

SK하이닉스 'SV2030' 로드맵 발표

“함께 사는 사회” 새 기업가정신

친환경	동반성장
사회안전망	기업문화

 지속가능성 UP

친환경 반도체 제조시스템 고도화
상생협력센터 1.2조 순차 투자
비상상황 대비 별도 기금 조성

SK하이닉스가 2030년까지 '새로운 기업가 정신'을 구체화한다.

SK하이닉스는 7일 중장기 추진 계획 'SV 2030' 로드맵을 발표했다.

이번 로드맵은 사회적 가치 창출을 극대화하는데 초점을 두고 기획됐다. 최태원 회장이 신년사에서 "사회와 공감하며 문제 해결을 위해 함께 노력하는 '새로운 기업가 정신'이 필요한 때"라며 강조한데 따른 조치. '환경', '동반성장', '사회 안전망', '기업문화' 등 4대 SV 창출 분야를 정하고, 각각 2030년까지 달성하고자 하는 목표를 구체화했다.

SK하이닉스는 그동안 이해 관계자들의 기대와 요구를 장기간 수렴해왔으며, 글로벌 기업들의 사회적 가치와 ESG 활동 트렌드를 연구하며 SV2030을 구체화해왔다.

이번 프로젝트를 주관해온 SK하이닉스 김윤욱 지속경영담당은 "최 회장



SK하이닉스 이천 행복문.

/SK하이닉스

의 '새로운 기업가 정신'이라는 화두와 연계하여, 향후 10년간의 사회적 가치 창출 중장기 목표를 구체화하는 선언을 하게 됐다"며 "더불어 사는 사회를 만들기 위해 꼭 해야 할 기업의 역할에 대한 고민을 이번 선언에 담았다"고 말했다.

로드맵은 4개 영역으로 분화했다. ▲ 환경 분야의 '그린 2030' ▲ 공급망 동반성장 분야 '어드밴스 투게더' ▲ 사회적 역할 수행의 '사회 안전망' ▲ 구성

원 육성과 다양성/포용성에 기반한 문화를 포괄하는 '기업문화' 등이다. 국내 기업 최초로 가입한 RE100의 단계별 이행 계획도 포함했다.

그런 2030은 2050년까지 ▲RE100 완수 ▲탄소 순배출 제로 ▲대기오염물질 추가 배출 제로 ▲폐기물 매립 제로 골드 등급 달성 ▲수자원 절감량 300% 확대 등 친환경 반도체 제조시스템을 고도화한다는 계획을 담았다. 2030년까지의

목표도 별도 수립하고 중국 생산시설은 2022년부터 RE 100을 달성키로 했다.

이미 글로벌 기업들이 RE100에 동참하며 친환경 경영활동에 힘쓰는 상황, SK하이닉스도 전 지구적 관심사인 환경 문제 해결에 나서 사업 지속 가능성을 높인다는 취지다.

동반성장은 국내 소부장 협력사 역량을 높여 국내 반도체 산업 전체 경쟁력을 키우겠다는 의지다. 협력사 대상 기술협력 누적 투자 3조원 달성과 상생협력센터인 '위두테크 센터' 설립과 운영에 1조2200억원 순차 투자 및 참여 협력사 매출 증대 등을 목표로 설정했다. 반도체 산업이 국내 경제에 미치는 영향을 반영했다.

사회안전망은 팬데믹과 자연재해 등 위기 상황에 대비해 마련했다. 비상 상황에서 수행할 역할 체계를 만들고 별도 기금도 조성한다. 생산기지가 소재한 지역 사회 문제를 해결하기 위해 다방면으로 기여한다는 방침이다.

기업문화는 더 다양하고 포용성을 높이는 방향으로 정착시킨다. 기업 경영 목적을 구성원 행복에 두고, 교육 의무

수료와 여성 채용 비율 확대 및 여성 리더 양성 프로그램 보강 등을 실행한다. 1인당 연 200시간 이상 교육보장 등 문화와 제도적 환경도 마련한다.

올해 신설한 ESG 경영위원회는 분기 단위로 SV2030 진행 과정을 확인하며 이슈 도출 및 대응을 준비할 계획이다. 목표 실행력을 높이기 위한 것. 지속 경영보고서 등으로 매년 진척 수준을 외부에 투명하게 공개해 각계 각종 목소리를 들을 기회를 마련하고 실행에 반영한다는 방침이다.

사회적 비상상황에서 기업이 수행하는 역할을 구체화하는 체계를 만들고, 이를 실행하기 위해 별도의 기금을 운영한다. 이와 함께 지역사회의 사회 문제를 해결하기 위한 기여 활동을 실행한다. 결식아동을 위한 도시락 지원사업 확대, 행복모아7) 확장을 통한 장애인 일자리 창출, 하인슈타인(Hein Stein)8) 프로그램 시행을 통한 ICT 미래인재 육성, 행복GPS9)를 활용한 치매노인, 발달장애인 실종 문제 해결 등이 여기에 포함된다.

/김재웅 기자 juk@metroseoul.co.kr

TV사업도 초격차... '네오 QLED' 첫선

삼성디스플레이, '삼성OLED' 브랜드 론칭

삼성전자 퍼스트 룩 2021

새로운 '스크린 포 올' 철학 정립
라이프스타일 반영·환경보호 의지
한종희 사장 "지속가능 미래 기여"

삼성전자가 '스크린 에브리웨어'에 고객 중심과 환경 보호 철학을 추가하며 TV 사업 전략을 한 단계 업그레이드했다.

삼성전자는 6일 (미국 현지시간) 온라인을 통해 '삼성 퍼스트 룩 2021' 행사를 개최했다.

삼성 퍼스트룩은 TV 관련 신기술과 신제품을 선보이고 미래 디스플레이 방향을 공유하는 행사다.

특히 올해에는 그동안 주요 사업 철학이었던 '스크린 에브리웨어'를 발전시켜 '스크린 포 올'로 새로 정립했다. 어디에든 최적의 디스플레이를 공급한다는 데서 더 나아가, 다양한 사용자 라이프 스타일을 반영하고 미래와 환경 보호 의지까지 담았다.

한종희 사장은 "삼성 퍼스트 룩을 통해 업계 리더로서 최고의 스크린 경험을 제공하는 것은 물론 지속 가능한 미래를 만들어 가는데 기여하겠다"고 비전을 소개했다.



한종희 삼성전자 사장이 퍼스트룩 2021에서 발표를 진행하고 있다. /삼성전자

삼성전자는 이날 탄소저감뿐 아니라 제품 수명 주기에서도 자원 순환을 이룰 수 있는 친환경 정책도 함께 공개했다. 에코 패키지 확대와 조명을 에너지로 사용하는 솔라셀 리모컨 도입, 재생 소재 사용 확대 등이다.

TV 시청이 어려운 사용자를 위한 접근성 향상 계획도 발표했다. 신제품에 콘텐츠자막을 원하는 곳으로 이동시키는 '자막 이동' 기능과 수어 화면을 자동으로 확대해주는 기능, 스피커와 헤드폰으로 동시에 사운드를 출력해 저청

력 장애인 일반인과 함께 TV를 시청할 수 있도록 하는 다중 출력 오디오 기능 등이다.

삼성전자는 이번 퍼스트 룩을 통해 기술적으로도 진일보를 증명했다. 지난 달 발표한 마이크로 LED TV 뿐 아니라, 신제품인 네오 QLED와 라이프스타일TV 등을 새로 준비했다.

특히 네오 QLED는 미니 LED TV로, QLED TV와 마이크로 LED TV를 잇는 새로운 프리미엄 TV로 자리잡을 전망이다.

우선 네오 QLED는 기존 QLED TV에 쓰이던 LED 소자보다 40분의 1 작은 퀀텀 미니 LED에 마이크로 레이어를 얹어 배치하면서 빛을 더 정교하게 조절할 수 있게 했다.

퀀텀 미니 LED 밝기를 40%단계로 세밀하게 조정해주는 퀀텀 매트릭스 테크놀로지도 적용됐다. 백라이트 전원 제어로 전력을 효율적으로 분배해 로컬 디밍 구역을 정교하게 조절할 수 있어 높은 명암비와 블랙 디테일을 구현할 수 있다.

마이크로 LED TV는 지난달 공개한 110형에 이어 99형도 출시를 확정했다. 연내 70~80형대 소형 제품도 출시한다는 계획이다. /김재웅 기자

제품 차별화·우수성 시장 각인



삼성 OLED 로고. /삼성디스플레이

삼성 OLED가 브랜드로 거듭났다. 삼성디스플레이는 7일 OLED 제품에 '삼성 OLED' 브랜드를 사용한다고 밝혔다. 브랜드 로고도 함께 발표했다.

삼성디스플레이는 2007년 세계 최초로 OLED를 양산하며 시장을 개척한 자긍심과 'OLED는 곧 삼성'이라는 자신감을 담아 새 브랜드를 론칭했다. 제품 차별성과 우수성을 시장에 각인시켰다는 취지도 있다.

삼성디스플레이는 브랜드를 유럽연합 27개국과 미국, 중국 등 43개국에 상표 출원을 끝마쳤다.

로고는 사각형 틀을 이용해 '디스플레이'가 사람과 세상을 연결하는 '창'으로 자리잡길 바라는 회사 비전을 담았다. 모서리 곡선과 접하는 형상은 다양

하게 활용할 수 있는 OLED 특성을 반영했다.

삼성디스플레이는 앞으로 삼성 OLED 브랜드를 이용해 글로벌 고객들에게 경쟁력을 높이고 소비자 인지도를 높이기 위한 마케팅 활동을 강화한다는 방침이다.

백지호 중소형 전략마케팅실장(부사장)은 "앞으로 스마트폰을 넘어 IT, 자동차, 게임기 등 더 넓은 영역에서 삼성 OLED만의 차별화된 기술을 경험할 수 있을 것"이라고 말했다. /김재웅 기자

LG전자, 美 알폰소 지분 50% 확보

LG전자가 TV 콘텐츠역량을 확대하며 사업 다변화에 나선다.

LG전자는 미국 알폰소 지분 50% 이상을 확보했다고 7일 밝혔다. 인수규모

는 약 8000만달러(한화 약 870억원) 수준이다.

알폰소는 실리콘밸리에 본사를 둔 TV 광고/콘텐츠 데이터 분석 스타트업

이다. 2012년 설립해 독자 개발 인공지능 영상분석 솔루션을 보유하고 북미에서 1500만가구 TV 시청 데이터를 확보하는 등 빠르게 성장해왔다.

LG전자는 이번 인수로 TV 사업 포트폴리오 고도화와 서비스 및 콘텐츠 경쟁력을 차별화한다는 계획이다. /김재웅 기자

LGD, 비대면 시대 맞춤형 디스플레이 제안

CES2021서 3개 콘셉트 전시
'사람을 생각하는 디스플레이' 부각

LG디스플레이가 CES2021에서 '포스트 코로나'에 새로운 디스플레이 세상을 소개한다.

LG디스플레이는 11일 (미국 현지시간) 개막하는 CES2021에서 '디스플레이, 이제 세상을 당신 앞에'라는 테마로 출품한다고 7일 밝혔다.

이번 전시는 비대면 환경에서 디스플레이 역할에 재조명하고 고객 라이프스타일에 최적화한 다양한 솔루션을 선보인다는 취지로 준비했다. ▲내추럴 리

얼리티 ▲ 라이프스타일 인 하모니 ▲ 베타 포 피플 등 3개 콘셉트 전시존을 마련했다. LG디스플레이는 이를 통해 OLED 화질 우수성을 강조하는 것뿐 아니라, 새로운 일상에서 디스플레이로 더 나은 삶과 연결하는 솔루션을 제안한다. 안전과 건강과 관련한 기능을 통해 '사람을 생각하는 디스플레이' 역할도 부각한다는 계획이다.

전시관 별로는 OLED와 프리미엄 LCD 디스플레이의 우수성, 집과 식당 등에서 활용할 수 있는 다양한 디스플레이 솔루션, 비대면 시대를 겨냥한 새로운 디스플레이 등을 소개한다. /김재웅 기자