

불화수소·OHT 기술독립 일단 순항… 반도체 시름 더나

LG디스플레이, 일부 공정서
국산 불화수소 적용 성공
소재·장비 脱일본 가시화
'지나친 기대'에 우려 목소리

반도체 업계가 '탈일본' 성과를 거두고 있다. 수출 규제 품목뿐 아니라 다른 소재와 장비까지도 국산화를 빠르게 진행 중이다. 단, 탈일본에 치우치는 데에는 경계를 늦추지 않았다.

2일 업계에 따르면 LG디스플레이는 최근 일부 공정에 국산 불화수소를 적용하는데 성공한 것으로 알려졌다.

일본산 불화수소에 대한 의존도를 낮췄다는 얘기다. 불화수소는 반도체와 디스플레이를 세척하는데 주로 쓰인다.

LG디스플레이 관계자는 "구체적으로는 언급할 수 없지만 일본산을 안쓸 수 있도록 노력 중인 것은 맞다"며 "불화수소뿐 아니라 다른 소재들도 공급망 변화를 진행 중"이라고 말했다.



서울 서초구 삼성전자 딜라이트에 전시된 반도체 웨이퍼를 관람객들이 살펴보고 있다. /연합뉴스

반도체 업계도 소재 국산화 작업에 한창이다. 디스플레이와 비교해 훨씬 미세공정인 탓에 작업이 다소 오래 걸리기는 하지만, 수출 규제 품목들에 대해서는 상당 부분 성과를 거둔 것으로 알려졌다.

수출 규제 품목뿐이 아니다. 반도체

와 디스플레이 업계는 이번 기회에 '기술독립'을 하겠다는 목표로 여러 소재를 재점검하고 공급처 다변화에 총력을 기울이고 있다.

특히 반도체 장비 부문에서 주목할만한 성과가 기대된다. 일부 공정에서는 소재를 바꾸면 장비도 바꿔야하는 데다가,

일본 수출 규제 후 국내 장비 업계 기술력을 다시 확인하면서 국산 장비들에 대한 인식도 높아졌기 때문이란 분석이다.

반도체 공장 자동화 핵심인 'OHT'가 대표적이다. OHT는 공장 레일을 이용해 반도체 웨이퍼가 담긴 통을 빠르고 안전하게 공장 곳곳으로 운반해주는 장치다.

이미 삼성전자 등이 일부 라인에 국산 제품을 도입했지만, 일본 수출 규제로 국산화 작업이 더 빨라질 전망이다.

국산 업체가 완전히 새로운 방식을 제시해 현장 관계자들을 놀라게 했다는 일화도 들린다. 불화수소를 대신해 플라즈마를 사용하는 세척 장비 등이 대표적 사례다. 때문에 국산 장비 비중을 3년내 50% 이상으로 늘리겠다는 업계 목표도 실현 가능성이 높다고 업계는 보고 있다.

다만, 소재와 장비 국산화에 대한 지난 친 기대감에는 경계심을 드러냈다. 업계에서는 한·일 갈등을 이용해 주가 부양 등을 노린 잘못된 정보가 겹증 없

이 유통되고 있다는 점을 가장 우려하고 있었다. 생산 현장에서는 아직 테스트 중인데도, 실제 공정에 적용됐다는 소식이 그렇다.

비용 문제도 있다. 최근 반도체 업계 불황이 지속되는 가운데, 국산화를 이유로 장비를 바꾸기에는 무리가 따른다는 지적이다. 게다가 일본 수출 규제가 확대되지는 않는 분위기라 국산화를 추진하면서도 상황을 지켜보고 있다는 설명이다.

국산화가 마냥 긍정적이지만도 않다. 일단 일본 의존도를 낮추고 공급을 다변화한다는 점에서는 사업 방침과 맞닿아 있지만, 지난 친 국산화에 치중하다가는 자칫 공급사 사정에 의해 또 다른 생산 차질을 겪을 수도 있어서다.

업계 관계자는 "일본 수출 규제 이후 소재와 장비 국산화에 대한 경각심이 커진 것은 사실"이라며 "공급처를 다변화하는 목적으로 국산 소재와 장비 도입에 노력하고 있다"고 전했다.

/김재웅 기자 juk@metroseoul.co.kr



인천공항 비전 2030 선포

이 비전 선포 퍼포먼스를 하고 있다.

2일 오후 인천 중구 인천국제공항공사에서 열린 '인천공항 비전 2030 선포식'에서 구본환 시장과 직원

/연합뉴스

文, 泰 총리에 “韓-아세안 계기 부산서 뵙길”

» 1면 '韓-泰 정상회담'서 계속

이어 “태국이 (올해) 아세안 의장국으로서 대한민국과 아세안간 관계 발전을 적극 지원하고, 올해 대한민국에서 열리는 ‘한-아세안 특별 정상회의’의 성공을 위해 다방면으로 도와주는 것에 감사드린다. (또) 태국 신정부가 적극 추진 중인 태국4.0 정책과 신남방정책이 연계된다면 양국은 미래 성장을 함께 동반해갈 수 있을 것”이라고 했다.

문 대통령은 “오늘 정상회담을 통해 양국간, 그리고 아세안과 한국간 혁신 포용의 미래를 함께 만들어나가길 바란다. (또) 오는 11월 말 열릴 ‘한-아세안 특별정상회의’를 계기로 제 고향 부산에서 뾰라윳 총리와 다시 만나길 기대한다”고도 했다.

뾰라윳 총리는 “문 대통령이 추진하는 신남방정책을 연구해보면, 아세안과 공고한 협력 중시하는 정책을 지속 가능한 개발 중심의 사람으로 태국과 접목 할 수 있는 게 많다. 특히 올해 아세안 의장국 핵심 키워드는 ‘지속 가능성 위한 파트너십 증진’이다. 문 대통령과 협력해 양국간 전략적 파트너십 강화를

통해 영국이 국제무대에서도 급변하는 상황을 협력해 대처할 수 있길 바란다”고 화답했다.

두 정상은 정상회담 후 공동성명을 통해 상생협력 기반 공고화를 위한 총 6건의 정부간·기관간 MOU(양해각서)를 체결했다. 이번 정상회담에서 체결된 양해각서는 ▲물 관리 협력 양해각서(물 관리 정책 교류 및 수자원 개발·관리, 정책·기술 전문가 교류) ▲한국어 교육협력 양해각서(한국어 채택 학교 지원 강화 및 태국인 한국어 교원 양성 지원) ▲군사비밀정보보호협정(양국간 생산 또는 교환된 군사비밀정보의 보호 절차 규정 및 양국간 군사·방산 기술 교류), ▲4차 산업협력 양해각서(로봇·바이오·스마트전자·미래차 등 미래 신산업 분야 협력) 등이다.

문 대통령은 공동서명 후 “(양국의) 인프라, 물 관리·환경 분야의 협력을 높이 평가하고, 미래차·로봇·바이오 등 신산업 분야에서도 협력을 강화하기로 했다”며 “(또) 태국4.0 정책과 대한민국 혁신 성장 정책을 연계해 ‘혁신과 포용의 미래’를 함께 만들기로 했다”고 말했다.

/태국=우승준 기자 dn1114@

美 밀레니얼 사로잡은 삼성 소니 제치고 非미국계 ‘1위’

‘밀레니얼 세대 선호 브랜드’ 서 6위
구글·MS·코카콜라·디즈니 제쳐
젊은층 공략 성과… 亞 유일 ‘톱 10’

삼성전자의 ‘밀레니얼’ 공략 전략이 효과를 보고 있다.

2일 업계에 따르면 삼성전자는 최근 미국 광고업체 무실베이니아가 발표한 ‘2019년 밀레니얼 세대 선호 100대 브랜드’에서 6위에 올랐다.

무실베이니아는 올해 19세에서 39세 1000명을 대상으로 가장 좋아하는 브랜드 3개를 물어 이같은 결과를 얻었다.

삼성전자는 미국이 아닌 국가 브랜드 중에서는 1위를 차지했다. 아시아에서는 유일한 톱 10이다. 소니가 지난해 8위였지만 올해 13위로 추락했다. 삼성전자 뒤에는 구글과 코카콜라, 마이크로

소프트, 디즈니, 스타벅스가 있었다.

한국 브랜드 중에는 LG가 57위로 순위권에 들었다. 단, 지난해(42위)보다는 15계단 하락했다.

앞서 삼성전자는 올 초 미국 모닝컨설트가 밀레니얼 세대를 상대로 조사한 ‘가장 사랑받는 브랜드’에서도 8위에 올른 바 있다.

삼성전자가 밀레니얼 공략에 힘을 쏟은 성과로 풀이된다. 삼성전자는 최근 스마트폰에 AR 이모지와 초광각 카메라 등 밀레니얼 세대를 겨냥한 다양한 기능을 개발해 적용해왔다. 가전 역시 비스포크 냉장고나 ‘세로’ 등 젊은층을 타깃으로 한 제품을 내놨다.

한편 밀레니얼 선호 브랜드 1위는 아마존이었으며, 애플과 나이키, 월마트, 타겟이 뒤를 이었다.

/김재웅 기자

미국 밀레니얼 세대 선호 100대 브랜드 중 상위 20위

미국 내 밀레니얼 세대(올해 만 19~39세)
1,000명 대상, 가장 좋아하는 브랜드 3개 선택

2018년	순위	브랜드명	순위 등락
3	1	아마존	▲
2	2	애플	=
1	3	나이키	▼
5	4	월마트	▲
4	5	타겟	▼
6	6	삼성	=
7	7	구글	=
10	8	아디다스	▲
11	9	코카콜라	▲
24	10	펩시콜라	▲
17	11	마이크로소프트	▲
18	12	닌텐도	▲
8	13	소니	▼
25	14	디즈니	▲
26	15	코스트코	▲
14	16	스타벅스	▼
23	17	언더아머	▲
35	18	도요타	▲
22	19	올드네이비	▲
20	20	콜스	=

자료/글로벌 광고업체 '무실베이니아'

연합뉴스

수험생 절반 “학종보다 수능이 더 공정”

» 1면 ‘조국 후보자 딸 논란’서 계속

조 후보자 딸의 대입 논란의 가장 큰 줄기는 사회 지도층이나 부유층 자녀가 일반인이 접근하지 못하는 정보나 인맥 등을 동원해 입시에서 혜택을 받을 수 있다는데 있다.

조 후보자 딸이 2010년 고려대에 입학했던 입학사정관전형(현 학종)은 2015년 이후 신뢰도 개선을 위한 방안이 거의 매년 나왔다.

당시 대다수 외고가 특기자전형으로 학생들을 문·이과를 가리지 않고 상위권 대학에 진학시켰으나 논란이 일자 이들이 주로 지원하는 특기자전형의 이과계열 모집단위 입학이 금지됐다.

학종으로 이름을 바꾼 이후에도 과도



지난 27일 오후 서울 성동구 한양대 HIT 대회 의실에서 열린 ‘조기취업형 계약학과 운영 5개 대학 공동 입시설명회’에 참석한 학부모와 수험생 등이 각 대학 입시 관련 설명을 듣고 있다.

/연합뉴스

회지) 등재 등이 금지됐고, 2016년부터는 부모의 사회경제적 지위를 암시하는 내용의 기재도 금지하고 자기소개서 외 부수상실적을 평가에서 미반영하는 등 금지 항목이 늘었다.

이렇듯 매년 대입 공정성과 신뢰도 개선을 위한 정책이 마련되고 있으나, 수험생 등 상당수는 여전히 ‘학종보다 수능이 더 공정하다’고 보고 있다.

한편 교육계는 당장 2022학년도 대입의 큰 틀이 바뀌지는 않더라도 학생부 교과전형 선발 비율은 높이고, 학생부 종합전형 등 비교과 전형을 줄이는 등 추가적인 방안이 나올 수도 있을 것으로 보고 있다. 특기자전형 역시 일부 축소할 것으로 전망했다.

/한용수 기자 hys@