



마이크로 LED로 ‘펴고’

올레드 롤러블로 ‘말고’



29일 오후 서울 중구 동대문디지털플라자(DDP)에서 열린 '한국 전자·IT산업 융합 전시회'에 참가한 삼성전자가 모듈러 TV '더 월(The Wall)'을 선보이고 있다. /손진영 기자 son@

“TV 어떻게 내놓래?”
폼팩터 경쟁에
소비자 웃는다

삼성전자 ‘더 월’

디스플레이로 벽면 완전히 덮어
가격대 낮춰 가정에도 보급 예정

LG전자 ‘롤러블 TV’

필요 따라 디스플레이 숨길수도
올레드 번인문제 일부 극복해내



8일부터 미국 라스베이거스에서 열리는 CES 2019 전시회에서 모델들이 세계 최초 롤러블 TV 'LG 시그니처 올레드 TV R'을 소개하고 있다. /LG전자

공간 활용 방법이 가전업계 화두로 떠오른 가운데, 삼성전자와 LG전자가 서로 다른 해답으로 시장을 더욱 풍성하게 만들고 있다. 이에 따라 더 커진 TV를 어떻게 돌지에 대해 소비자들과 고민도 깊어졌다.

1일 업계에 따르면 지난 해 글로벌 프리미엄 TV 시장은 삼성전자의 QLED(QLED)와 LG전자 등의 올레드(OLED)가 사실상 양분한 상황이다.

당초 QLED TV가 압도적인 우위를 점했지만, 올레드 TV 가격이 크게 떨어지면서 판매량이 대폭 늘었다. 번인(Burn-in) 문제가 적잖이 해소된 점도 한 몫했다.

앞으로는 삼성전자와 LG전자간 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다. TV 폼팩터 경쟁이 올해부터 본격화할 예정이기 때문이다.

포문은 LG전자가 쏘아올렸다. 지난 'CES 2019'에서 공개한 롤러블 TV를 시장에 내놓을 예정이다. 가격은 아직 미정이지만, 4000만~5000만원대로 예상된다.

삼성전자는 올해말이나 내년 즈음 '더 월'로 TV 시장에 새로운 바람을 불어넣는다는 방침이다. 아직 비싼 가격 때문에 상업용으로만 판매 중이지만, 조만간 가격대를 낮춰 가정에도 보급한다는 방침이다.

두 제품 차이는 분명하다. 우선 디스플레이 소자를 보면, 더 월은 마이크로 LED이고 롤러블 TV는 올레드다. 활용 면에서는 완전히 정 반대다. 더 월은 이룸처럼 벽을 디스플레이로 덮는 제품이다. 반면 롤러블 TV는 디스플레이를 필요에 따라 숨길 수 있게 만들었다.

이처럼 다른 전략은 양사가 계속 커지는 TV를 공간에 어떻게 배치할지에 대한 인식 차이로 구분됐다. 삼성전자는 모든 벽을 디스플레이로 채우겠다는 목표인 반면, LG전자는 경우에 따라 소비자에 공간을 돌려주겠다는 생각이다.

주력 디스플레이 기술 차이도 전략에 영향을 줬을 것이라는 평가다. 삼성전자는 일찌감치 번인과 수명 등 문제로 대형 올레드 디스플레이를 포기한 바 있다. 그 대신, 무기물을 이용한 QLED와 마이크로 LED를 중심으로 개발을 이어왔다. LG전자는 올레드를 이어오면서 소프트웨어적으로 번인 문제를 일부 극복해냈다.

승부는 한참 뒤에서나 확인할 수 있을 전망이다. 아직 신형 TV가 출시되지 않은 상황이라 소비자 반응을 짐작키 어려워하다. 가격이 아직 지나치게 비싸서 보급되는데까지도 오랜 시간이 걸릴 것으로 업계는 내다보고 있다.

다만, 소비자들 어떤 선택을 하더라도 양사 모두 별다른 피해는 없을 것으로 보인다. 더 월이 승리한다고 하면 올레드 디스플레이도 벽에 장착하게 만들 수 있고, 삼성전자도 번인 문제를 해결한 'QD-OLED'를 여전히 개발중이기 때문이다.

업계 관계자는 "양사가 완전히 다른 목표로 다양한 제품을 개발하면서 소비자 선택폭도 넓어졌다"며 "어떤 TV가 미래 거실을 점령할지 알 수 없지만 더 월은 영화 마니아에, 롤러블 TV는 자녀가 있는 가정 등 다양하게 쓰일 제품"이라고 평가했다.

/김재웅 기자 juk@metroseoul.co.kr

더 슬림해진 삼성 무풍에어컨 ‘갤러리’

삼성전자 무풍에어컨이 더 작아진다. 삼성전자는 1일 무풍에어컨 ‘갤러리’ 신제품을 출시한다고 밝혔다.

새 제품은 컴팩트한 외관을 특징으로 한다. 폭을 77mm 줄였고, 높이와 깊이도 각각 80mm, 70mm까지 축소했다. 삼성전자는 더 작은 주거 공간을 위한 모델을 추가해달라는 고객 요구를 적극 반영했다고 출시 배경을 설명했다.

또 무풍에어컨 갤러리는 그 밖에도 ‘썬쿨레이터 급속냉방’과 ‘와이드 무풍냉방’, 공기정정기능과 뉴빅스비 등을 그대로 이어받았다.

냉방 면적은 56.9㎡·62.6㎡으로 캔버스 브라운과 캔버스 그레이 2가지 색상



을 선택할 수 있다. 출고가는 벽걸이형을 포함한 휴멀티 세트를 기준으로 335만~390만원이다. 단품 기준으로는 279만4000~329만4000원이다. /김재웅 기자 juk@

대기오염 배출량 50% 저감 현대제철, 대규모 설비 투자

현대제철이 2021년까지 대기오염물질 배출량을 현재 수준보다 50% 줄이는 것을 목표로 대규모 투자를 진행한다.

현대제철은 2018년 현재 2만3300톤 수준인 대기오염물질 배출량을 환경개선투자가 완료되는 2021년까지 1만1600톤 수준으로 줄이기로 하고, 이를 위해 대기오염 방지시설 개선 및 비산먼지 환경개선에 총 5300억 원을 투자한다고 1일 밝혔다.

현대제철은 제철소 건설 과정에서 밀폐형 원료저장소, 밀폐형 하역설비를

비롯해 집진기, 배수종말처리기 등에 약 1조8000억원을 투자했다. 이후 전로 집진기 설치 등 제철소 환경 보안을 위해 약 1500억원을 추가 투자했으며, 이번 투자까지 총 2조4700여억원을 환경에 투자하게 된다.

현대제철은 당진제철소내 총 24개소에 TMS를 운영해 황산화물(SOx), 질산화물(NOx), 먼지 등을 실시간 측정하고 있으며 집진설비 등에 대한 통합감시체제를 완벽히 상시적인 저감대책을 실시하고 있다. /양성운 기자 ysw@

LG화학, 조직개편... 첨단소재사업본부 신설

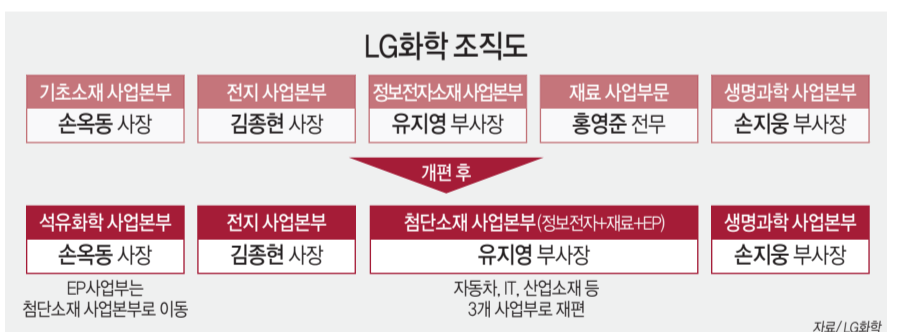
고객 차별화 맞춤 솔루션 제공 목표
제품-미래시장·고객... 관점 이동

LG화학이 기존 4개 사업본부, 1개 사업부문을 4개 사업본부 체제로 하는 조직개편을 단행했다.

1일 LG화학에 따르면 사업조직은 기존 기초소재, 전지, 정보전자소재, 생명과학사업본부 및 재료사업부에서 석유화학, 전지, 첨단소재, 생명과학사업본부로 개편됐다. 이번 조직개편의 핵심은 첨단소재사업본부의 신설이다.

첨단소재사업본부는 고기능 소재 분야에서 고객별로 차별화된 맞춤형 솔루션을 보다 빠르게 제공하기 위해 기존의 '정보전자소재사업본부' 및 '재료사업본부', 석유화학사업본부 내 'EP(엔지니어링 플라스틱)사업부'를 통합해 출범했다.

특히 고객 밀착 대응력을 높이고 사업 시너지 창출을 극대화해 초기 시장을 선점할 수 있도록, 기존의 '제품' 중심 조직을 '미래시장과 고객'의 관점에서 ▲자동차소재 ▲IT소재 ▲산업소재의 3개 사업부로 재편한 것이 특징이다. '자동차소재 사업부'는 EP사업을 중심으로 자동차 관련 고강도 경량화 소재 사업을 선도하고, 'IT소재 사업부'는 4차 산업혁명의 영향으로 급변하고 있는 디스플레이 소재 시장을 선점하는데 집중할 계획이다. '산업소재 사업부'는 고성장이 예상



LG화학 신학철 부회장.

지난해 연간 기준으로 약 4.7조원 수준이다.

한편 기초소재사업본부는 명확한 사업영역과 전략방향으로 성장을 추구하기 위해 석유화학사업본부로 명칭을 변경하고, 차별화된 기술력과 운영 역량을 바탕으로 기초원료에서부터 촉매, 최종 제품까지의 수직계열화를 더욱 강화할 방침이다.

현재 LG화학은 2조 6000억원을 투자해 여수공장에 납사분해시설(NCC) 80만톤 및 고부가 폴리올레핀(PO) 80만톤을 각각 증설하고 있다.

신학철 부회장은 "4차 산업혁명의 영향으로 소재 분야에서도 끊임없는 혁신이 필요하며 이는 또 다른 성장의 기회"라며 "첨단소재사업본부를 석유화학, 전지 사업에 이어 제3의 성장축으로 적극 육성할 것"이라고 말했다. 이어 "앞으로 모든 사업 구조 및 일하는 방식을 고객과 시장 중심으로 바꿔 지속 성장이 가능한 사업 포트폴리오를 구축해 나갈 것"이라고 강조했다.

/양성운 기자 ysw@