

# 삼성전기, 전장사업 영토 확대... 中에 MLCC 공장 증설

(자동차 전기장치용 적층세라믹캐패시터)

텐진 공장 건립에 5000억원 투자  
내년말 완공 목표... 2020년 양산  
“생산효율 극대화로 시장수요 대응”



삼성전기가 중국에 자동차 전기장치용 적층세라믹캐패시터(MLCC) 공장을 설립한다.

삼성이 신성장동력 사업으로 자동차 전장 사업을 적극 행하고 있어 이번 공장 증설이 업계의 이목을 끌고 있다.

17일 업계에 따르면 삼성전기는 기존 중국 텐진에 위치한 공장단지 안에 MLCC

C 공장을 증설한다. 이번 공장 건립에는 약 5000억원의 투자금이 집행될 예정이며 올해 착공해 내년 말 완공될 예정이다. 2020년 중반쯤에는 제품을 본격적으로 양산할 수 있을 것으로 보인다.

삼성전기는 이번주 내로 이사회를 개최하고 해당 투자 건을 최종 확정할 예정인 것으로 전해졌다.

MLCC는 가로 0.4mm, 세로 0.2mm에 높

이는 0.3mm의 아주 작은 제품으로 전기에서 ‘댐’ 역할을 한다. 전자제품에서 전기를 저장했다가 반도체 등에 전기를 필요한 만큼 전기를 제공하는 제품이다. 최신 스마트폰에는 1000여개, TV에는 2000여개, 전기차에는 최대 1만5000여개 이상이 필요하다.

삼성전기 관계자는 “하반기 MLCC 시장은 IT용 하이엔드 제품과 전장용을 중심으로 수요가 지속적으로 증가할 것으로 전망된다”며 “생산 효율 극대화를 통해 MLCC 시장 수요에 적극 대응할 계획”이라고 설명했다.

산업분야에서 미래 먹거리로 꼽히는

MLCC는 최근 수요가 폭발적으로 급증했지만 수요에 비해 공급이 아직 부족해 공급면에서 주목을 받고 있다.

그 동안 삼성전기는 IT용 MLCC를 집중적으로 생산해왔다. 최근 부산사업장에 전장용 MLCC 생산 설비를 증설했지만 현재 수급을 충족시키기에는 생산 규모가 역부족인 것으로 전해진다.

이에 삼성전기는 중국에 투자를 통해 전장용 MLCC라인을 확충, 과감한 투자에 나선 것으로 보인다. 전기차 수요가 전 세계적으로 늘어나고 있는 것 또한 한몫한다.

세계 1위 MLCC 생산 기업 일본의 무라타제작소는 지난 4월 IT용 보급형 ML

CC라인 생산능력을 감축하고 2020년 3월까지 생산을 중단하기로 결정하기도 했다.

한편 모듈, MLCC·인덕터 등의 수동소자를 생산하는 삼성전기의 컴포넌트 사업부문은 지난해 1분기 4904억원의 매출을, 올해 1분기에는 7500억원의 매출을 각각 기록했다. 지난 2분기에는 전 분기 대비 15%, 지난해 같은 기간보다 60%나 급증한 8686억원의 매출을 올렸다. MLCC 분야는 사물인터넷(IoT), 5G 이동통신 등 IT산업 발전과 더불어 향후에도 꾸준한 성장세를 보일 전망이다.

/김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.kr

美 소비자 “일상에 꼭 필요한 브랜드는?”

## 삼성전자 7위 선정... 4년 연속 ‘톱 10’

미국 브랜드 컨설팅사 프로펫 집계

삼성전자가 미국 소비자들을 대상으로 한 브랜드 영향력 평가에서 7위를 차지했다. 17일 업계에 따르면 미국 브랜드 컨설팅 업체 프로펫이 최근 집계해 발표한 2018년 브랜드 연관성 지수에서 삼성전자가 7위를 기록했다.

지난해 10위에서 3계단 오른 것으로, 미국이 아닌 업체 브랜드로는 가장 높은 순위를 차지하며 4년 연속 톱10에 들었다. 아시아 기업으로는 유일하게 10위 내에 들었고, 특히 개인정보 보호와 관련한 신뢰도 평가에서는 컴퓨터·소프트웨어 브랜드 가운데 최고 점수를 받으며 글로벌 위상을 재확인했다는 평가를 받았다.

프로펫은 보고서에서 “지속적인 혁신을 통해 사랑받는 브랜드로 자리매김한 삼성은 커넥티드 홈을 실현하는 최고의 사례”라면서 “소비자들은 삼성에 대해 ‘항상 우리의 요구에 부응하는 새로운 방식을 모색하는 브랜드’라는 인식을 하고 있다”고 언급했다.

보고서는 “정보보안은 최근 소비자들 이 꼽는 최우선 평가 항목”이라면서 “삼성 컴퓨터·소프트웨어 업종에서 소비자들로부터 가장 신뢰를 주는 브랜드로 조

사됐다”고 평가했다. 또한 “삼성은 IT를 가전에 접목함으로써 가정에 의미있고 독특한 경험을 가져다주고 있다”면서 패밀리허브 냉장고 등 삼성의 스마트 가전 제품을 소개했다.

이번 조사는 미국 소비자 1만2694명을 상대로 37개 업종 299개 브랜드에 대해 애착도, 생활 활용도, 창의성, 혁신성 등 4개 기준에서 소비자 연관성을 평가해 순위를 정했다.

올해 평가에서 선두는 애플이 차지했으며 조사 시작 시점인 2015년 이후 4년 연속 1위 자리를 지켰다. 아마존과 핀터레스트, 넷플릭스, 안드로이드, 구글, 키친에이드, 스포티파이, 나이키가 톱 10 안에 들었다. 아시아 기업으로는 삼성전자 외에 소니가 21위, 도요타와 혼다가 각각 29위와 31위에 랭크됐다. 필립스가 작년보다 85계단이나 상승한 113위로 ‘올해의 승자’로 꼽혔고 페이스북과 스타벅스는 지난해보다 각각 102계단과 93계단 하락한 205위와 153위에 랭크돼 ‘올해의 패자’로 분류됐다.

한편, 삼성전자는 독일 소비자들을 대상으로 한 브랜드 연관성 지수에서도 10위에 올랐다.

/안병도 기자 catchrod@

## SKT, 4배 빨라진 와이파이 상용화

‘T 와이파이 AX’... 4개 안테나 활용  
‘갤S8’ 이후 출시된 폰은 자동 이용

SK텔레콤은 기존 대비 4배 빠른 차세대 와이파이 서비스 ‘T 와이파이 AX’를 상용화한다고 17일 밝혔다.

‘T 와이파이 AX’는 802.11ax 표준 기반의 와이파이 서비스다. AP당 최대 4.8기가비트(802.11ac Wave1, 1.3Gbps)보다 약 4배 빠른 속도다.

현재까지 출시된 스마트폰은 802.11ax 칩이 탑재되지 않아 1Gbps가 최대 속도다. 기존 866Mbps 대비 약 1.2배 늘어났다. 내년 출시되는 플래그십 스마트폰은 데이터 통신 효율이 향상돼, 최대 속도가 1.2Gbps까지 늘어날 것으로 전망된다. 이후 출시되는 스마트폰 하드웨어 성능이 향상되면, 고객들은 더욱 빠른 와이파이 서비스를 누릴 수 있다고 회사 측은 설명했다.

‘갤럭시S8’ 이후 출시된 주요 플래그십 스마트폰 이용 고객은 별도 조치 없이도 빨라진 와이파이 서비스를 이용할 수 있



홍보 모델이 서울 코엑스에서 ‘T 와이파이 AX’ 서비스를 이용하고 있다. /SK텔레콤

다. ‘T 와이파이 AX’ 미지원 스마트폰 이용 고객도 기존과 동일하게 와이파이를 이용할 수 있다.

SK텔레콤은 와이파이 사용량이 많은 서울 삼성동 코엑스, 광주 유스퀘어 등 핵심 상권을 중심으로 상용망을 구축했고, 전국 데이터 트래픽 밀집 지역으로 커버리지를 확대해 나갈 계획이다.

‘T 와이파이 AX’는 국내 최초로 정부로부터 공식 인증 받은 상용 AP를 활용한다. 해당 AP는 지난 8월 말 국립전파연구원으로부터 전자파 적합 인증을, 과기정통부로부터 최종 장비 승인을 받았다.

SK텔레콤은 지난해 10월 국내 최초로

국제전기전자공학회(IEEE)에서 정한 차세대 와이파이 표준인 802.11ax 기술과 AP를 개발한 바 있다. 이후 SK텔레콤은 와이파이 현재 등 실제 이용 환경에서 성능 테스트를 진행하며, 상용 AP 개발에 성공했다.

‘T 와이파이 AX’는 4개의 안테나를 활용해 전파를 송수신한다. 활용 주파수 대역폭도 160메가헤르츠(MHz)로 기존 기가 와이파이 대비 2배다. 2.4GHz 및 5GHz 주파수 대역을 이용한다.

특히 ‘T 와이파이 AX’는 트래픽 밀집 환경에서도 안정적인 무선 와이파이 서비스가 가능한 기술을 탑재했다. T 와이파이 AX는 다수 사용자 대상 동시 데이터 전송(OFDMA, MU-MIMO), AP 혼잡 지역에서의 와이파이 성능 개선(DSC) 등의 기술이 적용됐다.

SK텔레콤은 ‘T 와이파이 AX’ 최대 속도 구현을 위해 SK브로드밴드 ‘10기가(Gbps)’ 인터넷 기반 기술을 활용한다. 10기가 인터넷은 기존 기가 인터넷(1Gbps)보다 10배 빠른 속도를 제공하기 때문에 트래픽 밀집 지역에서도 안정적인 품질을 제공할 수 있다.

/김나인 기자 silkni@

## 주유소 거점 택배 ‘홈픽’, 日 3000건 돌파

SK이노베이션 월 5만건 물량 소화

지난 1일부터 전국 서비스를 시작한 ‘홈픽’의 평균 주문량이 3000건을 돌파했다.

홈픽은 지난 1일 GS칼텍스와 SK에너지의 전국 450여 주유소를 물류 거점으로 삼아 시작된 전국 택배 서비스다.

SK이노베이션은 홈픽의 이달 하루 평균 주문량이 3000건을 상회하며 월 전체로는 약 5만건 수준의 택배 물량을 소화하게 될 전망이다이라고 17일 밝혔다.

기존 택배 서비스들과 달리 추석 연휴 3일 전인 9월 19일까지 택배 접수가 가능하고 연휴 직후인 9월 27일부터 정상 서비스를 재개, 이 시기 택배 서비스가 필요한 고객의 사용량이 특히 증가할 것으로 기대된다.

지난 8월 초 7000여명 수준에 불과했던 홈픽 카카오톡 플러스 친구는 17일 기준 2만1223명에게 달했다.



홈픽 광고영상 ‘추석편’. /SK이노베이션

홈픽은 ‘언제 어디서든 1시간 이내 방문 픽업’이라는 서비스 특화 전략이 단기간 내에 많은 고객을 끌어 모으는데 중요한 역할을 했다고 SK측은 설명했다.

택배 주문 및 결제가 편리하다는 점도 고객 만족도를 높이는데 주요했다. 홈픽 앱, 카카오톡 등 6개의 채널로 주문이 가능하기 때문에 고객 접근성이 높고 크기나 무게에 상관없이 동일한 가격을 주문과 동시에 선결제하게 되므로 현금을 따로 준비해야 하는 번거로움도 없다. /김유진기자

## KT, 블록체인 지역화폐 발행

김포시·KT엠하우스와 MOU

100억 규모... 내년부터 사용

KT는 KT 엠하우스와 약 100억원 규모 지역화폐를 발행하기 위한 블록체인 지역화폐 플랫폼을 올해 말까지 구축해 김포시에 적용한다고 17일 밝혔다.

이를 위해 김포시와 KT, KT 엠하우스는 경기도 김포시 김포시청에서 ‘김포시 전자형 지역화폐 구현’을 위한 3자 간 업무협약을 17일 체결했다. KT와 KT 엠하우스의 플랫폼으로 발행·유통되는 지역화폐는 내년 상반기 김포시 지역화폐가 맵점에서 현금처럼 이용할 수 있다.

현재 국내에는 민관 통틀어 90종 이상의 지역화폐가 연간 약 3100억원 규모로 발행된다. 대부분은 주로 실물 상품권 형태로 유통되고 있어 휴대폰 결제와 같은 간편 결제를 선호하는 소비자들에게는 큰 호응을 받지 못하고 있다. 발행된 지역화폐가 불법적인 경로를 통해 현금화되는 부작용도 해결해야 한다.

KT가 김포시에 도입하는 블록체인 지역화폐 플랫폼은 용도와 목적에 맞는 다양한 지역화폐 발행과 유통을 위한 플랫폼



KT 직원이 경기도 김포시 전통시장에서 블록체인 기반의 지역화폐 디자인 시안과 사용 방법을 설명하고 있다. /KT

플랫폼이다. KT가 자체적으로 개발한 스마트 컨트랙트 기술이 적용됐다. 이 기술을 활용하면 코딩 가능한 화폐가 발행될 수 있고, 중개자 없는 직접 결제 서비스를 제공할 수 있으며 데이터 누락 없이 신뢰도 높은 정산도 가능하다.

KT의 블록체인 지역화폐 플랫폼은 분산된 네트워크가 모든 결제(거래) 목록을 지속적으로 갱신하고 검증하는 ‘분산 원

장 기술’을 기반으로 한다. 이 가운데 지불, 위변조, 부인 및 부정 유통 등을 원천 차단해 지방자치단체가 지역화폐를 보다 투명하게 관리하고 집행할 수 있도록 지원한다.

KT는 블록체인 지역화폐 플랫폼을 바탕으로 김포시 지역화폐를 스마트폰 앱의 QR코드와 충전식 선불카드 형태로 서비스할 계획이다. QR코드와 선불카드 모두 가맹점에서 별도 단말기를 갖추지 않고도 결제 가능해 김포시민과 가맹점의 지역화폐 수용 가능성이 높을 것으로 전망된다.

KT 플랫폼을 통해 발행·유통되는 김포시 지역화폐는 태환이 가능하다. 예를 들어 김포시장에서 지역화폐를 받고 생선을 판매한 A 씨는 물건을 판매한 대가로 지역화폐가 아닌 현금을 본인의 은행 계좌로 즉시 입금받는 것이 가능하다. 국내에서 유통되는 블록체인 기반의 지역화폐 중 태환 기능이 도입된 것은 이번이 처음이다. /안병도 기자