

## LG ‘코드제로 A9’ 누적판매 20만대 돌파

국내 출시 8개월만의 기록  
청소시 편의성·성능 높여 인기



LG전자의 상중심(上中心) 무선청소기 ‘코드제로 A9’ (사진)이 국내 출시 8개월 만에 누적 판매 20만 대를 돌파했다. 코드제로 A9이 높은 인기를 이어가는 데에는 제품의 기본기인 청소 성능이 뛰어나기 때문인 것으로 보인다. 지난달 한국소비자원이 실시한 무선청소기 성능평가에서 코드제로 A9은 바닥 먼지, 바닥 틈새, 벽 모서리 등을 포함한 5개 청소 항목에서 ‘매우 우수’를 받았다. 청소를 하다 보면 배출구 쪽 필터에 먼지가 쌓이면서 공기의 흐름을 막아 사용 초기보다 흡입력이 떨어지는 현상이 나타나는데 LG전자는 코드제로 A9에 ‘2중 터보 사이클론’ 기술을 적용해 공기 속의 미세한 먼지까지 분리해 흡입력을 오랫동안 유지시킨다.

모드를 버튼 한 번만 눌러 작동할 수 있는 ‘원터치 버튼’ ▲교체 시 최대 80분까지 끊임 없이 청소할 수 있는 ‘탈착식 배터리’ 등으로 편의성을 크게 높였다.

코드제로 A9은 제품뿐 아니라 제품을 포장하는 패키지에서도 고객들의 편의를 고려했다. LG전자는 고객들이 포장 패키지를 버리지 않고 청소기 액세서리 보관함으로 활용할 수 있도록 구성했다. LG전자는 코드제로 A9 포장 패키지의 친환경 경성, 경제성 등을 인정받아 ‘iF 디자인 어워드 2018’에서 ‘포장디자인부문 본상’을 수상하기도 했다.

LG전자는 한국과 대만에 이어 지난달에는 호주에도 코드제로 A9을 출시했다. 올해는 중국, 러시아, 미국 등으로 출시 국가를 더욱 늘려 나간다는 계획이다.

한편 LG전자는 최근 경북체육회 소속 여자 컬링팀을 4년간 공식 후원하고, 컬링팀이 출연하는 LG 코드제로 광고를 이달 중에 선보일 예정이라고 밝혔다.

/구서훈 기자 yuni2514@

## 포스코-삼성SDI

# 칠레 리튬프로젝트 사업자 선정

남미로 이차전지 소재사업 진출  
연간 3200t 고용량 양극재 생산

포스코와 삼성SDI가 손잡고 남미 이차전지 소재 사업에 진출한다.

포스코는 삼성SDI와 함께 꾸린 컨소시엄이 지난 9일(현지시간) 칠레 생산진흥청(CORFO)이 주관하는 리튬프로젝트에 최종 사업자로 선정되어 통보 받았다고 11일 밝혔다.

이 프로젝트는 리튬을 원료로 현지에서 양극재를 생산하는 사업이다. CORFO는 지난해 5월부터 양극재 사업자 선정을 진행했다. 이번 입찰에는 7개국 12개 기업이 참여했다.

포스코-삼성SDI 컨소시엄은 칠레 북부 메히요네스시(市)에 양극재 생산 합작



포스코-삼성SDI 양극재 합작법인 위치.

법인을 설립한다. 투자액은 575억원이다.

합작법인은 리튬을 원료로 2021년 하반기부터 연간 3200t 규모의 전기차용 고용량 양극재를 생산한다. 칠레는 세계 최대 리튬 생산 국가다.

앞서 포스코는 지난 1월 중국 이차전지 소재 시장에 진출했다. 현지 화요코발트

사와 양극재 및 전구체 생산공장 합작 계약을 통해서다.

포스코는 “이번에 남미시장까지 이차전지 소재 사업영역을 확대하게 되면서 글로벌 양극재 생산업체로 자리매김하게 됐다”고 밝혔다.

삼성SDI도 양극재를 장기간 안정적으로 공급받아 배터리 원료수급 경쟁력을 강화하게 됐다.

최근 세계 각국의 친환경 정책이 강화됨에 따라 전기차와 산업용 에너지저장장치(ESS), IT용 대용량 배터리 등에 대한 수요가 급증하면서 리튬이온전지의 필수 소재인 양극재 시장도 2016년 21만톤에서 2020년에는 86만톤까지 4배 이상 성장할 것으로 전망됨에 따라 양사의 성공적인 글로벌 합작사업에 대한 기대가 커지고 있다. /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

## 삼성전자 ‘iF디자인어워드’서 55개 수상

금상 4개 등 역대 최다 수상 실적



삼성 파워 액세서리 EP-PG950, EB-PG950. /삼성전자

삼성전자가 독일의 국제 디자인 공모전 ‘iF 디자인 어워드 2018’에서 금상 4개를 포함해 총 55개의 상을 수상했다고 11일 밝혔다. 이는 삼성전자의 역대 최다 수상 실적이다.

서는 카메라의 시각적 정보를 활용해 사용자에게 유용한 정보를 제공하는 ‘빅스비 비전’이 수상했다.

이밖에 패키지 부문에서는 360도 측면에서 제품의 스토리를 전달하고 하나의 브랜드 이미지를 제공하는 ‘웨어러블 앤드 모바일 프리미엄 액세서리 패키지 아이덴티티’가, 서비스디자인 부문에서는 실시간 원격 진료 서비스인 ‘건강 Q&A’가 각각 상을 받았다.

지난 1953년부터 독일 인터내셔널 포럼 주관으로 진행되는 ‘iF 디자인 어워드’는 독일의 ‘레드닷’(reddot), 미국의 ‘IDEA’와 함께 세계 3대 디자인 공모전으로 꼽힌다. /정은미 기자

## ‘갤노트8’로 평창패럴림픽 감동담다

삼성전자  
선수들에 패럴림픽 패키지 제공

지난 9일 강원도 평창 올림픽스타디움에서 열린 2018 평창 동계패럴림픽 개막식에서 전세계 패럴림픽 선수들이 ‘갤럭시 노트8’로 개막식의 감동을 기록했다.

11일 삼성전자에 따르면 패럴림픽 사상 최초로 갤럭시 노트8을 포함한 패럴림픽 패키지를 국제 패럴림픽 위원회(IPC)에 제공, 참가선수들이 추억을 기록하고 전 세계인과 감동을 공유할 수 있도록 했다.

패럴림픽 패키지에는 갤럭시 노트8을 포함해 ‘급속 충전 배터리팩’과 ‘전용 케이스’가 포함돼 있다. 전용 케이스를 휴대폰에 장착할 경우, 패럴림픽 UX로 변경된다.



지난 9일 강원도 평창 올림픽스타디움에서 열린 2018 평창 동계패럴림픽 개막식에서 ‘갤럭시 노트8’로 개막식의 감동을 기록하고 있는 대한민국 선수단. /삼성전자

2018 평창 동계패럴림픽 무선통신 및 컴퓨팅 분야 공식 파트너 삼성전자는 패럴림픽 기간 동안 ‘삼성 패럴림픽 쇼케이스’ 운영, ‘삼성 패럴림픽 블로거’ 운

영, ‘2018 평창 공식 앱’ 소개 등 다양한 활동으로 참가 선수들과 전세계 팬들에게 ‘불가능을 가능케 하라’는 정신을 전파할 계획이다. /정은미 기자 21cindium@

## 현대 모터스튜디오 고양 ‘iF 디자인상’ 금상

현대자동차의 자동차 체험시설인 현대 모터스튜디오 고양은 독일 ‘2018 iF 디자인상’에서 디자인 경쟁력을 인정받았다.



현대 모터스튜디오 고양 내 ‘전시체험공간’.

11일 현대차에 따르면 올해 iF 디자인상에서 현대 모터스튜디오 고양 내 ‘전시체험공간’이 실내 건축 부문 금상과 UX·UI(사용자 경험·사용자 환경) 기획&디자인 커뮤니케이션 부문 본상을 받았다. 또 현대 모터스튜디오 고양 내 전시물인 ‘키네틱스컬프처’는 실내 건축 부문 본상에 선정됐다.

키네틱스컬프처는 1411개의 알루미늄 기둥이 영상, 음향, 조명과 함께 어우러져 유기적인 움직임을 선보이는 전시물로 현대차의 디자인 철학을 상징한다.

현대 모터스튜디오 고양의 전시체험공간은 감성을 녹이는 시점부터 차가 질주하는 순간까지 자동차 제작과정을 담은 상설전시존과 차량 전시, WRC(월드랠리 챔피언십) 등 다양한 주제로 꾸며진 테마 전시존으로 이뤄졌다.

독일 국제포럼디자인이 주관하는 iF 디자인상은 레드닷, IDEA 디자인상과 함께 세계 3대 디자인상 중 하나로 꼽힌다. /양성운 기자

## 인도 진출 20주년 영상 ‘유튜브 리더보드’ 1위

LG전자  
세계 여성의 날 맞아 구글이 선정

LG전자는 인도 진출 20주년을 기념해 제작한 영상이 세계 여성의 날(3월 8일)을 맞아 구글이 선정한 ‘유튜브 광고 리더보드’ 1위에 선정됐다고 11일 밝혔다.

유튜브 광고 리더보드로 선정된 영상들은 시청자들로부터 사랑받고 화제가 된 것은 물론 창의적이고 효과적인 광고로 평가받는다. LG전자의 광고 영상이 유튜브 광고 리더보드 1위로 선정된 것은 이번이 처음이다.

LG전자가 지난해 5월 공개한 이 영상은 4주만에 유튜브 조회수 2500만뷰, 5개월 만에 1억뷰를 돌파하는 등 좋은 반응을 얻은 바 있다.

약 4분 분량의 영상은 할머니 밑에서 자란 소녀가 우주비행사가 되기까지의 과정을 담고 있다. 돌아가신 아버지가 별에 있다고 믿는 소녀는 우주비행사를 꿈꾸게 됐고, 어머니는 어려운 형편이지만 TV를 팔아 딸의 꿈을 돕는다. 결국 우



LG전자 인도 진출 20주년 기념 동영상 중 한 장면. /LG전자

주비행사의 꿈을 이루게 된 딸은 어머니에게 LG 올레드 TV를 선물한다는 내용이다.

LG전자는 이 영상이 담은 가족애가 네티즌들의 공감을 이끌어 내 좋은 결과를 거둔 것으로 분석했다.

LG전자는 영상 기획 단계부터 인도뿐 아니라 소비자들과 함께 하고 있다는 메시지를 적극적으로 담으려고 했다.

LG전자는 1997년 인도 시장에 진출한 이후 ▲주거환경과 생활문화를 고려한 현지 맞춤형 특화제품 출시 ▲맞춤형 사회공헌활동 전개 등 철저한 현지화 전략을 펼쳐오고 있다. /정은미 기자

>> 1면 ‘박진수 “매년 15%...”서 계속

## 올해 고도성장 도약의 원년 시설·R&D에 최대금액 투자

이어 “중국은 지금 당장 성과를 이야기하기 조심스럽지만 장기적으로 우리 기술력이 성장하고 있어 언제든 기회는 올 것”이라고 말했다.

박 부회장은 올해 과감한 투자로 고도성장 도약의 원년이 될 것이라고 강조했다. 먼저 올해 시설(자본투자)과 R&D에 사상 최대 금액을 투자한다. 시설투자에는 전년 대비 52%가 증가한 3조8000억원을, R&D에는 전년 대비 22.2%가 증가한 1조1000억원을 집행한다.

이를 통해 ▲기초소재부문의 고부가사업 및 관련 원료 확보를 위한 신·증설 ▲자동차전지 분야 대형프로젝트 양산 대응 및 핵심 역량 확보를 위한 기반 확대 ▲소형 및 ESS전지 경쟁 기반 강화 ▲기능성 필름 및 수처리 RO(역삼투압)필터 등의 성장사업 육성 ▲고용량 양극재 제품 경쟁력 확보 등 핵심사업 및 신성장동력 분야의 역량을 강화해 나갈 방침이다. /서산·양성운 기자