

컨베이어벨트 없애고 로봇·자율주행 시스템까지

현대위아, 제조현장 혁신 '젠걸음'

제조·물류 통합 솔루션 상용화
글로벌 현장에 공급 확대 계획
제조 전과정 '셀' 하나로 고도화

현대위아가 로봇과 자율주행을 기반으로 제조 현장 혁신에 나선다.

현대위아는 로봇과 자율주행을 기반으로 하는 'RnA(Robotics and Autonomous) 스마트 제조·물류 통합 솔루션' 상용화에 나선다고 19일 밝혔다. 기존 컨베이어 벨트 방식의 제조 현장을 180도 바꾼 '셀(Cell) 방식' 제조 방식도 선보인다.

현대위아는 이를 위해 최근 회사 내 담당 부사장 직속 '추진실'을 만들고, 오는 2022년까지 RnA 기반 통합 솔루션을 통한 지능형 유연 생산 시스템을 구축한다는 계획이다. 이후 글로벌 제조 현장으로 공급을 확대하며 '글로벌 제조 솔루션 공급자'의 입지를 다져나간다는 목표다.

현대위아는 'RnA 통합 솔루션'을 통해 제조 현장의 방식을 '셀'로 고도화한다. 컨베이어 벨트를 따라 가공 및 조립이 이뤄지던 방식에서 벗어나, 가공·조립·이송·검사 등의 전 제조 과정을 하나의 작은 셀로 구성하는 것이다. 셀 방식은 유연하고 신속하게 다양한 생산품을 제조할 수 있어 다품종을 생산하는 미래 제조 형태에 더욱 알맞다.



현대위아 공장기기와 로봇이 원격 시스템을 통해 스마트 제조 공정을 실현하는 모습. 현대위아는 협동로봇, 자율주행 물류로봇, 최첨단 공장기계를 통해 제조 현장의 혁신을 선도한다는 계획이다. /현대위아

유지보수의 관점에서 컨베이어 벨트 방식보다 크게 유리하다.

현대위아는 셀 안에서 금속을 가공하는 공장기기와 로봇이 함께 협동하며 일을 하도록 해 조립과 가공의 속도를 대폭 끌어 올린다는 계획이다.

현대위아는 제조 공정 전체에 '스마트 물류 및 로봇 관제 시스템'도 심는다. 생산 셀 내의 가공과 조립 정보를 실시간으로 수집해 생산 전 과정을 최적화하는 시스템이다. 각종 부품 및 원자재 등의 물류 공급 현황 정보를 수시로 파악해 유연하게 물류 공급을 조절한다. 아울러 자율주행 물류 로봇과 제조 라인 전체를 인공지능(AI)을 통해 조정하며 최적의 생산 프로세스를 찾

도록 했다. 현대위아는 이와 같은 'RnA 기반 통합 제조 솔루션'을 우선 현대차그룹의 싱가포르 글로벌 혁신센터(HMGICs)에 첫 적용할 계획이다. HMGICs는 2022년 말 완공을 목표로 싱가포르 주공 혁신단지에서 부지 4만4000m²(1.3만평), 연면적 9만m²(2.7만평), 지상 7층 규모로 추진 중이다.

현대위아 관계자는 "전사적 역량을 투입해 RnA 기반의 통합 제조 솔루션을 준비하고 있다"며 "오랜 기간 공장 자동화 시스템, 로봇과 공장기계를 만들며 쌓은 노하우를 기반으로 글로벌 시장에서 경쟁력 있는 회사가 되겠다"고 말했다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

삼성 8K 영화 '언택트', 글로벌 버전 공개

국내 버전 흥행... 해외팬 요구 응답

8K 영화 언택트가 글로벌 관객들을 찾아간다.

삼성전자는 19일 언택트 글로벌 버전과 8K 초고화질 버전을 공개한다고 밝혔다.

이번 글로벌 버전은 언택트에 영문 자막을 적용해 국내뿐 아니라 해외 팬들의 성원에 응답했다. 국내 버전은 지난달 16일 공개 후 한달여만에 610만뷰를 돌파하고 2600여개 댓글이 작성되는 등 흥행을 이어가고 있다. 영문 자막을 원하는 해외팬 요구도 빗발쳤다.

특히 8K 초고화질 버전도 함께 공개해 영화 언택트의 진가를 보여준다. 8K 디바이스만 있으면 누구나 볼 수 있으며, 특히 QLED 8K TV로는 기본 탑재된 유튜브로 간편하게 관람할 수 있게 했다. 언어는 우선 국문으로, 영문 자막도 추후 공개할 예정이다.



영화 언택트 주연을 맡은 배우 김고은. /삼성전자

언택트는 갤럭시S20과 갤럭시 노트 20으로 촬영한 삼성전자 최초 8K 영화로, QLED 8K에 최적화해 제작됐다.

삼성전자 관계자는 "삼성전자의 독보적인 8K 영상 기술로 소통에 대한 희망을 그려낸 뜻 깊은 시도에 많은 소비자들이 공감했다"라며, "앞으로도 다양한 프로젝트를 통해 삼성전자가 주도하는 8K 생태계를 일선에서 체험할 수 있는 기회를 넓혀가겠다"고 말했다.

/김재용 기자



권평오 KOTRA 사장(가운데)이 디지털 마케터즈 및 주요 참석자들과 함께 기념촬영을 하고 있다.

코트라, 부산에 'K-스튜디오' 오픈

'K-스튜디오 부산'이 부산 벡스코에 문을 열었다.

KOTRA(코트라)는 K-스튜디오 운영을 위해 부산광역시, 벡스코, 부산대학교와 협력체계를 구축했다고 19일 밝혔다. 코트라는 전날 개소식과 함께 'KOTRA 수출스타 디지털 마케터즈 1

기 임명식'도 진행됐다.

권평오 코트라 사장은 "포스트 코로나 시대, 디지털 무역 중심이 될 K-스튜디오를 적극 활용해 지역 중소·중견 기업이 해외마케팅 방식을 혁신하도록 돕겠다"고 밝혔다.

/양성운 기자

"파운드리시장 더 커진다"... 삼성 성장성 ↑

올 글로벌 23.8% 성장 전망
삼성, 3나노 양산 돌입 앞둔
TSMC 역전 시나리오도

파운드리 시장 성장세가 뚜렷해졌다. 삼성전자가 중국 SMIC를 더 멀리 따돌리고 대만 TSMC 독주를 막을 수 있을지 기대감도 커진다.

19일 트렌드포스에 따르면 올해 글로벌 파운드리 매출은 전년 대비 23.8% 증가할 전망이다. 음디아 역시 올해 매출액 682억달러로 전년(600억달러)보다 13.5% 늘어난다고 내다봤다.

최근 10년간 가장 큰 성장폭이다. 코로나19가 채택근무와 5G 스마트폰 확산 등 4차산업혁명을 가속화하면서 시장도 크게 확대됐다는 분석이다.

실제로 대만 TSMC와 삼성전자 등 파운드리 업체는 3분기 잇따라 호실적을 발표한 바 있다. AMD를 중심으로 엔비디아와 인텔 등 로직 반도체 업체가 경쟁을 가속화하면서 성장은 더 이어질 가능성이 높다.

단, 여전히 삼성전자 '반도체 비전 2030'은 요원한 모습이다. 3분기 기준 점유율이 TSMC가 53.9%로 압도적이었고, 삼성전자는 17.4%에 불과했다.

일단 양사 기술 차이는 거의 비슷하다고 평가받는다. 극자외선(EUV) 공정을 이용한 7나노 미만 양산 기술은 양사만이 보유하고 있다. 최근 나란히 5나노 공정 양산에 돌입한 상태, 4나노



삼성전자 파운드리 생산 라인. /삼성전자

와 3나노 등 초미세 공정 도입도 차질 없이 진행 중으로 알려졌다.

일각에서는 삼성전자가 3나노대부터 TSMC를 역전할 수 있다는 추측도 내놓고 있다. 3나노 공정부터는 EUV로도 제어하기 어려운 상황, 삼성전자는 게이트 올 어라운드(GAA)를 이용해 이미 방법을 확보한 반면 TSMC는 아직 별다른 해법을 제시하지 못했다.

삼성전자도 선제 대응에 나섰다. 외신에 따르면 박재홍 삼성전자 파운드리 사업부 부사장은 최근 협력사에 2022년 3나노 양산에 돌입하겠다고 선언했다. 2022년 하반기 3나노 양산을 준비 중인 TSMC에 한 발 앞선 것이다.

그러나 TSMC가 삼성전자보다 TSMC 도입에 한발 늦었음에도 양산에서는 빠르게 안정성을 갖추게 된 만큼, 3나노 경쟁에서도 무리없이 대응할 것이라는 시각도 있다.

삼성전자의 위협은 TSMC 뿐이 아니다. 3분기 시장 점유율 5%인 중국 SMIC는 최근 미국 무역 제재를 피해 심자외선(DUV) 장비를 도입, 7나노 공정 양산 체제를 갖췄다고 밝혔다. DUV가 EUV보다 미세하지는 않아서 바로 수나노대로 돌입하기는 어렵겠지만, 준플래그십급 제품을 생산하기에는 충분해서 삼성전자에게는 불리할 수 있다. 당장 AMD와 IBM CPU가 7나노, 엔비디아 GPU가 8나노 공정을 사용한다.

트렌드포스도 삼성전자에 다소 부정적인 견해를 드러냈다. 엔비디아 GPU에 이어 쉐일 AP까지 수주하면서 5나노 공정을 늘릴 수는 있지만, TSMC의 20% 수준에 그칠 것이라는 분석이다. 일각에서는 보수적인 업계 분위기와 함께, 삼성전자가 파운드리 투자에 전념하지 못하는 상황을 또다른 부정적인 요인으로 꼽고 있다. /김재용 기자 juk@

레이디가가 뮤비에 'LG 올레드 TV' 등장

뉴욕 한복판 전광판서 상영
영상에 'LG' 관련 단어 나와

LG전자가 팝스타 레이디가가와 올레드 TV 마케팅에 돌입한다.

LG전자는 최근 미국 뉴욕 타임스퀘어 전광판에 레이디가가 신곡 911 뮤직비디오를 상영하고 있다고 19일 밝혔다.

이 뮤직비디오는 강렬한 색채감과 화려한 퍼포먼스뿐 아니라, 영상 말미에 LG와 LG OLED 등 올레드 TV를 뜻하는 단어들도 노출되는 등 화제를

모으며 유튜브 조회수 4000만을 넘어선 작품이다.

앞서 LG전자는 미국에서 론칭한 올레드 TV 고객 전용 고화질 영상 서비스 'LG FOMO' 채널을 통해 레이디가가와 LG 올레드 TV 기술팀이 함께 제작한 영상과 타넬 심 감독의 뮤직비디오 해설 등을 독점 공개하기도 했다.

LG전자 미국법인 페기 앙(Peggy Ang) 마케팅 담당은 "앞으로도 다양한 마케팅을 통해 보다 많은 소비자에게 LG 올레드 TV의 차별화된 화질을 알려나갈 것"이라고 말했다. /김재용 기자



뉴욕 타임스퀘어 전광판에 상영되는 레이디가가 911. /LG전자