

시가 8K급으로 영상 또렷하게... 음성명령은 '덤'

삼성전자 '8K QLED TV 체험행사'

UHD·SD급 방송도 8K로 변환
빅스비 '스마트 싱스'로 연동도
한종희 사장 "올해 8K시장 원년"

삼성전자가 8K 시대를 선언했다. 인공지능을 활용한 업스케일링 기술로 콘텐츠 부족 우려도 깨끗하게 씻어냈다.

삼성전자는 7일 서울 반포 플로팅 아일랜드에서 QLED 8K TV 체험행사인 'Q LIVE'를 개최했다.

이날 행사는 체험존인 'Q Live 스튜디오'와 기술 시연 공간인 '미디어 세션'으로 구성했다.

◆8K 영상, TV가 직접 만든다.

8K는 가로 세로 해상도 7680×4320를 뜻한다. 아직 4K TV도 대중화에 어려움을 겪는 만큼, 콘텐츠가 공급되기까지는 적지 않은 시간이 걸릴 것으로 예상된다.

삼성전자는 직접 8K 영상을 구현하는 방법을 선택했다. 8K QLED에 퀀텀 프로세서 8K를 탑재하면서서다.



삼성전자는 7일 8K QLED 체험행사 'Q LIVE'를 개최했다.

/삼성전자

퀀텀 프로세서는 인공지능(AI) 화질 엔진이다. 수백만개 영상 데이터를 비교하고 분석한 결과를 토대로 해상도를 높여주는 역할을 한다. 업스케일링에 '머신러닝' 기술을 도입한 것이다.

이에 따라 저장된 영상은 물론이고 실시간 영상까지 8K 해상도로 변환해준다. UHD나 FHD, SD급 방송까지도 8K로 보여준다.

퀀텀 프로세서는 영상을 분석해 사운

드를 최적하는 기능도 해낸다. 스포츠 영상에서는 관중 환호성과 같은 현장음을, 뉴스에서는 아나운서 음성을 부각하는 등이다.

◆빅스비도 TV에 '썩'

8K QLED는 삼성의 인공지능 플랫폼인 '빅스비'도 구현했다. 휴대폰 갤럭시와 같이 음성 명령으로 다양한 정보를 확인할 수 있다.

8K QLED 빅스비는 '스마트 싱스'로

도 연동된다. TV와 연결한 모든 IoT 가전 제품을 음성으로 제어 가능하다.

'유니버설 가이드'는 사용자에게 콘텐츠를 추천하는 인공지능이다. IPTV와 넷플릭스 등 콘텐츠 플랫폼 벽을 허물고, 사용자가 사용 가능한 모든 콘텐츠를 추천 대상으로 한다.

내년부터는 원격 워크스페이스 기능도 제공할 예정이다. 윈도 접속 ID만 있으면 원격으로 PC를 사용할 수 있게 한다. PC뿐 아니라 휴대폰 등을 멀티태스킹으로 이용할 수도 있다.

◆시장 안정화 '머지 않아'

삼성전자는 8K QLED 흥행에 대해 긍정적인 전망을 내놨다.

가장 중요한 근거로는 프리미엄 TV 시장 호조를 들었다. 전 세계적으로 프리미엄 시장이 기대 이상으로 성장하고 있다며, 머지 않아 8K가 프리미엄 시장 10% 이상을 점유할 것으로 예상했다.

대형 TV 인기도 8K TV 시장을 확대할 요인으로 분석했다. TV가 커질 수록 높은 해상도를 필요로 하는 만큼, 8K도 TV 대형화와 발맞춰 성장할 것으로 내다봤다.

4K 시장 급성장도 8K TV 성장 가능성을 짐작해볼 사료로 들었다. 4K TV를 출시한지 4년여밖에 지나지 않았지만, 글로벌 점유율이 50%에 육박한다는 것이다. 삼성전자는 소비자들이 높은 해상도를 선호하는 경향을 유추했다며 이같이 설명했다.

콘텐츠 부재도 곧 해결될 것으로 전망했다. 최근 들어 콘텐츠 공급사 경쟁이 심해지면서 4K 콘텐츠 제작이 이어졌던 것과 같이, 8K 영상에서도 경쟁이 심화될 것으로 예측했다.

8K 대중화를 암시하기도 했다. 이번에 선보인 8K QLED는 65인치, 72인치, 82인치, 85인치 등 대형 제품에 국한했다. 삼성전자는 고민하고 있다며 긍정적인 반응을 보였다.

한종희 삼성전자 영상디스플레이사업부 사장은 "TV 시장의 초대형화가 빠르게 진행됨에 따라 이를 뒷받침해 줄 해상도와 화질 기술이 중요해졌다"며 "QLED 8K를 통해 올해를 8K 시장의 원년으로 삼아 프리미엄 TV시장에서 새로운 비전을 제시하겠다"고 말했다.

/김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr

LG전자 전국 주요매장서 'LG 오브제' 판매

LG전자 오브제가 소비자들을 찾았다. LG전자는 7일 전국 주요매장에 오브제를 전시하고 판매를 시작한다고 밝혔다.

LG 오브제란 LG전자의 새로운 프리미엄 브랜드다. 가구와 가전을 결합해 공간 활용도를 높이고, 공간 연출 효율을 극대화한 것을 특징으로 한다.

제품 라인업은 TV와 오디오, 공기청정기와 냉장고 4종이다. 전량 주문 제작으로 판매되며, 매장에서는 오브제 디자인과 성능을 소개하고 주문을 받고 있다.

LG전자는 오브제 출시를 기념해 이탈리아 생활용품 디자인 회사인 '알레시'가 만든 명품 와인 오픈너 증정 프로모션



LG전자는 7일 전국 매장에 오브제를 전시한다고 밝혔다.

/LG전자

을 진행한다. 오브제를 디자인한 '스테파노 지오반노니'가 소속된 회사다.

또 오브제 TV 구매 고객에는 30만원 모바일 상품권, LG 오브제 제품을 2대 이상 구입하는 고객에는 냉장고와 가습 공기청정기, 오디오 각 10만원 모바일 상품권을 추가로 선물한다.

/김재용 기자

끊이지 않는 LG전자 OLED TV '번인논란'

빠른 조치에도 효과 미미... 소비자도 외면

줄줄이 번인사례에 화질 논란까지
"해결 못하면 시장 하락세 면치 못해"

LG전자가 OLED TV 번인(고정된 화면을 장시간 켜놓을 경우 화면이 바뀌어도 해당 이미지가 사라지지 않고 화면 상에 남아 있는 현상) 논란을 좀처럼 씻어내지 못하고 있다.

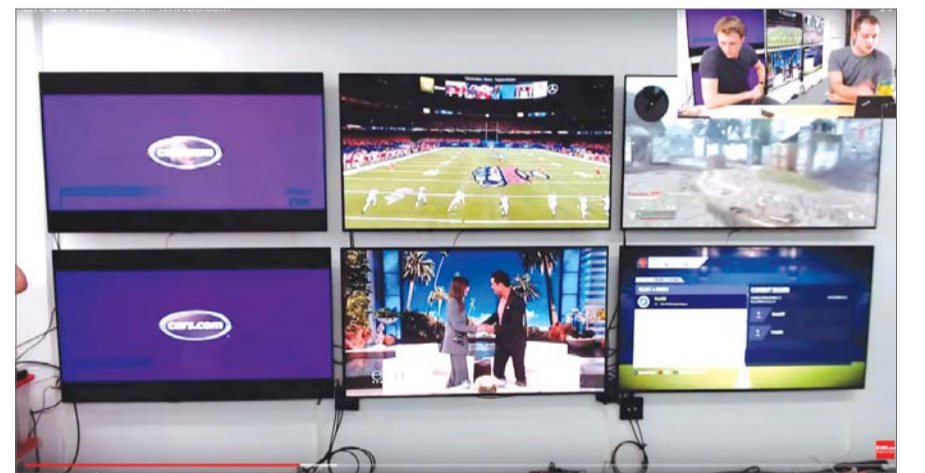
번인 사례가 꾸준히 보고 되는데다가, 화질 논란까지 겹치면서 점유율도 떨어지는 모습이다.

6일 시장조사업체 NPD에 따르면 LG전자는 지난 8월 미국 평면 패널 TV 시장에서 15.2% 점유율을 차지하는데 그쳤다. 삼성전자(34.3%)의 절반 수준에 불과한 성적이다. 오히려 비지오(11.4%)와 소니(10.8%)에 빠르게 추격당하고 있다.

아직 발표가 나오지는 않았지만, 9월에는 LG전자 등 OLED TV전체 판매량이 삼성전자 QLED TV 보다 적다는 추정도 기정사실화된 상태다.

프리미엄 TV 시장에서는 더 심각하다. 2500달러 이상 TV 시장에서 LG전자는 9월 셋째주 기준 20.5% 점유율에 머물렀다. 삼성전자(55.9%)뿐 아니라 소니(23.1%)보다도 뒤쳐졌다. 75인치 이상 대형 TV 시장에서는 9.6%로 삼성(68.7%)과 소니(16.7%) 등 경쟁 업체에 크게 밀려난 모습을 보였다.

업계 관계자들은 LG전자 OLED TV가 여전히 번인 현상을 일으키고 있는데 따른 소비자 신뢰도 하락을 원인으로 보고 있다. 실제로 캐나다 IT리뷰 매체 알팅스(Rtings)는 최근 유튜브 라이브 방송을 통해 LG OLED TV 번인 현상을 공개한 바 있다. 6대에서 TV 방송을 4000시간 재생한 결과 3대에서 번인 현상을 일으켰던 것이다. 앞서 알팅스는 지난 1월에도 LG OLED TV를 테스트한 결과 4주만에 번인을 일으켰다고 확인하기도 했다.



알팅스가 유튜브로 생중계한 LG전자 번인 테스트.

/유튜브 캡처

지난 7월 미국에서 열린 디스플레이 전문학회에서도 전시된 LG OLED TV가 번인을 나타냈다.

LG OLED TV 번인 논란이 어제 오늘 일만은 아니다. 2015년 LG전자가 OLED 홍보를 위해 N서울타워에 설치한 LG OLED터널에서 번인이 생긴 이후, 각지에서 꾸준히 보고돼왔다.

인천공항 제2여객터미널에 설치됐던 OLED TV는 번인 현상에 따라 LCD 제품으로 교체되기도 했다. <본지 5월 30일자 4면 참조>

화질 문제도 불거지는 모양새다. 최근 미국 심의기구인 전국광고부(NAD)가 '완벽한 블랙'과 '무한대비' 문구를 삽입한 LG OLED TV 광고를 중단하라고 권고하면서다.

LG OLED TV가 제품 결합인 번인뿐 아니라 색표현 능력에도 심각한 문제를 안고 있다는 의미다.

LG전자는 번인현상을 해결하기 위해 펌웨어를 업데이트하고, 잔상 관리 알고리즘을 도입하면서 번인 현상 억제에 나섰다.

그러나 업계에서는 이번 조치가 화면 밝기 출력을 민첩하게 변경했을 뿐, 실제 효과는 미미하다고 평가하고 있다.

한 업계 관계자는 "TV가 더 커지고 고품질 영상 수요도 늘어나는 추세다. OLED 번인과 화질 논란은 더욱 가중될 것"이라며 "OLED TV가 번인 현상을 해결하지 못한다면 프리미엄뿐 아니라 TV 시장에서도 하락세를 면치 어려울 것"이라고 예상했다.

/김재용 기자

"소비자·신기술·임직원, 혁신의 시작"

삼성전자 '테크포럼 2018'

"삼성전자는 매일 특정하기 어려운 수백만의 소비자와의 만남, 빠르게 변화하는 신기술과의 만남, 다양한 개성을 가진 임직원과의 만남 등 세 가지 낯선 만남에 직면하고 있다.

삼성전자 김현석 CE(소비자가전) 부문 사장이 6일(현지시간) 미국 실리콘밸리에서 열린 '테크포럼 2018' 기조 연설에서 "삼성전자는 이런 낯선 만남들을 새롭고 재미있는 혁신의 시작으로 만들겠다"고 강조했다.

이어 "지속적으로 새로운 소비자들의 성향과 가치를 연구해 이해하고, 이를 제품에 반영하고 있다"며 "앞으로도 삼성전자의 강점인 매년 판매되는 약 5억 대의 기기로 소비자들과의 접점을 생활공간 곳곳으로 더 확장하고 라이프스타일에 혁신을 가져오겠다"고 덧붙였다.

또한 김 사장은 "변화를 지속하는 가운데 다양한 글로벌 인재들이 조화롭게 일하고, 창의적 아이디어가 있으면 누구나



6일(현지시간) 미국 실리콘밸리 마운티뷰에 위치한 삼성 리서치 아메리카에서 열린 '테크포럼 2018'에서 김현석 삼성전자 CE부문 사장이 현지 우수 인재들을 대상으로 새로운 가치의 시작점인 '만남'을 주제로 기조 연설을 하고 있다. /삼성전자

도전하는 조직 문화를 더욱 발전시키겠다"고 강조했다.

올해로 2회째를 맞는 테크포럼 2018은 우수 인재들과의 교류를 위해 삼성전자가 개최하는 행사로 IT 업계의 미래 혁신 기술에 대해 논의하는 자리다.

/구서윤 기자 yuni2514@