"AI·로봇·5G 등 선제 대응… 전사적 체질변화 가속화"

LG전자 대표이사 CEO 조성진 부회장이 9일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 기자간담회를 열고 고객 가치 중심의 성장과 변화를 강조했다. /LG전자

LG전자

조성진 부회장 기자간담회

지난해 TV·가전 의미있는 성장
올해 수익성 기반 성장사업 주력
B2B·B2C 사업 자원 집중 재배치
초프리미엄 브랜드 지위 공고화

LG전자 대표이사인 조성진 부회장이 9일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 기자간담회를 갖고 "지난해 LG전자는 TV와 가전 주력사업에서 브랜드와 제품 경쟁력 부분에서 의미 있는 성장을 했고 건조기, 스타일러와 같은 육성사업에서는 긍정적인 성장을 보였다"며 "올해는 특히 수익성 기반의 성장사업에 주력할 것"이라고 말했다.

이어 조 부회장은 "LG전자는 인공지능, 로봇, 자율주행, 5G, 빅데이터로 연결되는 선제적인 미래를 준비할 것이며 이를 위해 성장과 변화를 통해 전사적인 체질 변화를 가속화하겠다"고 강조했다.

LG전자는 자동차부품, 상업용에어컨, 디지털사이니지, 빌트인 등 B2B 사업과 오븐, 청소기, 정수기, 에어케어 등 B2C 사업을 적극 육성하기 위해 전사 관점의 자원을 집중적으로 재배치하고 성장과 역량강화의 기틀을 마련할 계획이다.

또한 주력사업의 경우 상품기획과 R&D 효율성을 높이고 낭비되는 자원을 최소화해 추가적인 자원을 최대한 확보할 계획이다. 자원투입 효율화를 통해 확보된 자원을 육성사업에 투자해 성장에 가속도를 낸다는 전략이다.

LG전자는 프리미엄 브랜드를 강화하기 위해 브랜드를 체계화하고 지속적인 투자를 진행한다. 'LG 시그니처'는 초(超)프리미엄 브랜드로서의 지위를 확고히 할 계획이다.

미래 준비를 위해선 성장 가능성이 있는 영역에 인력, 자본, 시스템 등 자원을 집중 투입해 조기에 사업화를 추진한다.

인공지능 분야는 차별화된 인공지능 서비스를 제공하는 데 집중키로 했다. 특히, B2C 영역에서는 고객의 제품 사용 경험을 개선하는 데 중점을 두고, B2B 영역에서는 축적된 경험을 기반으로 제품과 서비스를 연계하는 솔루션을 제공할 계획이다.

조 부회장은 로봇 사업에 대해서 "가정용, 공공용, 산업용, 웨어러블, 엔터테인먼트용 등 5개의 분야로 나눠 사업을 진행하려고 한다"며 "로봇 사업은 공항 같은 곳에 설치한 레퍼런스 형태로 매출이 나오고 있지만, 로봇 사업의 전체적인 손익분기점 도달에는 2년 정도 걸릴 것 같다"고 말했다.

이를 위해 조 부회장은 미래 준비를 위해 도전하는 문화를 만들겠다고 강조했다.

빠르게 변하는 사업환경에 대처하기 위해 기존의 성공 방식, 관행적으로 해왔던 방식에서 벗어나야 한다는 것이다. 조 부회장은 이러한 다양한 시도가 수용될 수 있도록 CEO로서 구성원들과의 소통을 더욱 강화해 나갈 계획이다.

지속가능한 성장을 위해 미래 준비를 위한 R&D 투자와 역량 강화도 일관되게 추진한다. LG전자는 사업화 관점에서 R&D 기술을 철저히 검증해 사업화 성공률을 높이고 검증된 기술은 의미 있는 규모의 투자를 통해 조기에 역량을 확보할 계획이다.

LG전자는 글로벌 전문가, 국내외 대학 등 외부와의 전략적 협업 등 오픈 이노베이션을 통한 역량 강화에도 적극 나선다. 인공지능 원천기술을 확보하기 위해 지난해 캐나다에 토론토 인공지능 연구소를 설립한 데 이어, 지난해 말 조직개편에서 미국, 캐나다 등 북미 지역에 있는 연구조직을 통합, 재편해 '북미R&D센터'를 신설했다.

LG전자는 계열사와의 시너지도 강화한다. 계열사의 핵심부품을 활용한 미래제품을 준비하고 이를 통해 시장을 선도해 갈 계획이다. /라스베이거스(미국)=구서윤 기자

yuni2514@metroseoul.co.kr

실시간 비디오제작부터 향수제조까지… AI기반 기술 자랑

SAMSUNG 삼성전자

CES서 만난 삼성 C랩 과제들

티스플레이, 미디오 등 8개 전시
8개 독립기업은 독자부스 꾸려

미디오 관계자들(왼쪽)과 퍼퓸블렌더 관계자들이 라스베이거스에 위치한 샌즈 엑스포 C랩 전시관에서 제품을 알리고 있다. /삼성전자

삼성전자의 C랩 과제와 C랩 스핀오프(분사) 기업들이 미국 라스베이거스에서 8일(현지시간)부터 11일까지 열리는 CES 2019에 참가해 기술을 알렸다.

삼성전자는 라스베이거스에 위치한 샌즈 엑스포에 C랩 전시관을 마련하고, 인공지능(AI) 기반의 C랩 과제 8개를 전시했다. 이와 별개로 C랩 과제에서 스타트업으로 독립한 8개 기업은 샌즈 엑스포와 LVCC(라스베이거스 컨벤션센터)에 독자적으로 부스를 꾸렸다.

C랩은 삼성전자가 창의적 조직문화 확산을 위해 2012년 말 도입한 사내 벤처 프로그램이다. 우수 과제는 스핀오프(분사)를 통한 창업을 지원함으로써 도전과 혁신의 문화를 확산하고 있다.

CES에서 첫 선을 보이는 C랩 과제들은 모두 AI 기반이다.

◆개인 방송 크리에이터를 위한 가상광고 서비스 '티스플레이'

티스플레이는 개인 방송 크리에이터의 의상에 가상 광고를 송출하는 서비스다. AI 기술이 적용된 컴퓨터비전과 그래픽스 기술을 이용해 크리에이터의 의상 표면을 인식하고 실제 의상 표면에 광고가 인쇄된 것처럼 자연스럽게 광고를 삽입한다. 시청자는 영상 앞뒤나 중간에 삽입되는 광고의 방해 없이 영상을 즐길 수 있다는 장점이 있다.

◆영상 촬영과 동시에 편집 '미디오'

미디오는 '찍는 즉시 편집된다'는 콘셉트로 영상촬영과 편집을 동시에 제공하는 실시간 비디오 제작 서비스다. 영상 분석을 통해 어울리는 음악과 영상 효과를 삽입해주거나, 실시간 방송 시 화자의 발화 내용을 분석해 저장된 영상 중 관련 영상을 촬영 중간에 추가해주기도 한다. 미리 찍어 저장해 둔 동영상 인식을 통해 영상의 핵심 장면만 모은 전문가 수준의 자동 영상 편집 서비스도 제공한다.

◆개인 맞춤형 향수 제조 솔루션 '퍼퓸블렌더'

퍼퓸블렌더는 사용자가 좋아하는 향을 데이터에 근거해 찾아줘 직접 제조하도록 하고, 제조과정을 공유할 수 있도록 하는 서비스다. 사용자가 좋아하는 향수를 스마트폰 카메라로 촬영하면 인공지능이 선호하는 향료들을 분석해 사용자가 좋아할 만한 향을 추천해준다. 사용자는 추천해주는 방법을 그대로 사용하거나 원하는 비율로 조정한 후 전용 디바이스를 통해 향수를 추출해 사용할 수 있다.

한편 C랩에서 독립한 8개 스타트업은 ▲안경없이 3D 콘텐츠를 볼 수 있는 3D 영상 솔루션 '모픽' ▲ 일인칭 시점 넥밴드 타입 웨어러블 360도 카메라 '링크플로우' ▲ 얼굴 피부를 분석하고 관리해 주는 인공지능 솔루션 '룰루랩' ▲건강관리를 위한 스마트벨트 '웰트' ▲ 동영상 배경음악 작곡 서비스 '클램컴퍼니' ▲스마트 베이비 모니터 '모닛' ▲헬멧 사용자를 위한 스마트 커뮤니케이션 기기 '아날로그플러스' ▲ 휴대용 미니 공기청정기 '블루필' 등이다.

올해는 C랩 출신 스핀오프 기업 3곳이 CES 혁신상을 수상하며 그 기술력을 인정 받았다. 링크플로우는 디지털이미징·포토그래피 부문에서 웨어러블 카메라 '핏360'으로 지난해 혁신상을 수상한데 이어, 올해는 '핏360 커넥트'로 혁신상을 수상해 2년 연속 수상의 영예를 안았다. /라스베이거스(미국)=구서윤기자

SK이노베이션, 현장서 임원 전략회의

김준 사장 "BM 혁신 속도 높여라"

〈비즈니스 모델〉

글로벌 기술혁신 속도 실감
미래차 기술 배터리가 핵심

(왼쪽부터)김준 SK이노베이션 총괄사장과 노재석 소재사업 대표, 이장원 배터리 연구소장이 'CES 2019'에 설치된 회의실에서 전략회의를 주재하고 있다. /SK이노베이션

올해 CES에 첫 참가한 SK이노베이션이 CES 현장에서 임원 전략회의를 열고 BM(Business Model) 혁신 가속화를 통해 SK이노베이션을 '이노베이션(Innovation)'해 나가자고 결의했다.

SK이노베이션은 CES현장에서 김준 사장과 윤예선 배터리 사업 대표 및 각 사업의 전략 담당 임원들이 전시기간 동안 전략 회의를 열고 기술혁신 속도가 훨씬 빠르다는 것을 실감했다며 BM 혁신의 속도를 높이기로 했다고 10일 밝혔다.

자리를 주관한 김준 사장은 "글로벌 경영 전쟁 현장서 이길 방법을 빨리 찾아야 한다"며 "CES를 통해 확인한 혁신의 속도를 능가하는 BM혁신으로 성장해 나갈 것"을 당부했다.

지난해 SK이노베이션은 석유, 화학 등 기존사업의 경쟁력 강화와 배터리, 소재사업 등 신규사업에서 진전을 이뤘다. 이 시점에서 더 높이 도약하기 위한 새로운 목표와 과제를 제시한 것이라고 SK측은 설명했다.

임원 전략 회의에서는 CES 2019를 가득 채운 신기술을 새로운 기업 경영 트렌드에 어떻게 반영할지에 대한 토론이 이어졌다.

김 사장은 "앞으로는 '글로벌 성장', '환경 이니셔티브(Initiative)', '기술 리더십'을 주요 방향으로 BM혁신을 더욱 가속화해야 한다"며 "글로벌 일류기업이 되기 위해서는 수익구조뿐 아니라 모든 영역에서 일류여야 하며 이중 특히 중요한 세 가지 BM혁신 방향을 SK이노베이션이 가진 핵심 자산으로 키울 것"이라고 말했다.

이어 "CES에 나온 모든 모빌리티 관련 기술과 트렌드가 가능하기 위해선 배터리가 가장 핵심적으로 필요하다는 것을 확인할 수 있었다"며 "우리가 생산하는 배터리가 들어간 자가용을 이용하는 고객들 관점에서 가치를 어떻게 새롭게 만들어 낼지에 대해 고민하는 것이 우리 모빌리티 관련 사업들이 지향해야 하는 방향"이라고 덧붙였다.

또 김 사장은 "이러한 노력이 BM 혁신이자 회사가 성장하는 과정이므로 올해 첫 참가를 시작으로 매년 CES 참가를 통해 새롭게 도전함으로써 혁신의 속도를 높이는 계기로 삼아가자"고 말했다.

SK이노베이션의 각 사업 자회사와 사업부문은 딥체인지 2.0 시행을 통해 기존 사업 경쟁력 강화와 배터리, 소재사업 중심의 글로벌 성장 전략을 추진해왔다. 올해는 지난해 추진한 사업들의 완성과 함께 성과를 본격적으로 창출하는 작업을 시작할 방침이다.

김 사장은 지난 2일 신년사를 통해 BM혁신을 위한 주요방향을 제시, 이번 전략회의에서 "딥체인지 2.0을 통한 BM혁신 가속화를 위해서는 충분한 검토와 신속한 의사결정, 그리고 빠른 실행이 중요하다"며 각 사업에서 주도적으로 공격적인 경영을 해줄 것을 당부했다.

/김유진 기자 ujin6326@