

‘첨단 삼성’ 연결성·기능추가 vs ‘간단 LG’ 쉽고 안정적 초점

가전 혁신, 소프트웨어 승부수

글로벌 가전 시장 양대 산맥, 삼성전자와 LG전자가 이제는 하드웨어를 넘어 소프트웨어로 맞붙는다. 자체 운영체제(OS), 타이젠과 WebOS를 미래 먹거리로 보고 전폭적으로 육성하고 있다. 다만 가전 개발 방향성은 정반대로 엇갈리는 모습, 소비자는 취향과 필요에 따라 제품을 선택할 수 있을 것으로 기대된다.

◆ 타이젠, 삼성 가전 허브로

15일 업계에 따르면 삼성전자는 14일 열린 ‘SDC 코리아 2023’에서 타이젠 ‘리부팅’을 선언했다.

타이젠은 삼성전자가 개발한 OS다. 한때 스마트폰에 탑재되는 등 구글 안드로이드에 대항할 모바일 OS로도 주목받았지만, 결국 갤럭시 워치3를 마지막으로 스마트 TV와 일부 가전에만 탑재됐다. 때문에 일각에서는 삼성전자가 타이젠을 결국 포기하지 않겠냐는 전망을 조심스럽게 내놓기도 했다.

삼성전자는 타이젠을 완전히 되살리기로 결정했다. 내년부터 출시하는 모든 가전에는 타이젠을 탑재하고, 자체 개발한 생성형 AI인 가우스와 빅스비 등을 연동해 가전 ‘허브’로 활용한다는 방침이다.

구체적으로는 타이젠을 탑재한 가전은 AI반도체가 없더라도 온디바이스 AI 기능을 장착한 제품에 연결해 수준 높은 성능을 제공하는 방식이다. 온디바이스 AI가 클라우드 방식과 비교해 많은 데이터를 확보하지 못하는 만큼, 최대한 많은 기기를 연결하는 방식으로 개인화를 위한 충분한 데이터를 모아 최소한의 고성능 반도체로 처리하는 전략이다.

아울러 스크린 경험 확대를 위한 플랫폼으로도 업그레이드를 준비하고 있다. 이미 ‘FAST’ 플랫폼인 삼성TV플러스와 ‘게이밍 허브’를 탑재하며 스마



삼성리서치장인 전경훈 사장이 SDC 코리아 2023에서 환영사를 하고 있다. /삼성전자

삼성

내년, 모든 가전에 타이젠 탑재 가우스·빅스비 연동해 허브 활용 고성능 반도체 사용 오작동 낮춰

트TV는 물론 스마트 모니터와 프로젝터 등에 적용된 가운데, 카메라와 함께 활용하는 피트니스 플랫폼인 ‘스마트 트레이닝’과 ‘굿닥’ 등 원격 진료 서비스를 출시한 바 있다. 내년에는 반려동물 비대면 진료 서비스와 케이팝 콘텐츠 ‘바이브레이 랩’ 등을 추가할 예정이다.

◆ LG WebOS, 콘텐츠로 ‘선택과 집중’

LG전자도 WebOS를 미래 먹거리로 육성하고 있다. FAST 플랫폼인 LG TV 등 콘텐츠를 앞세워 자사 스마트 TV 뿐 아니라 타사에도 공급을 확대하며 경기 침체 속에서도 수익성을 방어하는데 큰 역할을 해냈다. WebOS 역시 개발 초기에는 모바일 OS였다. 휴렛팩커드(HP)가 PDA용 OS로 활용하던 것을 2013년 LG전자가 인수, 스마트워치와 가전은 물론 자동차용 인포테인먼트 시스템(IVI)에서도 OS로 썼다.

LG전자도 한때 WebOS를 가전 전체로 확대한다는 계획이었지만, 과감하게 정리하고 ‘선택과 집중’을 택했다. 이미

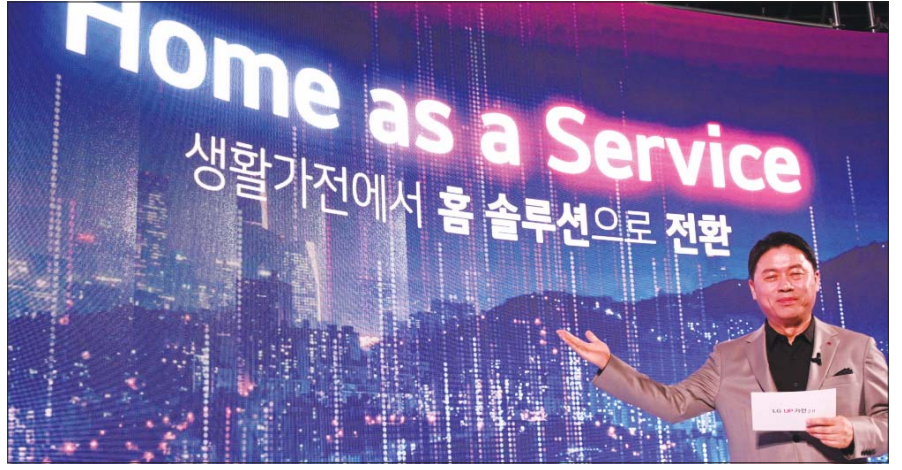
스마트워치와 가전 등에는 WebOS를 적용하지 않던 상황, 지난해에는 IVI 시장을 겨냥해 록소소프트와 합작했던 알루토 사업을 조기 종료했다. 대신 스마트 TV에서 활용하는 콘텐츠 플랫폼으로의 기능을 대폭 확대했다. 2021년 광고와 콘텐츠 데이터 분석 업체 ‘알폰소’를 인수하며 콘텐츠 확대 발판을 마련했고, ‘WebOS 허브’ 업그레이드는 물론 AI 기반 검색 및 추천기능을 강화하는 등 편의성도 대폭 높였다. 앞으로 5년간 1조원을 투자한다는 계획도 밝혔다.

특히 LG전자는 WebOS를 타브랜드에도 적극 공급하며 새로운 수익원도 만드는 데 성공했다. 전세계 가전 업체 스마트 TV는 물론, 최근에는 제네시스 GV80에도 WebOS를 탑재하며 오히려 포기했던 전장 시장을 다시 공략할 수 있게 됐다. WebOS 점유율이 LG전자 TV 판매량을 훌쩍 뛰어넘는 이유다.

LG전자 관계자는 “WebOS는 이제 OS라기보다는 다양한 콘텐츠를 제공할 수 있는 플랫폼에 가까워졌다”며 “화면을 쓰는 곳이라면 어디서든 사용할 수 있다”고 말했다.

◆ 가전도 첨단 VS 간단으로

삼성전자와 LG전자가 서로 다른 OS 운영 전략을 펴면서, 양사간 가전 개발



LG전자 H&A사업본부장 류재철 사장이 UP가전 2.0을 소개하는 모습. /LG전자

LG

업가전 2.0, 새로운 칩 OS 발표 콘텐츠 플랫폼으로 기능 확대 “무거운 OS 탑재할 필요 없어”

방향성도 뚜렷하게 교차하는 모습이다. 삼성전자가 가전에 더 많은 기능을 추가하려는 반면, LG전자는 가전본연의 역할에 충실하려는 방침으로 풀이된다.

삼성전자는 모든 가전에 타이젠을 사용하며 ‘초연결성’을 강화하는 것은 물론, ‘온디바이스AI’를 활용해 다양한 기능을 추가하겠다는 목표다. 로봇청소기인 AI봇과 같이 다른 기기들과 함께 공간을 더 정확하게 인식하고 연동하는 것은 물론, 집에서 획득한 데이터를 온디바이스AI를 활용하면 유출 우려 없이 안정적으로 활용해 다양한 서비스로 확보하려는 것으로 추정된다.

‘스크린 포 올’ 철학도 타이젠 확대 전략과 맞닿아 있다. 스크린 포 올은 미래에는 모든 곳에 화면이 설치될 것이라는 예측이자 선언이다. 이미 삼성전자는 TV는 물론 냉장고에 패밀리허브 등으로 다양한 가전에 스크린을 적용하고 있다. 이를 최대한 활용하기 위해서는 고성능 OS가 필요하다.

성능면에서도 문제가 없다는 입장이다. 가전에도 고성능 반도체 탑재가 보편화되는 상황, 타이젠을 OS로 사용한다고 성능 저하나 오작동이 일어날 가능성은 높지 않다.

삼성전자 관계자는 “가전은 계속 첨단화되고 있고, 이를 제대로 활용하기 위해서는 고성능 OS가 필요할 수밖에 없을 것”이라고 말했다.

반면 LG전자는 가전이 ‘가전’다워야 한다는 입장이다. 일찌감치 WebOS를 가전에서 삭제하고, 지난 7월 ‘업가전 2.0’을 발표하면서 가전을 위한 새로운 칩과 OS를 발표했다. 쉽고 간단하면서 안정적으로 작동하는데 초점을 맞췄다.

그러면서도 기존에 쓰던 MCU와 달리 OTA와 AI까지 실행할 수 있어 가전을 가동하기에는 충분하다는 설명이다. 이미 매트와 HCA 등 IoT 표준도 자리를 잡으면서 스마트홈 플랫폼을 연동해 다양한 기능을 구현 가능하다.

LG전자 관계자는 “쉽고 안정적으로 작동해야 하는 가전이 무거운 OS를 탑재할 필요는 없다”며 “스마트폰에서 작동하는 플랫폼이 다양한 역할을 하는 만큼, 최신 기능을 구현하는데도 어려움은 없을 것”이라고 말했다.

/김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr

해양자원을 활용한 완도 해양치유센터가 여러분을 찾아옵니다.



국내 최초 완도해양치유센터

GRAND OPEN

2023. 11. 24.(금)

