

“제품 아닌 경험 소비시대... ‘초일류’ 팬덤 마케팅 전환”



김현석 사장 간담회

올 TV사업 최대 역점은 8K 확대
화질·사운드·디자인 등 차별화

‘더 월’ B2B 이어 B2C로 영토 확장
매스프리미엄시장 성장에 포커스
소비자 경험 혁신 통해 新시장 창출



김현석 삼성전자 대표이사 사장(CE부문장)은 7일(현지 시간) 미국 라스베이거스 시저스 팰리스 호텔에서 기자 간담회를 열고, CE 사업 비전과 방향을 밝혔다. /삼성전자

“소비자가전(CE) 업계의 가장 큰 과제는 수요 정체를 극복하고 새로운 시장을 창출하는 것이다. 인공지능(AI)과 5G 등 최신 기술 적용으로 차원이 다른 경험을 제공해 사업을 지속 성장시키겠다.”

김현석 삼성전자 대표이사 사장(CE부문장)은 7일(현지 시간) 미국 라스베이거스 시저스 팰리스 호텔에서 기자 간담회를 열고, CE 사업 비전과 방향을 밝혔다.

김사장은 “최근 전 세계적으로 큰 사회 변화를 만들고 있는 ‘밀레니얼 파워’와 ‘디지털화된 일상’이 그 숙제를 해결해 줄 기회이자 위기”라며 “최근 밀레니얼을 중심으로 한 대다수의 소비자들은 제품을 구매하는 과정이나 제품의 경험을 공유하는 방식이 기존과는 완전히 달라 제품 기획뿐만 아니라 마케팅, 유통 전략 등에서도 새로운 시도가 필요하다”고 강조했다. 이에 따라 삼성전자는 팬덤을 형성하는 방식으로 마케팅을 진행할 계획이다.

김사장은 2020년 CE 부문 주요 사업 방향으로 ▲TV 시장의 새로운 성장동력이 될 8K 시장의 확대 ▲‘더 월’ 등 새로운 시장 지속 육성 ▲라이프스타일 가전 대표 브랜드로서의 시장 영향력

강화라고 밝혔다.

◆8K 시장 확대...3배 성장이 목표

김현석 사장은 “올해 TV 사업에서 가장 역점을 두고 있는 것은 TV 시장의 새로운 성장동력이 될 8K 시장의 확대”라며 “올해 신제품은 화질과 사운드는 물론 디자인까지 차별화된 경쟁력을 갖췄으며, 가격 선택의 폭도 넓혀 더 많은 소비자들에게 8K 경험을 제공하기 위해 노력할 것”이라고 말했다.

지난해 삼성전자 TV사업은 2019년까지 14년 연속 1위를 달성했으며, 특히 QLED TV는 전년 대비 2배 이상 성장한 540만대 이상을 판매했다.

◆‘더 월’ 등 새로운 시장 지속 육성

삼성전자는 지난 5일(현지 시간) ‘삼성 퍼스트 룩 2020’ 행사를 통해 75형부터 292형까지 마이크로 LED를 적용한 ‘더 월’ 라인업을 대거 선보이며, 가정용 마이크로 LED 스크린 시대의 시작을 알렸다.

김 사장은 “더 월은 화질뿐 아니라 화면 크기, 화면비, 해상도 등에 제약이 없어 미래 TV가 가야 할 방향을 대표하는 제품”이라며, “올해는 B2B에서 B2C까지 본격적으로 시장을 창출하고 진정한 명품 스크린의 세계를 제시하겠다”

고 말했다.

그는 이어 “밀레니얼 세대를 겨냥한 라이프스타일 TV는 지난해 이미 성장 잠재력을 확인했으며, 올해는 매스프리미엄 시장으로 성장시키는데 주력하겠다”고 말했다.

◆시장 영향력 강화

지난해 밀레니얼을 철저히 분석해 출시한 ‘비스포크’ 냉장고의 성공으로 삼성전자 생활가전의 새로운 사업 방향인 ‘프로젝트 프리즘’은 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있다. 삼성전자의 일반 냉장고 대비 20~30만원 비싸지만, 작년 4분기 기준 국내 냉장고 매출에서 비스포크가 차지하는 비중은 65%에 달한다. 비스포크 출시 전 역성장하던 수치도 뒤바뀌어 순성장을 지속하고 있다.

김현석 사장은 이날 간담회에서 “올해는 소비자 경험에 중심을 둔 혁신 제품과 유통·마케팅을 강화해 라이프스타일 가전 대표 브랜드로서의 위상과 시장 영향력을 더욱 공고히 하겠다”고 말했다.

에어컨, 세탁기, 건조기 등을 중심으로 한 두번째 프로젝트 프리즘 제품은 1월 중 선보일 예정이다.

/라스베이거스(미국)=양성운·구서윤 기자 ysw@metroseoul.co.kr

삼성-SKT 주장 CES서 ‘깜짝 회동’

고동진-박정호 삼성부스 관람

고동진 삼성전자 사장(IM부문장)이 7일(현지 시간) 미국 라스베이거스에서 개막한 세계 최대 가전·IT 전시회 ‘CES 2020’ 현장에서 박정호 SK텔레콤 사장과 함께 삼성전자 부스를 돌아보며 5G와 미디어 분야 등에 대한 협력 방안을 논의했다.

이날 오전 11시경 고 사장과 박 사장은 삼성전자 부스를 찾아 미니 로봇 ‘볼리’, 식물재배기, 디지털 콕핏, ‘더 세로’ 등 전시된 제품을 20여 분 정도 살펴보고 이야기를 나눴다. 전시장을 둘러보는 내내 고 사장과 박 사장 모두 웃음이 끊이지 않았다.

삼성전자가 지난해 5월 국내에서 출시한 세로형 TV 더 세로를 보러 가는 길에 고 사장은 “우리 박 사장님이 어떤 TV를 구입하도록 보여드려야 할까”라며 환담을 주고받기도 했다.

특히 박 사장은 5G와 4G의 게임 속도를 비교하는 장면에 관심을 보였다. 4G로 진행한 게임에서는 다소 버벅임이 있었던 반면 5G로 진행한 시연에서는 게임이 매끄럽게 구동됐다. 이들은 지난해 열린 ‘CES 2019’에서도 부스를 함께 돌며 협력을 이야기한 바 있다.

한편 고동진 사장은 하현희 LG유플러스 부회장과도 함께 삼성전자 부스를 살펴봤다.

/라스베이거스(미국)=구서윤 기자 yuni2514@



고동진 삼성전자 사장(IM부문장)과 박정호 SK텔레콤 사장(왼쪽)이 삼성전자 ‘더 월’을 관람하며 악수를 나누고 있다. /라스베이거스(미국)=구서윤 기자

車안에 디스플레이가 8개... 5G 자율주행 엑셀 밟았다

삼성, 5G 기반 ‘디지털 콕핏’ 공개

운전석·조수석 중앙에 12.4형 DP
맞춤형 즐길거리, 운행정보 서비스
‘케빈토크’기능으로 뒷좌석과 대화

하만과 공동개발, 전장사업 가시화
이르면 2022년부터 성장세 기대



7일(현지 시간) 미국 라스베이거스에서 열린 세계 최대 전자 전시회 ‘CES 2020’에 위치한 삼성전자 전시관에서 박종환 삼성전자 전장사업팀 부사장이 ‘디지털 콕핏 2020’을 설명하고 있다. /삼성전자

삼성전자가 자율주행 시대를 맞아 5G 기반의 ‘디지털 콕핏 2020’을 CES에서 선보였다.

디지털 콕핏이란, 운전석 및 조수석 전방 영역에 기존 아날로그 방식의 계기판 대신 디지털 제품을 입힌 것으로, 삼성전자가 인수한 미국 전장전문기업 하만과 공동 개발한 첫 결실이다.

올해 선보인 디지털 콕핏은 5G를 기반으로 차량 내부와 주변을 연결해 운전자·탑승자·보행자가 더 안전하고 편

리한 생활을 경험할 수 있게 했다.

삼성전자 전장사업팀장 박종환 부사장은 “이번에 선보이는 세번째 디지털

콕핏은 자율주행 시대를 맞이해 우리가 자동차 생활 공간이 완전히 새로운 생활 공간으로 탈바꿈할 수 있도록 고민해 만든 것”이라며 “삼성이 하만 인수 3년 만에 삼성 기술이 하만 전장사업에 들어가 수주가 계속 늘어나고 매출이 확대할 가능성이 높다”고 말했다.

삼성과 하만이 시너지를 내기 시작하는 해가 내년 혹은 내후년으로 예상된다. 수주를 확보한다고 해도 3~4년 후에 매출로 나타나기 때문이다. 박 부사장은 2022년이나 2023년부터 매출이 늘어나 매년 두자릿 수 성장을 예상하고 있다”고 밝혔다.

◆화면 8개, 카메라 8대

디지털 콕핏 2020은 운전자와 탑승자에게 더 편리하고 안전한 경험을 제공하기 위해, 앞좌석에는 총 8개의 디스플레이를 탑재하고 뒷좌석에는 탑승자 소유의 태블릿을 사용할 수 있도록 했다. 운전석과 조수석 중앙에 위치한 12.4형의

중앙 디스플레이는 탑승자 인증을 통해 개인별 즐길거리나 운행 정보 등을 ‘마이 페이지’ 형태로 맞춤 제공한다. 2개의 디지털 노브를 통해서도 공조, 음악 선곡, 빅스비 등을 구동할 수 있다.

그 아래에 위치한 12.3형의 콘솔 디스플레이로는 운전자의 취향에 맞게 차량의 다양한 기능을 설정할 수 있고, 차량 내부의 디스플레이를 제어할 수 있다.

차량 전면 유리 아래에는 20.3형 디스플레이를 탑재해, 주행 정보와 도로 상황, 안전 운전과 관련된 알림과 경고를 시각적으로 제공한다. 또, 무선으로 휴대폰을 연결해 차량 내에서도 PC에서 작업하던 문서를 편집할 수 있다.

이번 디지털 콕핏 2020에는 알림·경고로 통해 안전한 주행을 지원하는 기능들도 대폭 강화됐다. 뒤돌아 보지 않고 운전석 옆의 디스플레이로 뒷좌석 탑승자를 보면서 대화하는 ‘케빈 토크’

기능도 추가됐다.

더불어, 삼성전자의 통합 사물인터넷(IoT) 플랫폼인 ‘스마트싱스’와 더욱 진화한 ‘빅스비’가 적극적으로 운전자와 소통한다. 예를 들어, 집에 낯선 사람이 방문할 경우 스마트싱스를 통해 상황을 파악하고 차량에 탑재된 빅스비가 이를 알려주고, 집 도착 전에 집안의 조명과 에어컨을 켜 놓는다.

◆BMW에 세계 최초 5G TCU 공급

삼성전자와 하만이 세계 최초로 5G 기술을 적용한 TCU(차량용 통신 장비)는 2021년 양산되는 BMW의 전기차 ‘아이넥스트(iNEXT)’에 탑재된다. 이는 5G TCU가 실제 차량에 적용되는 첫 사례다. 이번 공급은 삼성전자와 하만이 공동 개발한 제품의 첫 수주라는 점에서도 의미가 크다. 또한, 삼성전자는 서울시 버스와 택시에 5G TCU를 탑재한 실증 사업을 SK텔레콤과 함께 진행 중이다. /라스베이거스(미국)=구서윤 기자