허창수의 현장경영… LNG 밸류체인 구축·발전산업 고도화

〈GS그룹 회장〉

보령 LNG터미널 방문 현장점검
GS 총 5.3GW의 발전용량 보유
국내 최대 민간발전 1위에 올라
"어려울 수록 현장이 강해야"

17일 허창수 GS 회장이 충남 보령군에 위치한 보령LNG터미널을 방문해 LNG 저장탱크 5호기 현장을 둘러보고 진척현황을 점검하고 있다.

"안정적인 LNG공급을 통해 국내 민간 발전 1위를 확고히 다지자."

허창수 GS그룹 회장은 17일 국내 최대 민간 운영 액화천연가스(LNG) 인수기지인 보령 LNG터미널을 방문해 운영 상황을 점검한 뒤 이같이 당부했다.

허 회장은 올해 5월 GS엔텍을 방문한 이후 두 번째로 국내 사업장을 찾아 현장경영에 나섰다. 이번 방문은 "어려운 시기일수록 현장이 강해야 한다"는 허 회장의 평소 의지에 따른 것이다. 허 회장은 이 자리에서 "보령 LNG터미널의 성공적인 운영으로 국내 에너지 산업에 보다 안정적이고 효율적인 LNG 공급 기반을 마련했다"고 평가했다.

보령LNG터미널은 총 1조4000억원이 투입된 국내 최대 민간 운영 LNG 인수기지다. GS의 자회사인 GS에너지가 안정적 LNG 확보를 위해 2006년부터 부지매입, 환경 영향평가, 건설계획 정부 승인 등을 주도한 사업으로 2013년 년 SK E&S와 합작법인을 설립해 운영하고 있다. 2017년 4년 여간의 건설 공사를 마치고 20만㎘의 규모의 LNG 저장탱크 3기와 연간 300만톤의 LNG를 처리할 수 있는 시설을 갖추고 상업 가동을 시작했다.

올해 7월 저장탱크 4호기가 추가로 완공되면서 저장설비 총 80만㎘ 저장탱크 4기와 연간 약 400만 톤 상당의 LNG 처리 규모를 갖췄다. 또 2021년 완공을 목표로 연간 200만톤 추가 저장탱크 5~6호기 공사도 현재 진행중이다.

허 회장은 이날 정택근 GS 부회장, 허용수 GS에너지 사장과 함께 1~4호기 가동 현황 및 LNG 하역 설비를 비롯한 저장 설비 등 그 동안의 성과에 대해 보고 받고, 현재 추가로 건설중인 5~6호기의 내·외부 등도 꼼꼼히 둘러보며 임직원들을 격려했다.

허 회장은 "지금은 그 어느 때보다도 불확실성이 커진 시기이지만 GS가 추진하고 있는 LNG 사업과 큰 시너지를 낼 수 있도록 노력해 줄 것과 선제적 투자를 지속해 국내 관련 산업 발전에도 기여할 수 있도록 최선을 다해 줄 것"을 당부했다.

현재 GS는 GS에너지, GS EPS, GS파워 등 LNG를 연료로 활용하는 발전 자회사들간 시너지를 극대화시키는데 초점을 맞추고 자체 트레이딩 법인을 통한 LNG 도입에서부터 저장기지의 운영, 발전사업 및 여기서 생산되는 전력의 판매에 이르기까지 LNG 밸류체인화를 구축하고 있다. GS는 발전 자회사인 GS EPS의 LNG 복합 발전소를 비롯하여 GS E&R 등의 발전 용량을 더해 총 5.3GW의 발전용량을 보유해 국내 최대 민간발전 1위에 올라섰다.

앞으로도 허 회장은 지금까지 보여준 현장 경영을 바탕으로 국내외 계열사의 생산, 판매와 건설 현장을 방문하고 해외 시장에도 직접 방문하는 등 지속적인 현장경영을 펼칠 계획이다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

홍현칠 삼성전자 서남아총괄 부사장이 지난달 20일 인도 벵갈루루 '삼성 오페라하우스'에서 하반기 현지시장 공략 첨병모델인 갤럭시노트10의 출시를 알리고 있다. /연합뉴스

갤노트10, 100만대 돌파… 역대 최단기록

삼성전자 출시 25일만에 성과
"전작 대비 2배 이상 빠른속도"

삼성전자는 지난달 23일 출시한 하반기 전략 스마트폰 '갤럭시노트10'의 국내 판매량이 16일 기준 100만대를 넘겼다고 17일 밝혔다.

삼성전자는 "이는 갤럭시S와 노트 시리즈를 합쳐 역대 최단기간인 출시 25일 만의 기록"이라며 "전작 대비 2배 이상 빠른 속도"라고 설명했다.

기존 최단 기록은 2017년에 출시된 갤럭시S8(37일)였다. 갤럭시S2(40일), 갤럭시S10(47일), 갤럭시노트8(49일), 갤럭시노트9(53일)가 뒤를 이었다.

갤럭시노트10은 노트 시리즈 최초로 일반·플러스 두 가지 모델을 출시하고, 전작과 차별화된 디자인을 적용한 것이 인기 요인으로 꼽힌다. 출시 전 사전 판매량 역시 전작보다 2배 이상 많은 130만대를 기록했다.

갤럭시노트10과 갤럭시노트10플러스의 판매 비중은 각 37%, 63%로 집계됐다. 특히 6.3인치 크기의 갤럭시노트10 출시로 여성 고객 비중이 40%로 전작 대비 약 10% 증가했다. /연합뉴스

"5G 시대에는 모든 학생에 동등한 기회를"

SKT-매스프레소 업무협약
미래교육 혁신 위한 활동 추진
양사 보유 ICT 기술·자원 활용

SK텔레콤 문갑인 스마트디바이스 본부장(왼쪽)과 메스프레소 이종흔 공동대표가 MOU 체결 이후 기념사진을 찍고 있다. /SK텔레콤

SK텔레콤이 교육 플랫폼 기업 매스프레소와 교육 격차를 해소하고 사회적 가치를 실현하기 위한 협력에 나선다.

SK텔레콤은 매스프레소와 '데이터 기술 활용, 교육 격차 해소 및 사회적 가치 실현을 위한 업무협약(MOU)'을 체결했다고 17일 밝혔다.

이번 협력에 따라 SK텔레콤과 매스프레소는 5G, 인공지능, 빅데이터, 모바일 네트워크, 유통망 등 양사가 보유한 ICT 기술과 자원을 활용, 누구나 평등한 교육의 기회를 가질 수 있도록 미래 교육 혁신을 위한 활동을 공동 추진할 계획이다.

이를 위해 매스프레소는 인공지능 기반의 수학문제 풀이 애플리케이션(앱) '콴다' 등 현재 보유 중인 교육 콘텐츠를 SK텔레콤 고객에게 서비스하고, 관련 혜택을 제공할 예정이다. SK텔레콤은 콴다 등 매스프레소의 교육 콘텐츠의 마케팅 활동 등을 담당하기로 했다.

콴다의 대표 기능은 '5초 풀이 검색'이다. 스마트폰 카메라로 문제를 촬영하면, 인공지능으로 문자와 수식을 인식 후 600만건의 문제 풀이 데이터에서 관련 풀이를 찾아 5초 내로 알려주는 서비스다. 만약 관련 풀이가 없다면 '1:1 질문답변' 기능을 활용해 대학생 선생님으로부터 7분 내로 자세한 풀이를 제공받고 채팅을 통해 실시간 질의응답도 할 수 있다.

2016년 2월 출시된 콴다는 지난 7월 기준 누적 이용자수 350만명, 누적 이용 건수 2억건을 돌파했다. 앱 누적 다운로드 건수는 400만건이다. 국내 초·중·고 학생 수(2018년 기준 630만 명)를 고려할 때 3명 중 2명이 이용한 셈이다

/김나인 기자 silkni@

SKT 플로, 스튜디오 음악당에 엑소 뜬다

1회차 엑소 멤버 첸 출연, 60분 방송

'스튜디오 음악당' 이미지. /플로

SK텔레콤은 자사 음악 플랫폼 '플로(FLO)'가 미스틱스토리와 함께 오리지널 콘텐츠 '스튜디오 음악당'을 론칭한다고 17일 밝혔다.

스튜디오 음악당은 보다 폭 넓은 취향의 음악과 아티스트를 소개하려는 취지로 기획된 오리지널 콘텐츠다. 플로가 콘텐츠 총괄 기획과 제작지원을 맡고, 미스틱스토리가 콘텐츠 제작을 담당한다. SK브로드밴드 채널 'B tv'를 통해 방송된다.

스튜디오 음악당은 아티스트에게 가장 친숙한 공간인 녹음실에서 풀어나가는 음악 토크와 라이브 클립으로 구성된다. 진행은 슈퍼주니어 김희철과 작사가 김이나, 음악평론가 배순탁이 공동으로 맡는다.

24일 첫 방송을 시작으로 매주 화요일 약 60분간 방송된다. 1회차에는 엑소의 첸이 출연해 세 명의 MC들과 함께 솔직하고, 유머 넘치는 음악 이야기를 펼친다. /김나인 기자

CJ ENM-JTBC, OTT플랫폼서비스 '맞손'

OTT 합작법인으로 '웨이브' 견제
'티빙' 기반 통합 OTT 플랫폼 구상

CJ ENM과 JTBC가 힘을 합쳐 통합 플랫폼을 내놓는다.

CJ ENM은 JTBC와 온라인동영상서비스(OTT) 합작법인 출범을 위한 MOU를 체결했다고 17일 밝혔다. 오는 18일 출시하는 지상파 3사와 SK텔레콤의 통합 OTT 서비스 '웨이브'를 견제하기 위한 움직임인 것으로 해석된다.

CJ ENM과 JTBC는 내년 초까지 양사가 지식재산권(IP)을 보유하고 있는 콘텐츠를 통합 서비스하는 합작법인(JV)를 설립하고, '티빙(TVING)'을 기반으로 한 통합 OTT 플랫폼을 론칭하기로 합의했다. 합작법인(JV)는 CJ ENM이 1대 주주, JTBC가 2대 주주로 참여한다. 향후 양사는 JV를 통해 국내 OTT 플랫폼에 콘텐츠를 유통하게 된다.

양사는 합작법인을 통해 양사 콘텐츠 결합상품 등 다양한 상품을 소비자들에게 선보이고, 추가 제휴 등 다양한 방식으로 협력한다. 통합 OTT를 중심으로 콘텐츠 및 플랫폼 사업자들과 동반 성장할 수 있는 생태계 구조를 만들어 나가기로 합의했다.

CJ ENM과 JTBC의 협력은 급변하고 있는 글로벌 시장 환경에 대응하기 위한 전략적 선택이라는 설명이다. 넷플릭스 등 OTT 서비스가 전 세계적 인기를 얻고 있는 가운데 디즈니, AT&T 등 강력한 IP를 보유한 글로벌 기업들도 이미 자체 OTT 서비스 시작을 발표하며 OTT 시장에서 차별화된 콘텐츠의 중요성이 커지고 있다.

드라마, 예능 등 다양한 IP를 보유하고 있는 양사는 경쟁력을 확보하기 위해 콘텐츠의 기획·제작 역량을 확보하고, 잘 만들어진 콘텐츠가 효과적으로 서비스될 수 있는 타겟별 최적의 플랫폼을 확보해야 한다는 점에 대해 뜻을 같이 했다.

/김나인 기자