

# SAMSUNG AI·IoT 혁신제품으로 글로벌 선도기업 '우뚛' LG LG

## 삼성전자

'삼성 시티' 최대 규모 전시관 구성  
'스마트싱스' 전시적 연결성 확대

## LG전자

'더 나은 삶을 위한 혁신' 슬로건  
썬큐존·V30 체험 부스 등 마련



삼성전자 모델들이 전시장 입구 대형파사드 앞에서 환영의 포즈를 취하고 있다. /삼성전자

삼성전자와 LG전자가 오는 9일부터 12일까지 미국 라스베이거스에서 열리는 세계 최대 전자 전시회 CES 2018에서 사물인터넷(IoT)과 인공지능(AI)을 기반으로 한 혁신 제품과 서비스를 대거 선보인다. 이를 통해 글로벌 선도기업 이미지를 굳힌다는 계획이다.

CES는 3900여 기업이 참여하고 150여 국가에서 약 19만 명의 관람객이 찾는 세계 최대 규모의 IT·가전 전시회다. 올해로 50회를 맞은 CES의 슬로건은 '스마트 시티'다.

### ◆삼성전자 '삼성 시티' 콘셉트로 미래 라이프 스타일 제시

삼성전자는 CES 2018 슬로건에 맞춰 '삼성 시티'라는 콘셉트 아래 참가 업체 중 가장 넓은 2768㎡ 규모의 전시관을 마련했다. 전시관인 삼성 시티에 들어서면 도시의 빌딩을 형상화한 크고 작은 LED 사이니지로 구성된 초대형 파사드가 방문객을 맞는다.

삼성전자는 올해 전사적으로 IoT 서비스용 클라우드를 '스마트싱스'로 통합해 연결성을 확대했다. AI 비서 '빅스비'를 가전에서 전장까지 전사적으로 적용하고 연결된 IoT 기기들을 '스마트싱스 앱' 하나로 간단하게 연동·제어할 수 있도록 했다.

방문객들은 빅스비를 중심으로 삼성의 혁신 기술이 자사의 모바일·스마트 TV·패밀리허브 냉장고는 물론 제3자 기기와 앱을 어떻게 연동하고 제어하는지 상황 별로 경험할 수 있다.

예를 들어 스마트폰으로 영화나 유튜브를 보다가 집에 들어와서 TV의 큰 화면에서 보고 싶을 때 "Hi Bixby, I'm home, continue playing on TV"와 같은 간단한 명령만 하면 된다.

또한 빅스비는 사용자가 방에서 영화를 보다면 영화 보기에 적합한 조명을 켜고 에어컨 온도를 사용자 취향에 맞게 설정해 준다. 아무도 없는 거실의 전자기기를 꺼 주기도 한다.

삼성전자는 IoT 외에도 각 사업 부문의 미래 먹거리가 될 주요 기술들을 대거 선보였다.

특히 CES 2018 최고혁신상을 수상한 '더 월' 146형은 마이크로 LED를 적용해 컬러필터 없이 삼원색을 표현하는 자발 광 디스플레이다 TV다. 밝기·명암비·색재현력·시야각이 뛰어나고 수명 등 내구성도 우수해 현존하는 디스플레이 중 최고의 화질을 자랑한다고 회사 측은 설명했다.

삼성전자는 또한 기업이나 단체에서 회의 시 아이디어 공유와 협업에 도움을 줄 신개념 디지털 플립차트 '삼성 플립'도 공개한다. 이 제품은 CES 기간에 한국 포함 전세계 주요 지역에 판매가 시작될 예정이다.

또 CES 2018 최고혁신상을 수상한

'2018년형 패밀리허브' 냉장고도 CES에서 처음 공개한다. 올해는 기존 제품 대비 개인화 서비스가 강화된 것이 특징이다.

삼성전자는 미국 생활가전 1위를 공고히 하기 위한 다양한 라인업도 강화했다. 제품 기획 단계부터 세계적인 셰프들의 인사이트를 반영하고 와이파이 기반의 연결성을 강화한 프리미엄 빌트인 주방 가전 패키지 '셰프컬렉션 라인업' 4종도 전시된다.

삼성전자는 갤럭시 노트8, 기어 스포츠, 기어 VR, 삼성 HMD 오디세이 등 최신 모바일 제품이 제공하는 다양한 서비스를 체험할 수 있는 공간도 마련한다.

삼성전자는 모바일·인공지능 시대를 리드할 혁신 기술이 적용된 반도체 신제품들을 거래선 상담을 위한 별도 공간에 전시한다. 이번 CES 2018에서 혁신상을 수상한 새로운 규격의 메모리 제품인 8TB N VME SSD(PM983), 차세대 스마트기기용 프리미엄 모바일 AP '엑시노스 9810', 'ISOCELL' 이미지센서 등이 대표적이다.

삼성전자는 삼성의 첨단 IT 기술이 하만의 전장 기술을 만나 탄생한 '디지털 콕핏'을 전시한다. 디지털 콕핏에는 차량용 빅스비와 스마트싱스가 적용돼 음성만으로 간편하게 차 안에 있는 에어컨·오디오 음량·조명 등을 조절할 수 있다.



LG전자 모델들이 LG 썬큐 존에서 인공지능 가전들을 소개하고 있다. /LG전자

### ◆LG전자 '더 나은 삶을 위한 혁신' AI 슬루션 대거 공개

LG전자는 '더 나은 삶을 위한 혁신'을 슬로건 아래 2044㎡ 규모의 부스를 준비했다. 특히 인공지능 전시존 'LG 썬큐 존'은 LG전자 전체 부스 면적의 1/3을 차지한다. 인공지능 제품·서비스를 아우르는 브랜드로 여러 전시 존 가운데 가장 넓다고 회사 측은 설명했다.

전시관 입구에는 '올레드 플렉서블 사이니지' 246대를 이용해 초대형 올레드 조형물을 구성했다. 길이 16m, 너비 16m, 높이 6m 규모의 올레드 협곡은 자연의 경이로움을 표현했다.

LG 썬큐 존에서는 거실, 주방, 세탁실 등 소비자가 실제 생활하는 공간으로 연출해 일상 생활에서 제품을 체험할 수 있도록 했다.

세탁실에선 음성인식 트윈워시를 비롯해 건조기, 스타일러 등 의류관리가전들이 서로 연동하면서 의류를 관리하고, 거실에서는 음성인식 에어컨과 공기청정기가 실내 공기질을 서비스하는 식이다.

LG전자는 다양한 TV 신제품도 선보였다. 먼저 썬큐 TV의 경우 자연어 음성인식 기능을 통해 화면모드 변경, 채널 변경, 볼륨 조절 등 다양한 기능을 제어할 수 있다. 또 올해 출시하는 올레드 TV 주

요모델에는 독자 개발한 화질칩 '알파9'을 장착했다. 알파9는 올레드 TV의 성능을 향상시켜 생생하고 현실감 넘치는 화질을 구현한다.

LG전자는 '나노셀' 기술에 '풀 어레이 로컬 디밍' 기술을 더한 '슈퍼울트라HD TV'도 공개했다. 슈퍼울트라HD TV는 약 1나노미터(nm) 크기의 극미세 분자가 색 파장을 정교하게 조정, 보다 많은 색을 한층 정확하게 표현한다고 회사 측은 설명했다.

LG전자는 이외에도 냉장고, 세탁기, 오븐, 식기세척기 등 주요 생활가전의 핵심 기술을 한 눈에 볼 수 있는 공간도 별도 구성했다. 또 LG전자는 전략 프리미엄 스마트폰 'LG V30'의 차별적 강점을 직접 경험할 수 있도록 체험 중심의 전시 부스를 운영한다. 이번 CES에서는 LG V30의 새로운 색상 라즈베리 로즈 제품을 처음 선보인다.

LG전자는 글로벌 완성차 고객을 대상으로 '이노베이션 파트너'를 테마로 한 비공개 부스도 마련했다.

LG전자는 ▲AV 내비게이션, 중앙디스플레이장치 등 카 인포테인먼트 기기 ▲ADAS 카메라, LCD 계기판 등 자율주행 및 편의장치 등 라이트 솔루션까지 다양한 분야의 차세대 자동차 부품을 전시한다. /라스베이거스(미국)=정은미 기자 21cindiun@



LGDP 한상범 부회장, 개막 앞두고 마지막 현장점검 7일(현지시간) LG디스플레이 한상범 부회장이 세계 최대 IT(정보 기술)전시회인 'CES 2018' 개막을 앞두고 라스베이거스 컨벤션 센터(LVCC)에 마련된 LG디스플레이 고객사 전용 특별 전시관에서 고객들을 맞이하기 위한 마지막 현장점검을 하고 있다. /LG디스플레이

## 삼성전자 '패밀리허브' 가족 목소리도 구별한다

### 목소리로 개인별 맞춤형 정보 제공

삼성전자 '패밀리허브' 냉장고가 2018년 더 진화했다.

올해 선보일 패밀리허브는 고도화된 인공지능(AI) 기술이 가족 구성원에 맞춰 식단을 추천해준다. 또 홈 사물인터넷(IoT) 기능을 세탁기·청소기 등 가전제품뿐만 아니라 도어센서, 온도조절장치, 조명 등으로 확대해 상상만 하던 미래형 서비스를 일상에서 경험할 수 있게 해준다.

삼성전자가 9일부터 12일까지 미국 라스베이거스에서 열리는 세계 최대 전자 전시회 'CES 2018'에서 공개하는 2018년형 '패밀리허브' 냉장고는 2016년 삼성전



자가 업계 최초로 IoT 기술을 접목해 출시한 스마트 가전이다. 2018년 패밀리허브에는 한층 진화된 AI 비서 '빅스비'를 기반으로 한 음성인식 기술이 적용됐다. 소비자는 빅스비를 활용해 음성으로 간편하게 식재료를 등록할 수 있고 유통기한도 자동으로 기록해준다.

또 새롭게 적용된 '화자 구분(Voice ID) 음성인식' 기술은 가족 구성원들의 목소리를 구분하고 일정·메모·뉴스·날씨 등의 개인별 맞춤형 정보를 제공한다.

/라스베이거스(미국)=정은미 기자

## 갤노트8 필기감 주는 '삼성 플립' 공개

### 소규모 기업회의 문화 트렌드 발맞춰 다양한 통신·데이터 전송 규격 지원

올해 B2B(기업 간 거래) 사업 강화에 나선 삼성전자가 최초로 B2B 디스플레이를 선보인다.

7일(현지시간) 삼성전자에 따르면 오는 9일부터 미국 라스베이거스에서 열리는 CES 2018에서 디지털 플립차트인 '삼성 플립(Samsung Flip)'을 공개한다.

플립차트란 회의에서 의견을 적거나 발표내용을 적는 용도로 사용되는 종이를 의미한다.

삼성 플립은 UHD해상도를 지원하는 55형 크기의 인터랙티브 디스플레이로, 겹모습은 화이트 보드와 비슷하다. 회의 참석자들이 의견을 기록하면서 아이디어를 공유하는 그룹 커뮤니케이션 툴인 셈이다.

삼성전자 영상디스플레이사업부 김석기 부사장은 "전자 칩판 시장은 성숙된 시장이지만 최근 기업 회의 문화는 팀워크가 강조되면서도 소규모로 이뤄지고 있다"며 "이런 트렌드에 맞춰 개발된 삼성 플립은 서로 커뮤니케이션이 가능한 제품으로 기업의 회의 문화를 바꿔 놓을 것"이라고 소개했다.

특히 삼성 플립에는 첨단 터치 디스플레이 기술이 적용돼 '갤럭시 노트8'과 동



삼성전자 모델들이 회의 효율성을 높여주는 디지털 플립차트 '삼성 플립'을 이용해 회의를 하고 있다. /삼성전자

등한 수준의 터치 반응으로 실제 종이에 쓰는 것 같은 필기감을 제공한다. 별도의 전용 펜이 아닌 일반 펜으로 최대 4명까지 동시에 필기할 수 있다.

필기구 종류에 따른 미세한 두께 차이도 인식해 선을 불펜처럼 얇거나 형광펜처럼 두껍게 그릴 수 있고, 손가락이나 손바닥을 지우개로 인식해 특정 부분만 쉽게 지울 수 있다.

삼성 플립은 Wi-Fi·NFC·HDMI·USB 등 다양한 통신·데이터 전송 규격을 지원해 스마트폰·태블릿·PC와 같은 사무용 IT기기와 쉽게 연결해 자료를 주고 받을 수 있다. 회의 결과를 이메일·클라우드·USB 등으로 실시간 공유할 수 있는 기능도 갖췄다.

삼성전자는 올해 B2B 사업을 강화한다는 계획이다. 가전시장이 포화상태에 이르러 성장이 둔화되고 있는 상황에서 신시장은 B2B 분야에 있다는 판단에 따른 것이다.

이에 가전사업부는 지난해부터 '시네마 LED'를 론칭하고 영화 스크린으로 사업 영역을 확장했으며 올해는 미국과 유럽, 아시아 등으로 진출 시장을 확대한다는 계획이다.

또 해외 B2B 시장을 공략을 위해 지난해 말에는 베트남 호치민에 위치한 CE 복합단지에서 동남아 최대 규모의 B2B 종합전시관을 개관했다. 동남아 시장은 B2B 시장에서 미래 성장 가능성이 가장 높은 지역으로 꼽힌다. /라스베이거스(미국)=정은미 기자