healthcare service, is regarded as a high-risk group for vulnerable to TB.

Their employers has been provided with the TB preventing information when it emerges and a sticker of TB counsel call center information, which can be used in a business. 250 participants were joined in the education.

Starting from the second half of 2015, the homeless, TB vulnerable people, has received the TB Prevent Education.

The education will be focused on Homeless Shelter Operating Instituter with a total of 255 homeless people. Also, there will be an operation of TB Prevent Education for homeless facility source and out-rich consultant with a procedure of handling when there is suspicion homeless man.

The business aim is to produce a special operating system and to form a prevention system due to the homeless who has a high possibility of exposing there disease to others easily from wandering around and exposing themselves to an unsanitary environment.

13일

유진 투자증권에 있는 고정소득 분석가 신동수는 “이러한 요인들은 국내 소비 감소, 수출량 그리고 인플레이션 성장에 영향을 미치며 아직 해결되지 않고 있으며 한국은행은 가계부체 관리로 인하여 정책협조를 받아야 할 것이다.” 라고 말했다. 그는 한국은행은 가계부채 증가가 멈추지 않는 이상 금리를 내리는 것은 지연 되어야 한다. 그러나 다음연도까지 금리인하 가능성이 있을 수 있다고 말했다. 이 가능성은 소비세와 같이 기업 조정, 청탁금지법 실행과 같은 자극정책의 폐지로 인한 경기위축 우려가 제기에 따른 것으로 보인다.

Fashion Director, Nathalie Leishikaniman Marcus said “Starting the material industry in 1950 had very impressed me and I think there will be positive result, base of ABC’s great material, price competiveness, and minimal designs, in New York.”

With ABC’s lead, recent Korean fashion global business is being focused on launching the business to the premium brand markets. “Formal target was basically China and Southeast Asian market with the strategy of K-pop and Hallyu, and now there has been increasing designers and brand facing the US and European market”, fashion industrial source said. Demand is growing as K-fashion is targeting the premium brand market with facing the clothes itself, not with the ‘effect of an entertainer’. According to the Korea International Trade Association, there has been 18.4% of a rise in the same term in last year on fashion clothes demand. In US and Japan each market has shown 17.6% and 22.8% rise of a demand for bags and belts.