

‘TV 반세기’ 삼성, QLED 8K·‘더 월’로 초격차

삼성 QLED 8K 핵심기술 설명회

내년 미래형 디스플레이도 출시
‘차세대 표준’ 제시 위해 노력

삼성전자가 8K QLED TV 시대를 선포했다. 마이크로 LED로 미래 시장 개척 의지도 드러냈다. TV 시장 진출 50주년을 앞둔 상황에서 미래 50년을 주도할 전략에 관심이 집중된다.

삼성전자는 8일 수원 삼성디지털시티에서 ‘2019년형 삼성 QLED 8K 핵심 기술 설명회’를 열었다. 삼성 TV 50년 역사를 한 눈에 볼 수 있는 삼성이노베이션뮤지엄을 거쳐 8K QLED 디스플레이와 마이크로 LED ‘더 월’ 등을 소개하는 순서로 진행됐다.

◆삼성 TV 50년

이노베이션뮤지엄은 삼성전자 TV 역사를 한 눈에 볼 수 있게 꾸며져 있다. 시작은 1970년 산요와 합작해 개발한 흑백 TV ‘P-3202’다. 이듬해인 1971년 1월 29일 국내 최초로 해외 수출에 성공한 TV이기도 하다.

1979년에는 최초로 자체 개발한 ‘SW-T506L 마하’를 출시했다. 1981년에는 소비전력을 최대 44% 낮춘 컬러TV ‘이코노빅TV’로 국내 시장 1위로 도약하게 됐다.

삼성전자가 글로벌 TV 시장에 새 바람을 불어일으키기 시작한 것은 1995년이다. 숨어 있는 1인치를 추가로 표시해주는 ‘명품 플러스 원’을 출시하면서다. 세계 최초로 12.8:9라는 독특한 비율을 선보였다.

그리고 약 10년 후, 삼성전자는 2006년



1970년 삼성전자가 산요와 합작해 만든 첫 TV. /김재용 기자

글로벌 TV 시장 1위를 차지하는데 성공한다. 평면TV와 LCD TV 등 새로운 흐름에 빠르게 대처한 결과다. 와인잔을 형상화한 LCD 제품 ‘보르도 TV’가 결정적인 역할을 해냈다.

이후 삼성전자는 LED TV와 커브드 UHD TV, SUHD TV 등 시장 혁신을 주도하면서 글로벌 1위를 꾸준히 유지해왔다. 꾸준히 성장하는 75인치 이상 TV 시장에서는 지난해 삼성전자 점유율이 66%에 달할 정도였다.

◆OLED 추격, 8K QLED로 따돌린다

QLED는 삼성전자가 미래를 주도하기 위한 차세대 TV 제품이다. 초고해상도 디스플레이와 퀀텀닷 기술을 접목해 밝기와 명암비 표현을 극대화했다.

특히 QLED 8K TV는 점유율을 빠르게 높이는 OLED TV에 맞서 삼성전자의 왕관을 지켜주는 방패가 될 전망이다.

삼성전자는 올해 8K 제품이 올해 대체가 될 것으로 기대했다. 일본이 도쿄올림픽을 맞아 8K 콘텐츠 제작에 본격 나선 가운데, 미국 등 선진 시장에서 8K TV를



삼성전자 관계자가 QLED 8K TV와 경쟁 제품 차이를 직접 비교 설명하고 있다. /삼성전자



삼성전자가 ISE2019에 공개한 더월. 내년 하반기에 가정용으로도 출시할 예정이다. /삼성전자

향한 관심이 커지고 있기 때문이다. 내년 유튜브 8K 송출 시작과 더불어 개인방송도 8K가 대중화 될 것으로 내다봤다.

8K 패널 제작사가 많지 않은 상황이며 그 중에서도 QLED 반응이 긍정적이라는 설명이다. 75인치에서 95인치까지 다양한 크기로 제작된 데다, 2019년형에서는 선명도에서도 OLED를 앞섰다고 평가했다.

퀀텀 프로세서 8K도 핵심 요소로 꼽았다. 퀀텀 프로세서는 삼성전자 반도체 기

술을 이용한 기술로, 최적의 영상 변환 필터를 생성해준다. 인공지능 머신러닝으로 분석한 결과를 바탕으로 어떤 영상도 8K로 변환한다.

2019년형 제품에서는 시야각 문제도 해소했다. 시야각과 정면 보정용 이미지를 혼합하는 ‘워드 렌더링 비디오 프로세싱’을 통해서다. 삼성전자는 암실에서 QLED 8K TV와 다른 제품을 직접 비교 시연하면서 성능 우수성을 증명하기도 했다.

QLED 8K TV는 12월 유럽에서 열리는 ‘삼성포럼’을 시작으로 QLED 8K 공개 및 판매를 시작한다는 방침이다. 올해 프리미엄 마켓에서 두자릿수 점유율을 목표로 설정했다.

◆초격차, 마이크로 LED로

아울러 삼성전자는 한 발 앞선 미래형 디스플레이도 내년 말에 선보일 예정이다. 바로 마이크로 LED 디스플레이다.

마이크로 LED 디스플레이는 LED소자를 미세하게 만들어 픽셀로 활용하는 제품이다. 삼성전자에서는 ‘더 월’이라는 이름으로 CES 등에 소개한 바 있다.

더 월은 베젤이 없었던 아니라 필요에 따라 해상도와 형태, 크기 등을 자유롭게 결정할 수 있다는 장점이 있다. 제작사가 만든 TV를 소비하는 것에서 벗어나, 각자 주거 환경에 맞게 주문 제작할 수 있다는 얘기다.

우선 삼성전자는 작년 말부터 더 월을 상업용으로 판매 중이다. 공급이 수요를 충족하지 못하고 있다는 설명이다.

일반 가정용은 내년 하반기 출시를 예상했다. 현재 기술로 8K 해상도를 재현하려면 75인치 이상 크기가 필수적인 상황, TV 대형화가 빠르게 진행 중인 만큼 80~90인치 시장에서 QLED와 마이크로 LED가 격전을 벌일 것으로 삼성전자는 내다봤다.

삼성전자영상디스플레이사업부한종희 사장은 “삼성전자는 업계 리더로서 늘 새로운 기술을 주도하고 차세대 표준을 제시하기 위해 노력하고 있다”며 “향후에도 8K TV 시장을 선도하고 업계 생태계를 강화해 소비자들이 최고의 TV 시청 경험을 할 수 있도록 노력하겠다”고 말했다. /김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr



갤럭시 S8+. /삼성전자

모바일 시장, 신제품 앞두고 가격 인하 러시

휴대전화가 저렴해졌다. 출고가를 낮추거나 공시지원금을 올리면서 실 구매가가 크게 줄었다. 상반기 5G 등 신형 모델 출시를 앞두고 재고 처리 목적이라는 추측이 나온다.

10일 업계에 따르면 이통3사는 삼성전자 갤럭시 S9 출고가를 85만8000원으로 인하했다. 종전(95만7000원)보다 10.3% 저렴한 가격이다.

이는 신형 휴대폰 출시를 앞둔 재고 소진 전략이라는 분석이다. 삼성전자는 이번달 언팩 행사를 열고 갤럭시 S10을 공개하는데 이어, 3월 이후 출시를 계획하고 있다.

LG전자가 상반기 출시한 G7 씽큐도 공시지원금이 25% 요금 할인보다 많아졌

다. LG전자 역시 이달 ‘MWC2019’에 신형 폰을 공개하는데 이어, 3월 이후 5G 폰 출시도 예정하고 있다.

그 밖에 구형 모델들도 공시지원금 상향으로 저렴한 가격에 구매 가능하게 됐다. 갤럭시 S7 엣지 32GB·64GB을 KT ‘LTE 데이터 선택 49.3’ 요금제로 구매할 경우 출고가(75만5700원)에 가까운 60만원대 후반을 지원받을 수 있다. 공시지원금의 최대 15%인 추가 지원금까지 받으면 무료 구매까지도 가능한 셈이다.

LG전자 G6 역시 비슷한 가격으로 구매가 가능한 상황이다. 출고가가 90만~100만원 정도인 갤럭시 S8+도 요금제별로 최대 70만원이 넘는 공시지원금을 받을 수 있다. /김재용 기자

LG전자, 인도 순례지에 정수기·세탁기 제공

쿰브 멜라, 1억5000만명 참가 예상
현지문화 이해·공감으로 소비자 공략

LG전자가 인도에 깨끗한 물과 세탁 서비스를 제공하면서 소비자 공략을 가속화했다.

LG전자는 지난 달 15일부터 오는 3월 4일까지 인도 북부에서 열리는 ‘쿰브 멜라’에 정수기 45대와 세탁기 12대를 설치했다고 10일 밝혔다.

쿰브멜라는 ‘주전자 축제’라는 힌디어로, 성스러운 강물에 목욕을 하고 죄를 정화하는 의식이다.

1억5000만명 이상이 참가할 것으로 예상되는 대규모 행사다. 2017년 유네스코 인류 무형유산에 등재되기도 했다.

LG전자는 지역내 미아보호소 15곳에 정수기를 3대씩 설치했다. 길을 잃은 어린이나 부모들에 물을 제공하기 위해서



LG전자는 인도 쿰브멜라에 정수기와 세탁기 등을 제공했다고 밝혔다. /LG전자

다. 임시 숙박시설에는 세탁기를 설치했다. 수많은 인파가 물리는 반면 세탁시설이 부족해 옷을 입은 채 강물에 들어간다는 사실에 착안했다.

미아 방지용 손목밴드도 10만개 제공했다. 어린 아이들뿐 아니라 노인들에게도 무료로 배포했다.

순례객을 위한 구명조끼 250개도 무상

대여해준다. LG전자 인도법인장 김기완 부사장은 “관광객과 순례객들에게 편의를 제공하면서 LG전자 정수기와 세탁기의 우수한 성능을 알리기 위해 이번 행사를 준비했다”며 “현지 문화에 대한 이해와 공감을 바탕으로 인도 소비자들의 마음을 사로잡을 것”이라고 말했다. /김재용 기자 juk@

기아차 광주공장 간부들 지리산 등반… “쏘울 성공신화 잇자”

기아자동차 광주공장 간부들이 지리산에 올라 3세대 쏘울의 글로벌 명차 신화를 이어가겠다고 다짐했다.

10일 기아차에 따르면 광주공장 박래석 공장장과 부사장, 현장관리자 100여명이 전날 전남 구례군 지리산 일원에서 ‘비

즈니스 목표 공감 결의대회’를 열었다.

기아차 광주공장 간부들은 솔봉 전망대를 거치는 트래킹 코스를 돌며 3세대 쏘울 부스터의 성공신화 유지, 공장 내실화 등을 다짐했다. 쏘울은 기아차 광주공장의 주력 생산 차종이다.

기아차는 쏘울 양산에 들어간 2008년 9월부터 지난해 말까지 광주공장에서만 171만2106대를 생산했다. 지난해 기준으로 전체 생산량 15만6716대 가운데 98.3%인 15만4134대를 북미 등으로 수출했다. /양성운 기자 ysw@