

# “OLED가 대세... 내년까지 매출 비중 절반 넘길 것”

LG디스플레이, 사업방향 제시  
대형 OLED 확대·P-OLED 강화  
차별화된 車제품 ‘新시장’ 발굴



7일(현지시간) 한상범 LG디스플레이 부회장이 미국 라스베이거스에서 기자간담회를 열고 질문에 응하고 있다. /LG디스플레이

LG디스플레이가 2019년 ‘OLED 대세화’를 선포하며 OLED 사업육성 방향을 제시했다.

7일(현지시간) LG디스플레이는 미국 라스베이거스 컨벤션 센터에서 강인병 CEO 부사장과 송영권 전략·마케팅그룹장 전무 등 주요 임원이 참석한 가운데 기자간담회를 열고 사업 전략을 발표했다.

이날 간담회에서 한상범 부회장은 “지난해 글로벌 경쟁심화에 따른 공급과잉과 막대한 투자 등으로 많은 어려움이 있었지만 대형 OLED 사업이 흑자전환됐고 고부가가치 제품 중심으로 안정적인

수익을 내어 하반기에는 많이 회복할 수 있었다”며 “올해도 LG디스플레이는 OLED 중심으로 투자해 OLED대세화를 앞당기는 한편, 상업용과 자동차용 사업도 집중 육성해 2020년까지 OLED와 육성

사업의 매출 비중을 전체의 50% 이상 차지할 수 있게 만들 것”라고 포부를 밝혔다.

이를 위해 LG디스플레이는 대형 OLED 시장을 확대하고 중소형 P-OLED(Plastic OLED)사업의 근본적 사업 역량을 강화하는 한편 차별화된 상업용 및 자동차용 제품으로 새로운 시장을 발굴해 일 등 사업으로 육성시킨다는 방침이다.

올해 LG디스플레이는 TV용 제품 라인업을 기존 4K 해상도에서 8K까지 확대하고 휘도와 응답속도 등 성능을 더욱 강화해 경쟁력을 한층 높인다는 계획이다. 또 월페이퍼와 CSO(Crystal Sound OLED), 롤러블과 투명 디스플레이 등 차별화 제품도 확대해 시장을 확대한다.

LG디스플레이는 중국 광저우 8.5세대 OLED 패널 공장을 올해 상반기 중 완공하고 3분기부터 양산을 시작해 대형 OL

ED 생산량을 대폭 늘린다. 지난해 290만 대였던 판매량을 올해 400만대까지 확대하고 2021년에는 1000만대 이상을 달성한다는 방침이다.

LG디스플레이는 P-OLED를 통해 중소형 OLED 시장을 공략하고 있다. 올해는 전략 고객을 위한 핵심 기술 및 제품을 적기에 개발해 공급해 중소형 시장 점유율을 끌어올리는 것이 최대 과제다.

또 유리투입 기준 월 1만5000장 규모의 구미 6세대 공장 생산성을 향상시키고 파주의 신규 6세대 공장도 조기 안정화를 꾀해 P-OLED 생산량을 더욱 확대한다는 방침이다. 풀더블과 같은 미래 제품을 적기에 출시할 수 있도록 관련 기술과 인프라를 착실하게 준비해 나갈 예정이다.

급성장하고 있는 상업용과 자동차용 사업도 일등으로 육성한다. 상업용 시장은 98, 86인치 등 초대형 제품과 LG디스

플레이 고유의 터치기술인 인터치가 적용된 제품, 테두리(베젤)가 0.44mm에 불과한 제품, 투명, 게임용 등 차별화 제품으로 공략해 나갈 계획이다.

자동차용은 LTPS 기반의 고해상도 LCD와 P-OLED로 8인치 이상 대화면과 고해상도 제품을 중심으로 사업을 추진한다. 사업 확대에 필요한 생산 인프라를 적기에 준비하고 원가 경쟁력도 더욱 강화해 급성장하고 있는 자동차용 시장에서 일등을 달성한다는 방침이다.

한상범 부회장은 “올해로서 지난 2017년부터 시작한 미래준비를 위한 투자가 어느 정도 마무리될 예정”이라며 “반드시 OLED 대세화를 성공시켜 LG디스플레이는 물론 우리나라가 OLED로 다시 한번 글로벌 디스플레이 시장을 선도해 나갈 수 있도록 만들겠다”고 말했다.

/김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.kr



LG전자 CTO(최고기술책임자) 박일평 사장이 현지시간 7일 미국 라스베이거스에서 위치한 파크MGM호텔에서 ‘고객의 더 나은 삶을 위한 인공지능’을 주제로 ‘CES 2019’ 개막 기조연설을 진행했다. /LG전자

## “LG 인공지능의 비전, 고객의 더 나은 삶”

박일평 LG전자 사장 CES 기조연설

“LG전자의 비전은 단순히 인공지능 기술을 탑재한 제품을 만드는 것이 아니라 고객의 더 나은 삶을 도와주는 ‘라이프스타일 혁신가’가 되는 것입니다.”

LG전자 CTO(최고기술책임자) 박일평 사장이 현지시간 7일 미국 라스베이거스에서 ‘고객의 더 나은 삶을 위한 인공지능’을 주제로 ‘CES 2019’ 개막 기조연설을 진행했다.

기조연설에는 국내외 기자, 업계관계자, CES 관람객 등 3000여 명이 참석했다.

박 사장은 이 자리에서 “고객을 먼저 생각하는 LG 씽큐를 통해 인공지능의 비전을 보여줄 것”이라고 강조했다.

2017년 처음 공개된 ‘LG 씽큐’는 LG전자의 인공지능 브랜드다. LG전자는 최근까지 에어컨, 세탁기, TV, 휴대폰, 로봇청소기 등에 인공지능 기술을 적용하

며 고객들의 삶의 질을 높이고 있다.

박일평 사장은 LG 씽큐가 추구하는 3가지 인공지능 지향점인 ▲맞춤형 진화 ▲폭넓은 접점 ▲개방을 바탕으로 미래의 인공지능 기술을 선보이며 고객의 삶의 모든 영역에서 누릴 수 있는 인공지능 경험을 제시했다.

그는 “인공지능은 고객의 명령을 인식하는 수준을 넘어 고객의 의도와 요구를 이해해야 한다”며 “단순히 질문에 대답하는 것이 아니라 고객이 말하지 않은 것조차 읽어내 최적의 솔루션을 제공해야 한다”고 강조했다.

자동차에 대한 정의도 새롭게 했다. 박 사장은 “앞으로 다가올 자율주행 시대에 LG전자는 자동차의 정의를 교통수단에서 모바일 공간으로 근본적으로 바꾸고 확장시킬 것”이라며 “이를 통해 자동차 안은 회의실, 극장, 쇼핑몰로 바뀔 수 있다”고 말했다. /라스베이거스(미국)=구세훈 기자 yuni2514@

## “네이버, 사람 위한 경영으로 구글과 승부”

한성숙 대표 ‘한 판 승부’ 예고  
보상제도 정비·보완 등 방안 마련

한성숙 네이버 대표가 구글과 ‘한 판 승부’를 예고했다. ‘사람’을 무기로 들면서, 좋은 환경 조성을 약속했다.

8일 업계에 따르면 한 대표는 7일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 기자간담회에서 글로벌 기업들과 어떻게 경쟁할 것이냐는 질문에 “구글·페이스북과 싸울 수밖에 없는 상황”이라고 답했다.

한 대표는 경쟁 방안으로 ‘사람’을 들었다. 네이버 DNA가 사람과 밀고 가는 것 같으며, 사람에 얼마나 지원을 할 수 있느냐가 중요하다고 강조했다.

이어서 한 대표는 지난 20년간 네이버가 남들과 다른 방식으로 성공해왔으며,



한성숙 네이버 대표가 기자간담회에서 인사를 전하고 있다. /네이버

지역마다 가장 맞는 방식을 찾아내는 등으로 경쟁력을 키우겠다고 공언했다.

한 대표는 “(네이버) DNA를 믿고 갈 수 밖에 없다. 구글 이길 수 있겠다고 할 수 있는 상황이 아니고 그게 현실이다”며

“네이버의 새로운 접근방식, 하기 어려운 결정들로 매년 해왔다는 것을 믿고 가야 한다고 생각한다”고 말했다.

네이버 인력들이 빠져나가지 않게 하는 대책으로는 하고 싶은 사람을 잘 찾아내는 일이 가장 중요하다고 봤다. 도전적인 과제를 수행할 수 있는 분위기를 만드는 것이 중요하며, 최근 보상 제도를 정비하고 보완하는 방안을 마련하고 있다고 덧붙였다.

그 밖에 한 대표는 위치 및 이동 통합 솔루션인 xdm 플랫폼을 강점이라고 소개하는 등 로봇 기술 경쟁력에서 자신감을 드러내기도 했다.

한 대표는 “지금의 투자가 나중에 큰 성과로 돌아올 수 있기 때문에 투자를 하는 것”이라며 “당장 가시적인 성과가 보이지 않더라도 나중에 리턴되어 돌아온다고 믿는다”고 마무리했다. /김재용 기자 juk@

### SKT-美 싱클레어, 합작회사 설립

## 차세대 방송 솔루션 시장 진출

SK텔레콤은 미국 최대 규모의 지상파 방송사인 싱클레어 방송 그룹과 합작회사를 설립해 20조원대 미국 차세대 방송 솔루션 시장을 공략한다.

SK텔레콤은 옥수수(oksusu) 사업조직과 국내 지상파 3사의 통합법인 출범을 선언한데 이어 해외 방송사와 손잡고 차세대 방송 솔루션 시장에 진출하는 등 미디어 분야 사업을 본격적으로 확장한다는 계획이다.

SK텔레콤과 싱클레어는 7일(현지시간) 세계 최대 가전·IT전시회인 ‘CES 2019’가 열리는 미국 라스베이거스에서 합작회사(Joint Venture) 설립 관련 협약식을 맺었다고 8일 밝혔다.

양사는 합작회사에 각각 1650만 달러씩 총 3300만 달러를 투자해 공동 경영에 나선다. 합작회사는 1·4분기 내로 출범할 예정이다.

합작회사는 미국 방송 업계의 대전환기를 맞아 차세대 방송 시장 선전에 나선다. 미국 방송업계는 지난해 차세대 방송 표준 ATSC 3.0을 제정하고 기존 ATSC 1.0 대

비 진화한 방송 서비스를 준비하고 있다.

ATSC 3.0 방송 환경에서는 방송 주파수를 통해 여러 형태의 데이터를 전송할 수 있으며, 방송망과 통신망(LTE, 와이파이 등)의 이중 결합도 가능해진다. 이를 통해 미디어 사업자가 새로운 형태의 미디어 서비스를 제공할 수 있게 된다.

합작회사는 ATSC 3.0 방송 솔루션과 장비를 공동 개발해 올해 미국 내 최초 상용화를 목표로 하고 있다.

SK텔레콤과 싱클레어는 향후 10년 이내에 미국 전역의 1000여개 방송국들이 모두 ATSC 3.0 기반 솔루션, 장비를 앞다투어 도입할 것으로 예상하고 있다. 양사는 합작회사를 통해 미국 방송국에 선제적으로 솔루션을 공급한다는 계획이다.

ATSC 3.0 방송 솔루션이 상용화되면 개인 맞춤형 광고, 차량 내 지상파 방송 및 맵 업데이트 등 새로운 미디어 서비스가 등장한다. 방송 주파수도 사용자의 개인 IP를 인식할 수 있으므로, 미디어 사업자와 사용자의 스마트폰·차량·TV 간에 양방향 서비스가 이뤄지게 된다.



7일(미국 라스베이거스 현지 기준) 미국 라스베이거스 원호텔에서 박정호 SK텔레콤 사장(왼쪽), 크리스토퍼 리플리 싱클레어 방송 그룹 CEO가 SK텔레콤-싱클레어 간 합작회사 설립 관련 협약식에 참석해 기념사진을 찍고 있다. /SK텔레콤

이에 따라 미국 시청자들의 미디어 시청 환경도 크게 바뀔 전망이다. 스마트폰, 태블릿, TV 등에서 본인 취향에 맞는 광고와 주문형비디오(VOD)를 골라보는 한편, 달리는 차 안에서도 고품질의 지상파 방송을 보고 내비게이션 지도를 무선으로 업데이트할 수 있게 된다.

싱클레어는 2017년 기준 가구 단위 시청 점유율 40%를 차지하고 있으며, 미국 전역에 173개 TV 방송국과 514개 채널을 보유하고 있다. 합작회사가 ATSC 3.0 방송 솔루션을 싱클레어 방송 그룹의 방송국에만 공급해도 상당한 규모의 매출을 확보할 수 있을 것으로 예상된다.

/김민인 기자 silkni@

## 삼성SDI 배터리로 달리는 ‘할리데이비슨’

4년 협업 ‘라이브와이어 모터사이클’

세계적인 모터사이클 회사인 할리데이비슨이 처음으로 출시하는 전기 모터사이클에 삼성SDI 배터리 팩을 탑재한다.

8일(현지시간) 할리데이비슨은 ‘CES 2019’에서 자사의 첫 전기 모터사이클인 ‘라이브와이어(LiveWire)’ 오픈 행사를 진행한다. 세계적인 프리미엄 모터사이클 회사 할리데이비슨은 올해 삼성SDI와 손을 잡았다.

할리데이비슨의 첫 전기 모터사이클은



할리데이비슨의 라이브와이어. /삼성SDI

2014년 ‘프로젝트 라이브와이어’로 시작, 삼성SDI와의 4년여 협업 끝에 ‘라이브와이어 모터사이클’로 탄생했다. /김유진 기자