

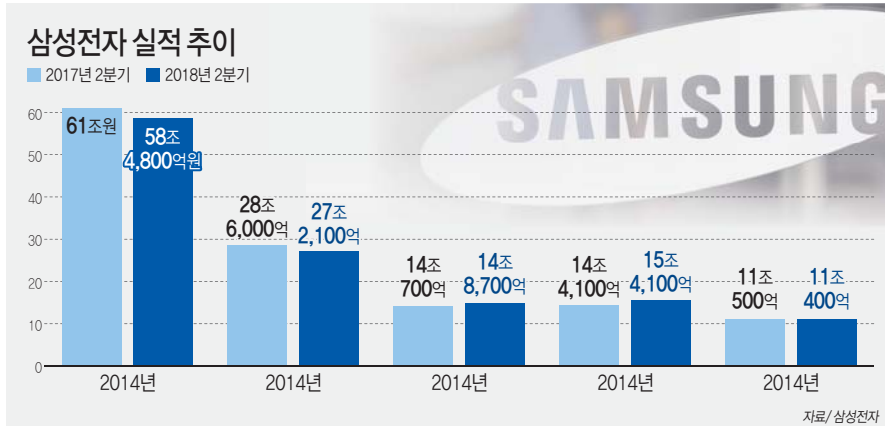
# 반도체 나홀로 건인... 갤럭시9 '하반기 실적 다크호스'



전년보다 매출 감소에도 영업익 개선 하반기 메모리 시장 수요 확대 예상 신규 수요 대응·5G 기술 선점 박차

삼성전자의 올해 2·4분기 실적은 전년 동기 대비 소폭 매출감소에도 불구하고 영업이익과 영업이익률을 개선시킨 점이 특징이다. 하지만 마케팅비용에 해당하는 판관비가 줄어들어 이를 영업이익이 실질적으로 개선됐다고 볼 수 있는지에 대해서는 판단이 엇갈리고 있다.

31일 삼성전자에 따르면 2분기 반도체 부문은 매출 21조9900억원, 영업이익 11조6100억원을 기록했다. 계절적으로 비수기이고 스마트폰 시장이 약세를 보임에도 데이터센터용 서버를 중심으로 수요가 증가했다. 저장장치인 낸드플래시는 스마트폰 고용량화 추세와 클라우드 인프라 확대에 서버용 SSD 수요가 지속



적으로 증가했다. 메모리 반도체 부문 전세원 전무는 '게임 수요 감소에 따라 그래픽 카드 메모리 수요가 견조했다. 하이엔드PC의 고용량 메모리 수요도 견조했다'고 분석하면서 '하반기 메모리 시장은 서버 수요의 지속 증가와 신제품 스마트폰 출시와 메모리 탑재량 증가에 따라 수요 확대가 예상된다'고 전망했다.

시스템 LSI 사업도 계절적 비수기에 따라 모바일 AP 등 부품의 수요 감소로 전분기 대비 실적이 하락했다. 다만 하반기

기 시스템 LSI 사업과 파운드리 사업은 플래그십 스마트폰의 OLED 디스플레이와 중국 스마트폰 업체의 고해상도 이미징 센서, 듀얼카메라 채용 확대에 실적이 개선될 전망이다.

디스플레이 패널 부문에서는 매출 5조 6700원, 영업이익 1400억원을 나타냈다. OLED 부문은 플렉시블 제품 수요 약세가 지속돼 전분기 대비 실적이 감소했다. 삼성전자는 하반기에 플렉시블 제품 수요 회복으로 실적이 개선될 것으로 전망한다. 차별화된 기술력과 원가 경쟁력 강

화를 통해 모바일용 OLED 점유율을 확대하고 폴더블 디스플레이 등 신규 제품군 역량을 강화할 계획이다.

소비자가전(CE) 부문은 매출 10조 4000억원, 영업이익 5100억원을 기록했다. TV 사업은 신제품 QLED TV 판매 호조와 UHD·초대형 TV 등 고부가 제품 판매 확대에 힘입어 전년 동기 대비 이익이 큰 폭으로 증가했다.

생활가전 사업은 패밀리허브 냉장고, 큐브 공기청정기 등 프리미엄 제품 판매 확대에도 불구하고 에어컨 같은 계절제품 수요 둔화로 전년 동기 대비 실적이 소폭 감소했다.

하반기 전략에 대해 영상 디스플레이 부문 박경철 상무는 "8K·마이크로 LED TV 등 혁신 제품을 출시하고 QLED·75형 이상 초대형 TV의 마케팅 활동을 강화하겠다"면서 "AI기반 QLED 8K 제품 출시를 통해 새로운 차원의 현실감을 제공하고 높은 수익률을 달성하겠다"고 밝혔다.

모바일기기(IM)부문은 매출 24조원, 영업이익 2조6700억원을 기록했다. 무

선 사업에서는 갤럭시 S9를 포함한 플래그십 모델 판매가 기대에 미치지 못하고 마케팅 활동 강화로 인한 비용 증가로 인해 실적이 감소했다. 네트워크사업의 경우 2분기 해외 주요 거래선의 LTE 증설 투자 확대에 실적이 개선됐다. 하반기에는 주요 거래선을 대상으로 5G 상용 솔루션 공급을 추진하고 차세대 네트워크 시장 선점을 위한 투자를 지속해 나갈 방침이다.

모바일 부문 이경태 상무는 하반기 전략에 대해 "최고 성능을 갖춘 갤럭시 노트 신모델을 전작 대비 빠른 시점(8월9일 뉴욕 언패킹 행사)에 발표하고 합리적인 가격으로 출시하겠다"며 "중저가 제품에도 최신 기술을 적용하는 동시에 가격 경쟁력도 강화해 판매 확대에 집중할 계획이다"고 설명했다.

삼성전자는 장기전략으로 반도체와 디스플레이의 첨단 기술을 바탕으로 전장·AI용 신규 수요에 대응하고, 폴더블 스마트폰 같은 혁신과 5G 기술 선점을 통해 성장을 지속하겠다고 밝혔다.

/안병도 기자 catchrod@metroseoul.co.kr

## SKT, 클라우드 OVP 개발 기술표준화·글로벌사업 추진

(온라인 비디오 플랫폼)

인코더 등 장비 없어도 서비스 제공

SK텔레콤은 클라우드 온라인 비디오 플랫폼(이하 클라우드 OVP, Cloud Online Video Platform) 개발을 완료하고 기술 표준화와 글로벌 미디어 사업을 동시에 추진한다고 31일 밝혔다.

SK텔레콤이 개발한 클라우드 OVP는 미디어 서비스 제공에 필요한 인코더(영상압축)·트랜스코더(콘텐츠 형태 변환)·스트리머(스트리밍) 등 여러 장비를 별도 구축하지 않고도 서비스를 제공할 수 있는 플랫폼이다. 특히 어떤 회사의 클라우드 서비스를 이용하더라도 손쉽게 미디어 서비스를 제공할 수 있다는 점이 SK텔레콤 클라우드 OVP의 장점이라고 회사 측은 설명했다.

기존에는 각 클라우드 서비스 회사의 API에 맞춰 콘텐츠 규격을 조정했다. 다른 클라우드 서비스간 연동 조치도 필요했다. 하지만 SK텔레콤 클라우드 OVP 기술을 활용할 경우 미디어 온라인동영

상서비스(OTT)·방송사·이러닝(e-learning) 사업자 등은 추가적인 연동 작업 없이 자사 콘텐츠를 다양한 클라우드에서 제공할 수 있다.

SK텔레콤은 올해 안에 동남아시아에 진출하고자 하는 OTT 사업자를 대상으로 첫 사업화에 나설 예정이다.

SK텔레콤은 지난 주 스위스 제네바에서 개최된 ITU-T SG11(Study Group 11) 미팅에서 클라우드 OVP 표준 초안을 제안해 승인 받았다. SK텔레콤은 현재 SG11 Q7 의장을 맡고 있는 이종민 미디어기술원장을 중심으로 2019년 말까지 클라우드 OVP ITU-T 정식 표준 채택을 추진할 계획이다.

SK텔레콤 이종민 미디어기술원장은 "클라우드 기반으로 미디어 서비스를 제공하면 시장이 활성화되고 사업자들의 해외 진출도 쉬워질 것"이라며, "클라우드 OVP 글로벌 표준화와 생태계 확대에 앞장설 계획"이라고 말했다.

/김나인 기자 silkni@

## EC지원센터, 전국 우수 농수산물 판매

(우체국 전자상거래)

지방자치단체·쇼핑몰과 협업

우체국 전자상거래지원센터가 지방자치단체 및 외부 쇼핑몰과 협업해 전국 각지의 우수한 농수산물을 발굴·판매하는 원스톱 서비스를 제공한다.

과학기술정보통신부 우정사업본부는 '우체국 전자상거래지원센터' (이하 'EC지원센터')가 지방자치단체 및 외부 쇼핑몰과 협업해 지역 특산물 및 공산품을 발굴하고, 상품 상세정보 무료 제작 및 판로 개척을 지원하는 원스톱 서비스를 제공한다고 31일 밝혔다. EC지원센터는 지난 2016년부터 약 700여개 업체, 2800여개 상품의 상세페이지 제작을 무료로 지원해 왔다.

이번에 확대 오픈한 EC지원센터는 전국 우체국과 지자체가 협업해 우체국소

핑 신규 상품을 발굴하고 상품 상세정보 디자인과 지방자치단체 지원예산을 확보해 외부 쇼핑몰(옥션, 지마켓, 카카오톡 등)에 상품 등록과 판매 지원 서비스도 제공하게 된다.

상품 입점·판매 등 농어민, 소상공인 대상 서비스 뿐만 아니라 지역상품 판로 확대 마케팅 등 지자체 및 공공기관 대상 서비스도 EC지원센터로 문의하면 언제든지 무료로 컨설팅을 받을 수 있다.

아울러 배재대학교, 목원대학교 등 지방대학교와 산학협력 사업을 통해 전자상거래 우수 인력 양성에도 나선다.

강성주 본부장은 "지방자치단체 등 공공기관과 협업을 확대하여 우체국의 전자상거래 지원 역할을 더욱 강화할 계획"이라고 말했다.

/김나인 기자



## 기아車, 스마트폰 등 5개 테마상품 60% 할인

구매고객 대상 '더 드림 페스티벌' 8월 한달간 할인 혜택 누릴 수 있어

기아자동차는 전 차종 구매 고객을 대상으로 ▲가전제품(삼성전자) ▲스마트폰(갤럭시S9, LG-G7 ThinkQ, 아이폰X 등) ▲블랙박스(아이나비, 폰터스, 만도) ▲캠핑용품(코베아) ▲차량용품(모비스, 레드멤버스몰) 등 5가

지 테마의 상품들을 최대 60% 할인된 가격으로 구매할 기회를 제공하는 '더-드림(The-Dream)페스티벌'을 시행한다고 31일 밝혔다.

이번 '더-드림 페스티벌'은 8월 한달 간 진행되며, 2015년 1월 1일 이후 기아차를 구매한 고객이라면 누구나 참여해 할인 혜택을 누릴 수 있다.

참여를 원하는 고객은 기아차 홈페이지에서 원하는 브랜드의 URL을 선

택해 접속한 후 간단한 본인 인증 절차를 거치면 상품을 구매할 수 있다.

기아차 관계자는 "자동차 구매와 함께 일상생활에 꼭 필요한 상품을 저렴한 가격에 구입할 수 있는 재미를 드리기 위해 이번 이벤트를 기획하게 됐다"며 "더-드림 페스티벌과 같은 이색적인 판촉 행사를 통해 앞으로도 고객분들께 보다 많은 혜택을 드리기 위해 노력할 것"이라고 말했다. /양성민 기자 ysw@

## KT, 아이언맨 디자인 적용 '아이언 에그' 출시

유선 인터넷 연결 맨 무선공유기로 대용량 배터리로 20시간 사용 가능

KT가 마블 인기 캐릭터 아이언맨 디자인을 적용한 신규 LTE 에그(egg)인 아이언 에그를 1일 출시한다고 31일 밝혔다.

이 제품은 아이언맨의 상징인 아크 원자모와 마스크 등 차별화된 디자인을 적용했다. 전면과 측면 LED의 다양한 색상 변화로 단말 상태 및 LTE 신호 세기를 확인할 수 있다.

충전기로 제공되는 크래들은 WiFi, LAN 포트 등의 기능을 탑재했다. 크래들에 있는 포트에 유선 인터넷을 연결하면 LTE 데이터 소진 없이 무선공유기로 사용할 수 있다. 와이파이를 지원하지 않는 데스크톱 PC 등에 연결해 인터넷을 사용할 수 있다. 4000mAh의 대용량 배터리를 장착해 20시간까지 연속 사용이 가능하며 센터를 이용해 스마트폰 보조배터리



KT 모델들이 아이언맨 콘셉트의 신규 LTE 에그 '아이언 에그'를 소개하고 있다. /KT

로도 활용 가능하다.

1일 기준 출고가는 15만4000원이다. KT LTE egg+ 11(11GB, 월 1만6500원)이나 LTE egg+ 22(22GB, 월 2만4200원) 요금제로 가입 가능하다.

KT는 지난 6월 와이브로(WiBro) 고객을 대상으로 기존 요금제와 같은 가격에 같은 양의 LTE 데이터를 제공하는 이용자 보호용 LTE egg+ 요금제를 출시한 바 있다. 기존 와이브로 가입 고객은 경제적

인 부담 없이 아이언 에그 등 LTE 에그 상품으로 전환가입 할 수 있다.

KT는 30일(월) 와이브로 서비스 종료 계획을 발표하며, 기존 가입자들이 불편 없이 데이터 통신을 이용할 수 있도록 다양한 LTE 전환 지원 프로그램 및 보호 방안도 마련했다.

와이브로 이용 고객이 해지를 원하거나 'LTE egg+' 요금제로 전환할 경우 기존 위약금과 단말 잔여 할부금이 모두 면제된다. 또한 에그 단말을 무료로 교체해 준다. 단말 무료 프로그램은 9월 말 와이브로 서비스 종료 전까지 적용된다. 아이언 에그로 전환을 희망할 경우 일부 추가 금액만 지불하면 된다.

KT 융합담당담당 구영근 상무는 "고객들이 아이언 에그를 통해 특색 있는 디자인과 편의성을 동시에 체험할 수 있을 것"이라며 "KT는 앞으로도 새로운 디자인, 다양한 기능의 디바이스를 통해 고객에게 차별화된 경험을 제공할 것"이라고 말했다. /안병도 기자 catchrod@