

# 한화오션, 폴란드서 ‘장보고-III 잠수함’ 기술력 과시

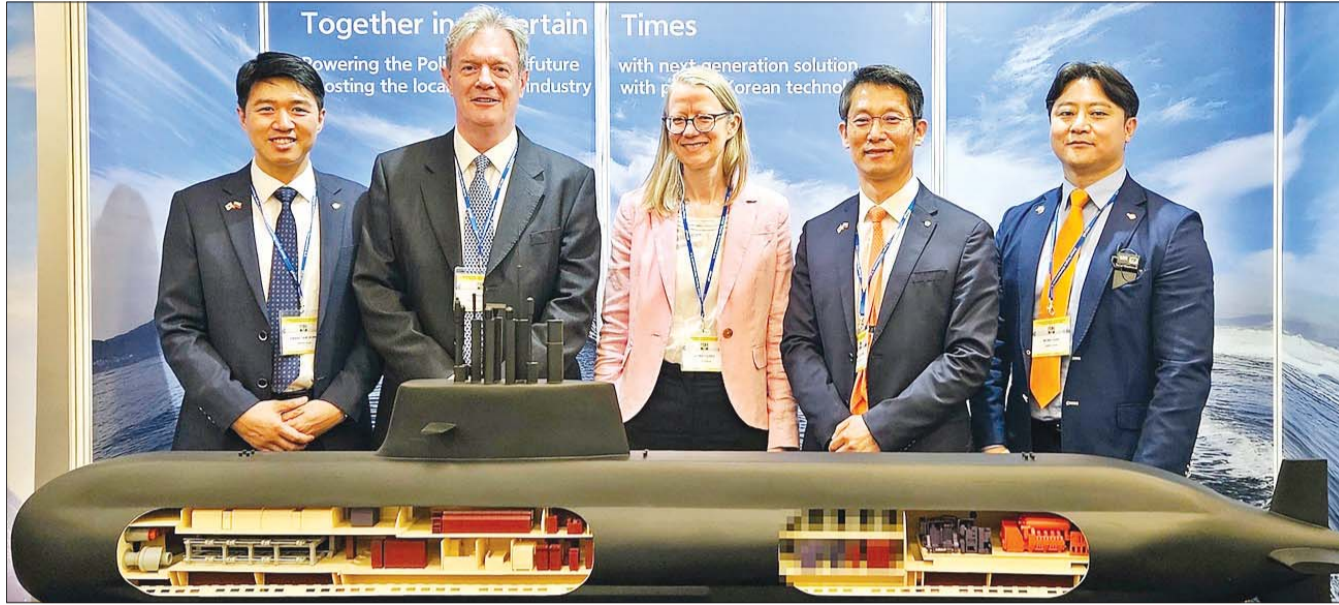
바르샤바 ‘국제 해양 안보 포럼’ 개최  
운용 개념·교육훈련 분야 발전안 제시  
주요 인사, 전시 부스 방문해 ‘관심’

한화오션이 해군 현대화 사업을 진행 중인 폴란드에 장보고-III 잠수함의 기술력을 과시했다.

한화오션은 지난 20일 폴란드 바르샤바에서 열린 ‘국제 해양 안보 포럼’에 참가해 장보고-III 잠수함을 알렸다고 24일 전했다. 국제 해양 안보 포럼은 매년 바르샤바에서 개최되는 폴란드 최대 해양 안보 콘퍼런스다.

이날 행사에는 폴란드 해군 현대화에 관심이 높은 방위산업체를 비롯해 폴란드 해군, 방위산업 전문가, 해양 안보 관계자 등이 참석했으며 박성우 한화오션 해외사업단 상무가 ‘잠수함 운용 개념 및 교육훈련 분야’에 대한 발전 방안을 제시했다.

한화오션 해외사업단장 정승균 부사장은 주재국 외국 대사, 폴란드 해군 등 주요 인사가 참석한 패널 토론에 참여



영국 발족 인터내셔널 국제 부문 총괄 닉 하인 경(왼쪽 두번째), 폴란드 주재 영국 대사 안나 클룬즈(왼쪽 세번째)와 한화오션 정승균 특수선 해외사업단장(왼쪽 네번째) 등 관계자들이 지난 20일 폴란드 바르샤바에서 열린 국제 해양 안보 포럼에 참가, 한화오션이 별도 마련한 전시 부스를 방문해 기념촬영을 하고 있다.

했다. 이 자리에서 정 부사장은 현지화 및 기술이전 그리고 수리와 정비 지원 방안에 대해 상세히 설명해 폴란드 해군 측이 갖고 있던 궁금증을 해결했다는 평을 받았다.

아울러 과거 독일에서 잠수함 기술을

도입한 한국이 어떻게 세계 잠수함 강국으로 부상할 수 있었는지, 그리고 이러한 경험을 바탕으로 어떻게 폴란드 해군 발전에 기여할지에 대한 비전을 제시했다.

특히 행사 기간 중 폴란드 주재 영국

대사와 미국 해군 무관, 폴란드 해군 작전사령부 부사령관 등 주요 인사들은 행사장에 마련한 한화오션 전시 부스를 방문해 장보고-III 잠수함에 많은 관심을 보였다.

지난달 폴란드 현지 업체들과 국내

협력 업체들을 초청해 ‘인더스트리 데이’를 열었던 한화오션은 이달 초 현지 방산업체와 함께 ‘폴란드 잠수함 공동 MRO(유지·보수·정비) 계획’을 폴란드 해군에 제출하기도 했다.

한화오션은 폴란드 해군에 향후 30년 이상 운용이 가능한 앞선 기술과 압도적 성능의 잠수함을 제공한다는 목표다.

정승균 부사장은 “오르카 프로젝트는 한-폴란드 양국 간 경제·산업 분야 및 해군 발전을 위한 협력을 한층 강화하는 마중물이 될 것이다”고 말했다.

오르카 사업은 폴란드 정부가 추진하고 있는 해군 현대화 사업의 일환으로 향후 해군에서 운용할 잠수함 3척을 새로 도입하는 프로젝트다. 폴란드 정부는 현재 잠수함 도입을 위한 절차를 추진 중이다. 빠르면 7월경 상위 3개 업체를 선정하고, 내년 상반기에 우선협상대상자를 선정할 것으로 예상된다.

한화오션은 현재 오르카 사업에서 독일, 프랑스, 스웨덴, 스페인 등 유럽의 잠수함 강호들과 치열한 경쟁을 벌이고 있다. /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

## LG이노텍, 자율주행 시장 진출

### “오는 2030년까지 연간 매출 2兆 육성”

CEO 전담 ‘라이다 사업 담당’ 신설  
카메라 모듈 사업 역량 강화 도모  
멕시코 3만평 부지 매입해 공장 증설

LG이노텍이 광학솔루션원천기술을 바탕으로 미래 핵심 분야인 자율주행 시장에 본격 진출한다. 오는 2030년까지 차량 센싱 솔루션 사업을 연간 매출 2조원 규모로 육성한다는 계획이다.

24일 LG이노텍에 따르면 문혁수 대표(사진)는 “모바일 카메라 모듈 사업에서 터득한 일등 성공 방정식을 기반으로, 차량 센싱 솔루션 사업을 오는 2030년까지 연 매출 2조 규모 사업으로 육성해 또 하나의 일등 사업으로 키워 내겠다”고 밝혔다.

LG이노텍은 차량 센싱 솔루션 관련 원천 기술을 보유한 만큼 자율주행 시



라이다(LiDAR) 레이더 등으로 이뤄져 있다.

특히 자율주행 시장에서 최대 관건은 운전자와 보행자의 안전으로, 주행에 방해가 될 만한 장애물을 탐지하는 차량 센싱 솔루션에 완성차 업체들이 주목하고 있다.

이에 LG이노텍은 고성능 라이다를 차량 센싱 솔루션 사업의 핵심 축으로 삼고 라이다 시장 공략에 나선다는 방침이다. 이를 위해 이달 초 최고경영자(CEO) 지속 전담 조직인 라이다 사업

담당을 신설했다.

또 다른 핵심축으로 삼은 제품군은 고부가 차량 카메라 모듈이다. LG이노텍은 차량 카메라 모듈 사업 역량 강화를 위해 올해 초 대만 AOE옵트로닉스와 지분 투자 계약을 했다.

LG이노텍은 멕시코 생산법인 인근에 3만평 부지를 추가 매입해 공장을 증설하는 등 설비투자도 확대 중이다. 내년 하반기부터 증설된 공장에서 차량 카메라 모듈을 양산한다.

또 차량 카메라 모듈과 라이다를 소프트웨어로 결합한 ‘센서 퓨전’을 앞세워 고객사 확보에 나설 방침이다. 화상 회의, 엔터테인먼트, 유아 모니터링 등 차량 내부에서 활용되는 ‘인 캐빈 차량 카메라 모듈’도 개발해 고객에게 제안할 계획이다. /구남영 기자 koogija\_tea@

## LS전선, 캐나다에 대용량 전력시스템 공급

북미 버스덕트 매출, 年 1억달러 전망

30% 이상 절감할 수 있다.

LS전선이 캐나다 공장에 전력배전시스템을 공급하며 글로벌 입지를 다진다.

LS전선이 넥스트스타에너지(Next Star Energy)의 캐나다 배터리 공장에 대용량 전력배전시스템 버스덕트(Bus Duct)를 공급한다고 24일 밝혔다.

넥스트스타에너지는 LG에너지솔루션과 스텔란티스(Stellantis)의 전기차(EV) 배터리 합작사로, 온타리오주 윈저시에 대규모 공장을 건설 중이다.

버스덕트는 금속 케이스 안에 관형 도체를 넣어 전력을 공급하는 시스템이다. 조립식으로 설치해 전선보다 설치와 이동이 간편하고, 전력 사용량을

LS전선 관계자는 “북미 시장은 대규모의 EV, 배터리, 반도체 공장과 데이터센터의 건설로 급성장하고 있다”며 “2030년 북미 버스덕트 매출이 연간 1억 달러에 이를 것으로 예상된다”고 말했다.

버스덕트는 특히 AI 산업 발달로 데이터센터 구축이 확대되면서 고성장이 예상된다. 고전력 장비인 데이터센터의 전력 공급을 효율적으로 관리해 안정적인 AI 운영을 지원한다.

LS전선은 기존 국내 시장 점유율 1위의 기술력을 기반으로, 기존 LS에코 에너지의 베트남 공장과 멕시코 신규 공장 등을 통해 글로벌 시장을 적극 공략할 계획이다. /차현정 기자 hyeon@

## KT, 전국 통신거점에 100Gbps 전송망 구축

기본비 10배 빨라지고 용량 6배 늘어

KT가 전국 270개 통신 거점을 잇는 전송망을 초당 100기가비트(Gbps)를 보낼 수 있는 네트워크 인프라로 개선했다고 24일 밝혔다. 기존 전송망은 1초당 10Gbps 수준이었다.

국내 통신사가 주요 통신 시설 전체를 100Gbps 급으로 연결한 것은 이번이 처음이다. KT는 전용회선 서비스를 이용하는 기업간거래(B2B) 고객들이 더 빠른 속도로 이용하는 추세를 반영해 전송망의 성능을 올렸다.

새로 구축한 전송망의 속도는 기존보다 10배 빨라졌고, 전송 장비의 용량은 6배 커져 데이터 전송 안정성이 크게 향상됐다. 기존의 노후화된 저속 시설이 줄어 전력 소모량과 탄소 배출량이 감소하는 효과도 기대할 수 있다.

KT 권해진 네트워크전략본부장(상



KT의 네트워크 전문가가 새롭게 구축된 100기가급 전송망을 점검하고 있다. /KT

무)은 “이번 구축으로 KT는 국내 최대 규모의 100G 네트워크 기반 차세대 통합 전송망을 통해 기존의 노후화된 전송망을 통합하고 보다 안정적인 서비스를 제공하게 됐다”며 “앞으로도 지속적인 고도화로 고객들에게 더욱 향상된 서비스 품질을 제공할 것”이라고 전했다.

/이혜민 수습기자

## KT넥스알-나스미디어, AI 기술특허 공동출원

광고 전환율 2배 높여

KT그룹의 빅데이터 전문기업 KT넥스알은 나스미디어와 인공지능(AI)을 기반으로 잠재고객의 행동을 예측해 광고 전환율을 높이는 기술 특허를 공동 출원했다고 24일 밝혔다. 광고 전환율은 광고를 접한 사람 중 실제 구매자의 비율을 뜻한다.

양사가 출원한 기술은 자체 딥러닝을 적용한 알고리즘을 활용해 광고를 본 잠재고객의 전환 행동을 예측한다. 상품을 구매할 가능성이 높은 고객에게 광고를 노출해 전환율을 높이겠다는 목적이다.



KT넥스알 직원들이 광고전환율을 높이는 AI 기술을 도입한 나스미디어의 데이터 관리 플랫폼(DPM)을 활용하는 모습. /KT

KT넥스알은 잠재고객의 행동 패턴을 분석하던 중 구매 전환 과정에서 고객이 취하는 특정 행동을 발견해 이를 특허 아이디어로 발전시켰다. 여기에 제품 인지부터 구매까지 모든 과정에서

발생하는 빅데이터를 활용해 예측 정확도를 높였다.

특히 기술을 탑재한 나스미디어의 데이터 관리 플랫폼(DMP)을 활용해 시뮬레이션을 진행한 결과 같은 비용을 들였을 때 클릭률은 안정적인 수준을 유지하면서도 전환율은 기존 핵심 광고그룹 대비 2배 이상 증가했다.

디지털 마케팅을 수행하는 기업들은 플랫폼을 바탕으로 최적화된 마케팅 전략을 수립해 ▲구매 전환율 향상 ▲초개인화 마케팅 강화 ▲효율적인 자원배분 ▲고객 인사이트 등 광고성과 및 매출 성장을 극대화할 수 있을 것으로 기대된다. /이혜민 수습기자 hyem@