

조주완 “구독사업 3배 확대… 불확실성 대응 전략 준비 완료”

(LG전자 최고경영자)

LG, 2025년 사업 전략 발표
플랫폼 서비스 매출 5배 성장 제시
B2B 매출 비중 45%로 확대 목표
로봇 기반 신사업, 휴머노이드 개발

“불확실성의 지속으로 이제는 다른 차원의 정교한 실행 전략이 필요한 상황이다. LG전자는 어떤 시나리오든 다 준비해놨다.”

조주완 LG전자 최고경영자(CEO)가 미국 라스베이거스에서 현지시간 8일(현지시간) 기자회견을 열고 2025년도 사업 전략을 소개하며 이같이 밝혔다. 이날 기자회견에는 조 CEO를 비롯해 류재철 HS사업본부장(사장), 박형세 MS사업본부장(사장), 은석현 VS사업본부장 등이 참석했다.

조주완 사장은 트럼프 2기 출범에 따른 경영 불확실성과 관련해 “어느 해보다 앞이 잘 보이지 않는, 어렵다는 말로도 표현하기 힘든 고단한 한 해가 될 것”이라면서도 “여유 ‘지혜 주머니’ 처럼 LG전자만의 플레이백을 갖고 시나리오에 따른 대응 방법을 준비해놨다”고 강조했다.

그는 대외 불확실성에 전략적으로 대응하기 위한 준비를 치밀하게 짜놓았다고 밝혔다. 글로벌 시장과 경쟁환경



조주완 LG전자 사장이 8일(현지 시간) 세계 최대 IT·전자 전시회 ‘CES 2025’가 열린 미국 라스베이거스 LVCC에서 기자 간담회를 갖고 있다. /LG전자

을 경영활동의 상수(常數)로 두고 실행 전략을 정교화하는 데 주력하며 사업의 ‘구조적 경쟁력’을 확보하고 ‘질적 성장’을 가속화하겠다는 목표다.

구체적으로 LG전자는 웹(web)OS 광고 등을 포함한 플랫폼 기반 서비스 사업 매출을 2030년까지 현재의 5배 이상으로 늘린다는 목표다. 전사 영업이익의 20%를 담당하는 핵심 사업모델로 육성한다는 방침이다.

또한 구독사업 매출을 2030년까지 3배 이상 늘리겠다는 목표다. 최근 LG전자의 구독 사업은 계속해서 고속 성장 중이다. 지난해 구독 사업 매출액은 직전년도 대비 75% 이상 성장해 2조 원을 육박했다. 당초 목표였던 1조8000억 원을 훌쩍 넘겼다.

아울러 B2B 매출 비중을 오는 2030년까지 45%까지 확대하겠다고 밝혔다. 지난 2021년 27% 수준이던 B2B 매

출 비중은 지난해 말 기준 35%까지 올라갔다. LG전자는 B2B 사업 가속화 차원으로 전장 사업에 이어 AI 시대 고속 성장이 전망되는 냉난방공조(HVAC) 사업에 본격 드라이브를 건다.

조 사장은 아울러 인도 시장에서 대해서는 자신감을 내비쳤다. 그는 “인도에서 LG전자는 냉장고와 세탁기 등 생활가전을 비롯해 TV 시장에서도 1위를 달리고 있다”며 “앞으로 인도의 국민브랜드가 되고 싶다”고 했다.

올 상반기 예정된 LG전자 인도법인 IPO(기업공개)와 관련해서는 “인도법인의 IPO는 인도 시장의 잠재력을 보고 하는 것이고 자금 유입은 부가적인 것”이라고 말했다.

이어 “인도는 잠재력이 큰 시장”이라며 “에어컨 보급률이 10%가 안 돼 더운 날씨에 많은 사람들이 죽어가고, 인구 70~80%가 냉장고·세탁기 없이 살고 있다”고 말했다. 그러면서 “앞으로 많은 공장을 지어 현지 완결형 사업을 확대하겠다는 생각도 있다”고 밝혔다.

조 사장은 중국 기업의 공세에 대해 사업 잠재력 극대화 플랫폼 기반 서비스 사업 확대, B2B 사업 가속화 등을 통해 돌파구를 마련하겠다는 방침이다. 조 사장은 중국 가전 업체들의 성장과 관련해 “그동안 위협에 대한 인식 단계

였다면, 이제부터는 대응을 위한 실행 단계로 옮겨야 한다”는 견해를 밝혔다.

LG전자는 이날 중국 가전과의 경쟁 방향도 구체적으로 언급했다. 특히 중국 위협이 거센 초대형 TV 사업과 관련해 박형세 LG전자 MS사업본부장 사장은 “중국 업체들의 TV가 110형, 116형으로 커졌는데 제품을 보고 많이 놀랐다”며 “(LG전자도 어떻게) 쫓아갈 것 인지 스테디하고 있다”고 밝혔다.

다만 “100형 이상으로 만들 경우, TV를 실내로 가져올 때 문을 뜯지 않고 수용 가능한 가옥 구조가 전 세계적으로 몇 가구나 될 지 고민하고 있다”며 LG전자도 올해 100형 제품을 출시하는데, 고객 관점에서 의사 결정을 할 생각”이라고 소개했다.

마지막으로 로봇을 기반으로 한 신사업 개발에 주력하겠다고 밝혔다.

조주완 사장은 “로봇은 확실한 미래”라며 “가사 노동해방을 위해 휴머노이드 로봇을 개발하고 있다”고 강조했다. 기존 물류, 배송, 서빙용 로봇에 더해 ‘로봇의 끝판왕’으로 불리는 휴머노이드까지 내놓겠다는 것이다. LG전자는 휴머노이드 로봇의 초기 버전인 인공지능(AI) 에이전트 ‘Q9’을 2~3월 ‘베타 테스트’를 거쳐 연말에 출시할 계획이다.

/구남영 기자 koogija_tea@metrosoul.co.kr

주목받는 양자컴퓨팅… 글로벌 빅테크 경쟁 가열

구글·IBM 등 빅테크 도전장
AI와 양자 기술 융합 가능성 탐색
젠슨 황 “상용화 15~30년 후 전망”

올해 CES에 처음으로 양자컴퓨팅 부문이 신설되며 양자 컴퓨터에 대한 관심이 높아지고 있다. 주관사인 미국 소비자기술협회(CTA)는 “양자기술은 산업을 재편하고 우리의 역량을 강화할 수 있는 혁신의 힘”이라며 이번 CES 2025에 신설할 계획이라고 밝힌 바 있다.

7일(이하 현지시간) CES 2025가 개막한 가운데 양자컴퓨팅 부문이 신설되고 9일에는 반나절 가량 양자컴퓨팅의 실질적 응용에 초점을 둔 콘퍼런스가 진행될 예정이다. 이번 콘퍼런스는

국제 행사인 ‘퀀텀 월드 콘그레스’와 협력하여 마련되었으며, 주제는 ‘양자, 비즈니스를 뜻하다(Quantum Means Business)’다. 이론적 수준에 머무르던 양자기술의 구체적 활용 비즈니스 응용 사례를 발굴하는 데 초점을 둘 예정이다.

구글, IBM을 비롯해 이온포획식 양자컴퓨터 개발 기업 이온큐(IonQ) 등 양자컴퓨터 관련 기업들이 참여하는 가운데 미국물리학회, UN 세계 양자과학 기술의 해(IYQ) 집행 위원회 등이 참여한다.

양자컴퓨터는 기존 디지털 컴퓨터가 사용하는 비트(bit) 대신 양자 비트(qubit)를 활용해 정보를 처리하는 새로운 방식의 컴퓨터다. 양자역학 원리를 기

반으로 작동하며, 기존 컴퓨터보다 복잡한 문제를 훨씬 빠르게 해결할 잠재력을 지닌다.

다만, 양자 컴퓨터의 작동 원리는 양자 역학의 주요 특성인 중첩(superposition), 얽힘(entanglement), 양자 게이트(quantum gate)로, 아직 현존 기술로는 구현이 어렵다.

젠슨 황 엔비디아 CEO도 글로벌 기자회견에서 양자컴퓨터를 언급했다. 다만 황은 “매우 유용한 양자 컴퓨터가 나오는 데 15년이 걸린다고 하면 아마도 이른 편에 속할 것이고, 30년이면 늦은 편일 것”이라며 상용화 시점을 멀게 내다봤다.

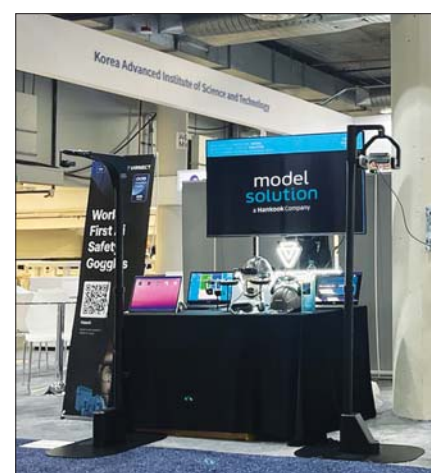
기술적 어려움에도 불구하고 글로벌 빅테크 기업들은 천문학적 비용이 들고

당분간 수익성이 낮은 양자 컴퓨터 연구에 열을 올리고 있다.

구글은 지난달 9일 양자칩 ‘윌로우(Willow)’를 개발했다고 소식을 전해 양자컴퓨터 상용화 기대를 키우고 있다. 구글에 따르면 10셉틸리온(septillion·10²⁴)년 걸리는 문제를 단 5분 만에 처리할 수 있다. 10셉틸리온년은 우주나이 138억년의 약 72조배다.

퀀텀 AI 설립자인 하트무트 네벤(Hartmut Neven)은 “윌로우 칩은 양자컴퓨팅에서 오류 수정과 성능 면에서 괄목할 만한 성과를 보여줬다”며 “대규모 양자 컴퓨터 구축을 위한 기반이 될 것”이라고 말했다.

/김서현 기자 seoh@



CES 2025에 참여한 한국엔컴퍼니그룹의 모델솔루션버넥트 공동 운영 부스 전경.

모델솔루션 AI AR 디바이스 선택

한국엔컴퍼니그룹이 증강현실 디바이스로 글로벌 시장 공략에 나선다.

한국엔컴퍼니그룹은 9일 계열사 모델솔루션이 ‘CES 2025’에 참가해 증강현실 디바이스를 공개했다고 밝혔다.

모델솔루션은 인공지능(AI)·확장현실(XR) 기술 전문기업 버넥트와 공동 개발한 AI 스마트 고글과 자체 개발한 산업용 증강현실(AR) 디바이스 ‘MS-AR20SE’를 전시했다. 두 제품 모두 올해 상반기 출시를 목표로 하고 있다.

AI 스마트 고글은 디지털 트윈 기술을 기반으로 스마트 팩토리를 구현하도록 설계됐다. 클린룸 환경에서 제조해야 하는 반도체 및 의료기기 생산의 산업 현장에서 사용하기에 최적화된 제품이다.

MS-AR20SE는 원격지원, IoT 정보 가시화, 디지털 작업지시 등의 기능이 있고, 액세서리 장착을 통해 활용도를 확장할 수 있다. /양성운 기자 ysw@

삼성, TV로 즐기는 ‘아트 스토어’ 세계 명화

3000여 점 작품 4K 화질로 경험

삼성전자가 ‘CES 2025’에서 아트 구독 서비스 ‘삼성아트 스토어’를 소개했다. 삼성전자는 전시장에 ‘흠 포 아츠’ 존을 마련해 마이크로 LED, 네오 QLED D8K, 네오 QLED, 더 프레임 등을 전시했다. 삼성전자와 파트너십을 맺은 미국 뉴욕현대미술관(MoMA), 프랑스 오르세 미술관, 아트바젤의 작품들을 직접 감상할 수 있다.

삼성아트 스토어는 올해부터 더 프레임을 넘어 네오 QLED, QLED 모델

로 확장 적용된다. 삼성아트 스토어 구독자들은 삼성 TV를 통해 사진, 일러스트 작품부터 유명 미술관·갤러리가 소장한 작품 약 3000점을 4K 화질로 감상할 수 있다. 삼성아트 스토어는 정기업데이트를 통해 매일 다채로운 큐레이션 작품을 제공하며, 사용자들을 예술의 세계로 안내하고 있다.

또한 더 프레임의 ‘아트 스트림’ 서비스를 통해 전문가가 직접 큐레이팅한 작품을 매일 30점씩 무료로 제공한다.

삼성전자는 5일(현지시간) 열린 ‘삼성 퍼스트 룩 2025’에서도 아트 TV 리



CES 2025가 열리고 있는 미국 라스베이거스 컨벤션센터 삼성전자 전시관에서 관람객들이 ‘새로운 경험을 보여주는 집’의 아트 경험을 체험하고 있다. /삼성전자

더십을 공고히 했다.

초청 연사로 나선 헤일리 로머 아트 바젤 CGO(최고성장책임자)는 “아트 스토어를 통해 예술이 물리적 한계를 뛰어

넘어 전 세계 다양한 관객들과 만나고 있다”며 “새로운 디지털 전시의 장으로서 대중의 예술 향유 기회를 증대시키고 있다”고 말했다. /구남영 기자