



삼성전자는 '메이크 포 인디아' 캠페인을 따른 현지형 가전을 선보였다. /삼성전자

삼성, 특화제품으로 인도 본격공략

포르투갈 '삼성포럼 2019'

서남아시아 지역 거래선 초청
뮤직TV·전자레인지 등 공개

삼성전자가 인도 현지 환경에 꼭 맞는 제품 출시하고 가전 시장 공략을 본격화한다.

삼성전자는 19일 포르투갈 포르투에서 열리고 있는 '삼성포럼 2019'에서 인도 지역 특화 제품을 선보였다. 서남아시아 지역 거래선들을 초청했다.

이번 제품은 자사 제품을 통해 인도 소비자 삶의 질을 높여주는 취지로 시작한 '메이크포인디아' 캠페인을 그대로 이어받았다.

'뮤직 TV'가 대표적이다. 여러 명이 음악을 같이 듣기를 즐기는 인도 소비자들

고려한 기능으로, 음악을 감상할 때 화면 전체를 오디오 UI로 바꿔준다. 음악 장르에 따라 모드와 배경화면을 설정할 수도 있다. 오는 4월 2018년형 스마트TV부터 적용된다.

'리모트 액세스' 기능은 PC 보급률이 낮다는 데 착안해 제품에 포함키로 했다. TV가 스마트폰과 태블릿 PC 등 근처에 있는 기기를 연결해 가상PC로 변신한다.

전자레인지도 인도 음식 250개를 이용할 수 있게 만들어졌다. 지난해부터는 현지에서 자주 먹는 향신료나 말린 과일을 만들어주는 '마살라&선드라이' 기능도 추가했다. 정전이 잦은 현지 전력 사정을 고려한 태양광 냉장고도 인도 소비자를 위한 삼성전자의 현지 모델이다.

/김재용 기자 juk@



LG전자, 자연주제 올레드 TV CF 공개

LG전자가 광활한 자연을 주제로한 새로운 올레드TV CF를 공개한다. LG전자는 22일 'LG 올레드 TV, 지구의 한 조각이 되다' CF를 온에어한다고 21일 밝혔다. 이번 광고는 지난 광고와 마찬가지로 자연 풍경을 활용해 올레드TV 성능을 보여준다. 50억년간 만들어진 지구와 대자연의 올레드TV로 담아낸다는 콘셉트다. 영상은 벨기에 탐험가인 시베 반히 시선을 따라 펼쳐진다. ▲아르헨티나 로스 글래시아레스 국립공원 ▲남아프리카공화국 케이프타운 ▲나미비아 샌드위치 허브 ▲중국 두산즈 계곡 등 잘 알려지지 않은 전세계 21개 지역을 촬영했다.

/LG전자

SK텔레콤, 티브로드 품는다

케이블TV 인수 추진 속도
최대주주 태광산업과 MOU

유료방송 점유율 23.8% '3위'
CMB 등 추가인수 가능성 거론

SK텔레콤이 케이블TV 사업자 티브로드 인수를 확정했다.

SK텔레콤은 자회사인 SK브로드밴드와 티브로드 간 합병을 추진하기 위해 티브로드의 최대 주주인 태광산업과 업무협약(MOU)을 체결했다고 21일 밝혔다.

회사는 "구체적인 계약 조건과 절차, 일정 등에 대해서는 향후 구체적인 내용이 결정되는 시점에 제공할 예정"이라고 공시했다.

SK텔레콤과 태광산업은 국내의 재무적 투자자를 대상으로 투자 유치에 나설 방침이다. 또 구체적인 거래 조건을 협의해 본 계약을 체결하고, 관련 기관 인허가가 완



박정호 SK텔레콤 사장.

료되면 통합법인을 출범할 계획이다.

티브로드는 지난해 6월 말 약 314만명의 유료방송 가입자를 가지고 있는 케이블 업계 2위 사업자다. 티브로드는 서울, 경기, 부산, 대구 등 전국 대도시를 중심으로 가입자를 확보하고 있으며 무차입법인으로 결실한 재무구조를 가지고 있

다. 동일 기준 SK브로드밴드 IPTV 가입자는 454만명으로, 가입자를 합산하면 약 760만명이 넘는 가입자를 확보하게 된다. LG유플러스가 CJ헬로를 인수하게 되면, 이들의 합산 가입자인 781만명을 바짝 따라잡을 수 있는 셈이다.

다만, SK텔레콤이 SK브로드밴드와 티브로드를 합병해도 유료방송 합산 시장 점유율은 23.8%에 그쳐 3위에 머무른다. 같은 기준으로 LG유플러스와 CJ헬로의 합산 점유율은 24.4%다. SK텔레콤의 현대HCN, CMB 등의 추가 인수 가능성이 업계에서 거론되는 이유다.

SK텔레콤 관계자는 "IPTV와 케이블TV는 국내 유료방송 시장 발전을 견인해 온 핵심 축"이라며 "IPTV와 케이블TV의 강점을 고도화하고, 두 매체간 상생발전의 앞장서 건강한 미디어 생태계를 조성할 것"이라고 밝혔다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

넥슨, 매각 초읽기... 넷마블 유력후보 부상

넷마블 인수뎀 '1위 초대형 게임사'

국내 최대 게임업체 넥슨의 새 주인 윤곽이 조만간 드러날 전망이다. 10조원이 넘을 것으로 전망되는 인수합병 규모, 게임 산업의 구조 변화 등에서 과장이 예상된다.

21일 게임업계에 따르면 넥슨 매각 주관사인 도이치증권은 이날 매각 예비입찰을 진행한다. 예비입찰은 본 입찰 전 입찰 참여 의사가 있는 업체를 판단하기 위해 입찰 필요조건을 충족시킨 희망자를 등록하는 과정을 말한다. 예비입찰에 참여한 인수 후보자를 상대로 예비 실사를 하고, 이 과정이 마무리되면 가격이나 인수 조건, 재무·사업 역량 등을 판단해 우선협상대상자가 선정된다.

넥슨 창업주인 김정주 NXC 대표는 자신과 부인 유정현 NXC 감사, 김 대표 개인회사인 와이즈키즈가 보유한 지분 전량(98.64%)을 매물로 내놓았다. NXC는 일본 상장법인 넥슨의 지주사로, 넥슨 지분 47.98%를 보유하고 있다. 매물로 나온 넥슨 지주회사 NXC의 넥슨 지분



김정주 NXC 대표.

47.98%에 대한 가치는 6조~7조원으로 평가된다. 업계는 넥슨이 상장된 일본 증시의 공개 매수 조항을 고려하면, 최대 13조원의 인수 자금이 필요할 것으로 예상하고 있다.

김 대표는 매각설 당시 "넥슨을 세계에서 더욱 경쟁력 있는 회사로 만드는데 뒷받침이 되는 여러 방안을 놓고 숙고 중에 있다"며 "방안이 구체적으로 정돈되는 대로 알려 드리겠다"고 공식입장을 내놓은 바 있다.

국내에서 인수 의사가 확실시 되는 곳은 넷마블이다. 업계에 따르면 넷마블은 국내 사모펀드인 MBK파트너스, 텐센트가 포함된 컨소시엄 형태로 인수에 참여할 것이 유력한 것으로 보인다.

넷마블이 넥슨을 인수하게 되면, 국내 1위 초대형 게임사가 탄생하게 된다. 문제는 해외자본이다. 인수 컨소시엄에 중국 텐센트 등이 포함되면, 텐센트가 우회적으로 자금을 지원해 인수전에 뛰어드는 모양새가 되기 때문이다. 다만 넷마블 측은 "예비입찰과 관련해 밝힐 수 있는 사안은 없다"고 말했다.

이에 앞서 카카오도 넥슨 인수를 검토하고 있다고 밝힌 바 있으나 한발 물러난 모양새다. 카카오 배재현 경영전략담당 부사장은 4분기 실적 컨퍼런스를 당시 "비용투자는 지난해 상당 부분 마무리됐다"고 말한 바 있다. 넥슨 인수 철학을 암시했다는 해석이 나오는 이유다.

넷마블, 카카오 외에 해외 전략적 투자자(SI)로 참여 가능성이 제기돼 넥슨을 둘러싼 경쟁자가 늘어날 가능성도 있다.

/김나인 기자

KT, 5G 경쟁력 강화... 광인프라 도입

고용량 데이터 안정적·고속 처리

KT는 5세대(5G) 이동통신 네트워크 구축 경쟁력 강화를 위해 '5G 광인프라'를 도입했다고 21일 밝혔다. KT가 새롭게 도입한 '5G 멀티플렉서'와 '25G 광모듈'이 핵심이다.

5G 네트워크 구축을 위해서는 5G 기지국에서 DU(디지털 유닛) 집중국사까지의 유선 전송망 구축이 필요하다. 이를 위해서는 새로운 광케이블을 설치하거나, 기존에 구축된 광케이블을 사용하기 위해 기존 망 구조를 변경해야 하는 어려움이 있었다.

KT가 도입한 5G MUX는 초고속인터넷, 3G, LTE, 5G 등의 서비스를 단일 회선으로 전송하고 수신할 수 있도록 광 신호를 결합하고 분리하는 장비다. 이 장비를 활용하면, 기존 망에 5G MUX를 붙여

추가적인 광케이블 설치 없이 설치된 인프라에 전원 플러그를 꽂는 '플러그인' 방식으로 5G 네트워크를 구축할 수 있다.

기존 광케이블을 활용하면서도 망 구조의 변경이 필요 없고, 광케이블이 깔려 있는 곳에는 장소에 구애 받지 않고 5G 구축이 가능하다는 장점이 있다고 회사 측은 설명했다.

아울러 하나의 광케이블상에서 여러개의 빛 파장을 동시에 전송하는 'LWDM 방식'의 이동통신용 25G 광모듈'을 개발하고 도입했다. 광모듈은 광인프라로의 연결을 위한 광전신호전환장치다. KT는 기존에 데이터센터용으로 사용되던 LWDM 방식의 광모듈을 '이동통신용 25G 광모듈'로 개발했다. LWDM방식의 25G 광모듈은 넓은 파장을 이용해 고용량의 데이터를 안정적이고 빠르게 처리할 수 있다.

/김나인 기자

LG U+, MWC서 5G B2B서비스 시연

스마트 팩토리·지능형 CCTV
자율주행 HD맵서비스 확인까지
글로벌 업체제휴·사업기회 모색

LG유플러스는 스페인 바르셀로나에서 25일(현지시간)부터 나흘간 열리는 '모바일월드콩그레스(MWC) 2019'에 참가해 5G 기반 전략 기업 간 거래(B2B) 서비스를 선보인다고 21일 밝혔다.

이번 MWC에서 소개하는 5G B2B 서비스는 ▲스마트 팩토리와 로봇 원격제어 ▲지능형CCTV ▲저지연영상전송 솔루션 ▲자율주행 HD 맵 등이다.

LG유플러스는 스페인 바르셀로나와 한국 평택 생산 공장을 실시간으로 연결하는 5G 스마트 팩토리 원격제어 서비스를 시연한다.

물류로봇에 설치된 카메라를 통해 주



직원들이 스마트팩토리 시연을 보이고 있다.

/LG유플러스

행 영상은 실시간으로 MWC 현지 전시관 내 스크린에 전송된다. 또 각종 센서로 작업환경을 감지, 원격으로 공장 내 온도, 습도, 가스 등의 상태 모니터링 후스페인 현지에 이상 알림을 보낸다.

지능형CCTV에는 인공지능(AI) 분석 기술이 적용돼 MWC 현지 직원의 안전도

착용 여부를 즉각 검출해 스크린에 감지 영상을 송출한다. 추가로 설치된 지능형 CCTV는 LG 5G 전시관 내 방문자의 체류시간을 측정해 히트 맵으로 작성, 영상으로 표시한다. 관람객이 전시관에서 관심을 가지고 오래 머무는 구역이 어디인지 파악할 수 있다.

저지연 영상전송 솔루션은 부스에 설치된 카메라로 전송되는 영상과 음성을 솔루션이 적용된 경우와 미적용된 경우로 구분해 화면에 노출, 속도 차이를 비교할 수 있도록 했다.

아울러 B2B 부스를 찾은 관람객은 벽면에 설치된 터치스크린을 통해 5G 초저지연 데이터 전송을 이용해 도로상 정보를 cm단위로 빠르고 정확하게 전달하는 자율주행 HD 맵 서비스 정보 확인이 가능하다.

LG유플러스는 이번 MWC에서 5G 기반 B2B 서비스의 글로벌 업체 제휴 및 사업 기회를 모색하고 발전 방향 논의할 전망이다.

/김나인 기자