

실리콘밸리에 첫 오픈이노베이션 센터 '엠큐브' 개소



자율차·스타트업 발굴 등 미래성장 거점으로

자율주행 등 미래차 신기술 투자
창의적 아이디어+인프라로 '원원'
2020년 딥러닝 카메라 개발 목표

현대모비스가 글로벌 스타트업 발굴과 함께 투자를 통한 신성장동력 확보에 드라이브를 건다.

최근 현대차그룹의 맏형인 현대차에 이어 기아차, 현대위아 등 계열사들이 미래 먹거리 확보에 나선 가운데 현대모비스도 급변하는 글로벌 시장 대응에 나선 것.

최근 현대·기아차는 제품과 산업 경쟁력 강화, 미래 신기술 역량 확보를 위해 주요 부문에 대한 임원 인사를 단행했으며 현대위아는 친환경 자동차 부품과 스마트팩토리 솔루션 제조사로 도약하기 위해 전열을 재정비했다.

이에 현대모비스는 최근 미국 실리콘밸리에 첫 오픈이노베이션 센터인 '엠큐브(M.Cube)'를 개소하고, 자율주행 등 미래차 신기술을 보유한 글로벌 스타트업 발굴과 투자를 본격화한다고 4일 밝혔다.

또 현재 운영중인 중국 선전의 연구본소에 투자 기능을 추가하여 '엠큐브'로 확



현대모비스 오픈이노베이션 현황

권역	중점 분야	비고
국내	<ul style="list-style-type: none"> □ 글로벌 오픈이노베이션 헤드쿼터 □ 자율주행·모빌리티 서비스 등 신사업 총괄 	오픈이노베이션팀 신설(18.01)
북미 (실리콘밸리)	<ul style="list-style-type: none"> □ 자율주행·인포테인먼트 유망 스타트업 발굴 □ 혁신기술 트렌드 예측 □ 스타트업 네트워크 구축 	엠큐브 신설 (18.11)
중국(선전)	<ul style="list-style-type: none"> □ 인공지능 기반 특화기술 □ 현지 차종 커넥티비티 서비스 	연구본소-엠큐브 확대 운영(19. 상반기)
이스라엘	<ul style="list-style-type: none"> □ 보안·센서·SW플랫폼 	
유럽	<ul style="list-style-type: none"> □ 모빌리티(핀란드·스웨덴·프랑스 등) 	
아시아	<ul style="list-style-type: none"> □ 아시아 주요 국가 스타트업 네트워크 구축 	

대 운영한다. 엠큐브는 개방형 혁신활동과 창의성(Creative), 스타트업 육성(Incubation)에 대한 현대모비스의 의지를 담고 있다.

현대모비스는 실리콘밸리 엠큐브를 ▲ 자율주행(센서·로직·소프트웨어 플랫폼) ▲ 커넥티비티(인포테인먼트·생체인식) ▲ 신사업 혁신부문(인공지능·차량보안) 등 유망 스타트업을 발굴·투자하는 핵심 거점으로 활용해 미래차 기술을 강화할

다. 이를 위해 실리콘밸리 엠큐브 센터장으로 현지에서 스타트업 투자 등 20여 년 경력을 보유한 선 류(Sean Ryu) 박사를 영입하고, 조직을 지속적으로 확대할 예정이다.

내년에 오픈할 중국 선전의 엠큐브는 인공지능(AI)과 빅데이터에 특화된 거점으로 운영된다. 현대모비스는 중국 스타트업과 함께 현지 시장에 최적화된 자율주행·커넥티비티 요소기술을 확보할 수

있을 것으로 기대하고 있다. 선전은 한때 '중국 제조업의 상징'에서 현재는 인공지능 등 4차산업 혁명의 중심으로 변화를 거듭하고 있어 우수 스타트업을 발굴하기에 최적의 환경으로 평가받고 있다.

현대모비스는 엠큐브가 현대모비스와 스타트업 양측 모두에 윈윈이 될 것으로 기대하고 있다. 현대모비스는 창의적인 아이디어를 보유한 스타트업에 투자하고, 스타트업은 현대모비스의 핵심부품

노하우와 인프라를 바탕으로 성장가능성을 타진할 수 있기 때문이다.

정수경 현대모비스 기획실장(전무)은 "스타트업에 단순 투자하는데 그치지 않고, 자율주행·커넥티비티 등 현대모비스의 연구개발 역량을 적극 지원하겠다"며 "스타트업의 창의적인 아이디어가 자동차에 최적화된 환경으로 조기에 개발될 수 있도록 협업을 강화하겠다"고 밝혔다.

한편 현대모비스는 엠큐브와 국내외 연구소의 시너지도 기대하고 있다. 국내외 연구소에서 확보한 연구개발 역량과 스타트업에 투자해 확보한 요소기술을 융합하겠다는 전략이다. 실제로 현대모비스는 지난 8월 글로벌 최고 수준의 영상인식 기술을 보유한 스트라드비전에 투자하고, 2020년을 목표로 딥러닝 기반 카메라를 개발하겠다고 밝힌 바 있다.

현대모비스의 ADAS·자율주행 기술과 스트라드비전의 영상인식 기술을 융합해 단계 진화한 차세대 인공지능 카메라를 선보일 계획이다.

현대모비스는 현재 국내 기술연구소와 총 4곳(북미·중국·독일·인도)의 해외연구소를 운영하고 있다. 기술연구소는 현대모비스의 전체 연구개발 로드맵을 수립하며, 현재 약 3000명의 연구인력이 근무하고 있다. /양성문 기자 ysw@metroseoul.co.kr

삼성전자, WBA '글로벌 브랜드' 선정

브랜드 가치·10만명 이상 투표 진행

삼성전자가 전세계 최고 가전 브랜드라는 평가를 받았다.

4일 업계에 따르면 삼성전자는 최근 '2018-2019 월드 브랜딩 어워드(WBA)'에서 소비자가전(TV) 부문 글로벌 수상자로 선정됐다.

평가 대상은 57개 국가 4500여개 브랜드였다. 브랜드 가치와 전문가 설문조사, 10만명 이상을 상대로 투표를 진행해서 최종 351개 브랜드를, 이 중에서 32개만을 '글로벌 브랜드'로 선별해냈다.

삼성전자 외에는 미국 아마존과 애플, 페이스북, 구글, 마이크로소프트 등 주요 IT기업들이 글로벌 브랜드로 뽑혔다. 코카콜라와 질레트, 롤렉스 등도 어깨를 나



란히 했다.

국가별로는 미국이 32개 중 16개나 있었다. 프랑스가 4개, 중국과 독일, 스위스가 각각 2개였다. 우리나라 기업은 삼성전자 1개 뿐이다. 소비자가전 부문에서도 삼성전자는 유일했다.

WBA는 영국 런던에 있는 글로벌 비영리 단체 '월드 브랜딩 포럼'이 발표한다. 글로벌과 지역, 개별국가 등 3개 항목으로 최고의 브랜드를 선정한다. 2014년부터 5년째 이어졌다. /김재용 기자 juk@

삼성전자, 中 겨냥 '초고가 폴더폰' 출시

中 이통사 차이나텔레콤과 합작
4.2인치 듀얼 디스플레이 탑재

삼성전자가 중국 시장을 겨냥한 초고가 폴더폰을 출시한다. 4일 삼성전자에 따르면 중국 이통사 차이나텔레콤과 함께 9일 중국에서 초고가 폴더폰 'W2019'를 공개하고 이달 말 제품을 출시한다.

삼성전자는 2008년부터 차이나텔레콤과 중국에서 200만~300만원대의 스마트폰을 내왔다. 초고가 제품을 원하는 극히 일부 수요에 맞춘 제품이다.

4.2인치 듀얼 디스플레이를 탑재한 'W2019'는 퀄컴 스냅드래곤 845 칩셋을 장착하고 AI 기능을 갖춘 후면 듀얼 카메라



초고가 폴더폰 W2019. /삼성전자

를 포함할 예정이다.

삼성전자가 중국을 겨냥한 다양한 라인업의 제품으로 1%대의 점유율을 반등시킬 수 있을지 주목된다.

삼성전자는 2분기 갤럭시A8스타와 중

국 전용 모델인 갤럭시S 라이트 럭셔리 등을 출시했고, 3분기부터는 본격적으로 중국 업체에 맞서 중저가 라인업을 대폭 강화했다.

후면 트리플 카메라를 탑재한 갤럭시A7, 쿼드 카메라를 탑재한 갤럭시A9을 선보인 데 이어 중국 시장 전용으로 자사 첫 ODM(제조업자 개발생산) 제품인 갤럭시A6s를 이달 출시했다.

샤오미 위탁 생산 업체인 중국 '윙텍'이 개발부터 생산까지 맡은 제품으로 퀄컴 스냅드래곤 660 칩셋, 6인치 OLED 디스플레이, 6GB 램, 후면 듀얼카메라 등을 갖춘 기본 모델이 1799위안(약 29만5000원)으로 가격 경쟁력을 갖췄다.

/구서윤 기자 yuni2514@

SK그룹, 본사서 일회용품 사라진다

SK가 환경보호 캠페인 실천을 통해 사회적 가치 창출에 나선다.

SK는 서울 종로구 서린빌딩에 입주한 SK수펙스추구협의회와 SK이노베이션, SK㈜가 이달 들어 생활속 환경보호 캠페인 본격 가동에 들어갔다고 4일 밝혔다. 공유좌석제 공사 관계로 인근 빌딩에 임시 입주중인 SK E&S역시 캠페인에 동참할 예정이다.

우선 SK수펙스추구협의회는 '일회용품 사용 줄이기' 3대 원칙 아래 조대식 의장을 포함한 모든 구성원들이 환경보호 캠페인에 참여하기로 했다. 3대 원칙은 ▲ 사내에서 개인 머그컵·텀블러 사용 ▲ 꼭 필요한 경우에는 유리병이나 캔·무색 페트병 음료를 우선 구매 ▲외부 테이크아웃 컵 반입금지 등이다. /김나인 기자 silkni@

협의회가 입주한 서린빌딩내 구내 카페에서는 머그컵과 텀블러를 대여하고 있다. 구내 식당에서는 이달 중순부터 기존 물품들을 친환경 용기로 대거 교체할 예정이다.

SK이노베이션은 '아.그.위.그. 챌린지(I green We green Challenge)'를 한다. '나'의 작은 실천을 통해 '우리'가 속한 환경을 푸른 빛으로 만들자는 의미다. 아이스버킷 챌린지처럼 캠페인에 참여하는 구성원들이 인증샷을 올리고, 다음 순번을 지명하는 릴레이를 펼치고 있다.

서울 본사뿐 아니라 울산, 인천, 대전, 서산, 증평 등 국내 사업장으로 열기가 확산중이다. SK E&S는 텀블러를 일괄 구매해 구성원들에게 제공할 예정이다.

제네시스 EQ900, 이름·얼굴 바꿔 'G90'으로 재탄생

현대차의 프리미엄 브랜드 제네시스가 최상위 세단 EQ900의 이름과 얼굴을 바꾼 부분변경(페이스리프트) 모델을 내놓는다. 제네시스의 기술력이 총집약된 프리미엄 세단이다.

4일 업계에 따르면 제네시스는 EQ900 부분변경(페이스리프트)의 국내 차명을 해외와 같은 'G90'으로 통일하고 이달 말 공식 출시한다. EQ900은 제네시스가 출범한 지난 2015년 첫 브랜드 모델로 국내 시장에 선보인 모델이다.

제네시스는 기존 현대차의 '에쿠스'가 축적해온 위상과 유산을 존중한다는 의미의 'EQ'와 제네시스의 최상위 제품군을 의미하는 '9'를 결합해 국내 시장에 한해 EQ900이란 차명을 적용했다. 미국을 비롯해 캐나다, 중동, 러시아 등 해외에서는 제



제네시스 EQ900

네시스를 대표하는 플래그십이라는 정체성을 강조하기 위해 G90으로 판매했다.

이를 통해 국내에서도 준중형 고급승용차 G70, 대형 고급승용차 G80, 초대형 고급승용차 G90 등으로 이어지는 제네시스

스 승용차 제품군의 일원화한 차명 체계를 완성한다는 계획이다.

제네시스는 신차급으로 재탄생한 G90을 내세워 브랜드 전체의 판매 확대를 노린다. /양성문 기자