"10년 노하우 총 집약… 잔상·번인 등 OLED 한계 극복"

LG전자 TV 신제품 발표회

'싱크 투 유, 오픈 투 올' 슬로건 공개
M시리즈 추가, 첫 97형 출시 예정
웹 OS 업그레이드… 편의성 강화

LG전자는 8일 서울 서초R&D 캠퍼스에서 2023년형 LG TV 신제품 발표회를 열고 새로운 슬로건 '싱크 투 유, 오픈 투 올'을 공개했다.(왼쪽부터) 백선필 HE상품기획담당(상무), 정재철 HE연구소장(전무), 조병하 HE플랫폼사업담당(전무), 김선형 한국HE마케팅담당(상무)

LG 시그니처 올레드 M /LG전자

"올레드(OLED) TV는 LG입니다."

LG 전자가 OLED TV로 기술 혁신을 이어간다. 10년간 꾸꾸이 쌓아온 OLED TV 노하우를 활용해 압도적인 'F.U.N' 경험을 제공한다는 방침이다. 프리미엄 시장 대세로 자리잡은 OLED TV는 경쟁사들도 앞다퉈 신제품을 출시하고 있다.

LG전자는 8일 서울 서초R&D 캠퍼스에서 2023년형 LG TV 신제품 발표회를 열었다. 2013년 처음 올레드 TV를 발표했던 장소에 10년만에 돌아와 시장을 개척한 성과를 기념했다. 새로운 슬로건 '싱크 투 유, 오픈 투 올'을 공개하며 올레드 TV가 나아갈 미래도 제시했다.

◆ 하드웨어로 '싱크 투 유'

LG전자는 이번 신제품으로 소비자 취향과 라이프 스타일에 맞춘 탁월한 시청 경험을 제공한다는 목표다.

일단 라인업을 더욱 확대했다. 올레드 TV는 지난해 40형대 제품과 함께 구부러지는 '플렉스'를 선보인데 이어, 올해에는 OLED TV 시장에서는 처음으로 97형까지 출시할 예정이다. 롤러블 TV인 R은 물론 지난 CES2023에서 혁신상을 받았던 연결선 없는 M시리즈도 새로 추가하며 29개 모델로 늘렸다.

라이프스타일 제품군도 그대로 이어간다. 스탠바이 미를 비롯해 벽에 기대어 놓고 화면 노출 수준을 조절할 수 있는 포제 등으로 다양한 소비자 니즈를 충족한다는 방침이다.

특히 LG전자는 10주년을 맞은 올레드 TV 품질을 한층 더 끌어올리며 리더십을 재확인했다. 올레드 에보 라인업에 빛을 극대화하는 '마이크로 렌즈 어레이(MLA)를 사용한 '밝기 향상 기술'을 적용해 조도를 최대 70% 씩이나 밝게 만들었다. 빛 반사와 화면 비침 현상도 줄였다. 그러면서도 전력 소모나 내구성은 더 개선했다는 설명이다.

OLED TV 한계인 잔상, 번인으로 흔히 불리는 문제에 대해서도 자신감을 드러냈다. 패널 뿐 아니라 여러 부품 소재를 교체하고 효율을 극대화, 그리고 고유의 알고리즘을 활용해 잔상 현상을 거의 해결했다는 것.

핵심 기술은 10년 '노하우'로 만들었다. 시행 착오를 거듭하며 소재를 최적화하고, 수많은 사용 데이터를 축적해 잔상이 발생하지 않는 화질 최적화 방안을 고안해냈다. 이를 통해 적용한 기술이 10가지 이상이라며, 경쟁사들과 분명히 차별화했다고 강조했다.

LG전자 HE연구소장 정재철 전무는 "OLED TV 잔상을 해결하기 위해서는 기술보다 소비자가 어떤 콘텐츠를 얼마나 소비하는지를 파악해야 한다"며 "경쟁사들이 10년간 데이터를 축적한 LG전자를 따라오기 어려울 것"이라고 자신했다.

올레드 TV 10년 노하우는 알파9 6세대에 녹였다. 알파9은 올레드 TV 전용 프로세서로, 10년간 6세대에 걸쳐 성능 개선을 거듭해 올레드 TV 단점을 대부분 해소했다. 음향도 강화했다.

◆ 웹OS로 '오픈 투 올'

LG 올레드 TV는 하드웨어로만 이뤄지지 않는다. 웹OS도 핵심 기능을 맡고 있다. 영상이나 게임 등 다양한 콘텐츠를 제공하는 것은 물론, 스마트홈을 구축하기 위해서도 꼭 필요하다. LG전자 사업적으로 적지 않은 수익을 가져다주는 미래 먹거리기도 하다.

LG전자는 신형 TV에 웹OS23으로 업그레이드하며 모두가 함께 TV를 쓸 수 있도록 하는데 초점을 맞췄다.

우선 개인 취향에 따라 TV를 활용할 수 있도록 개선했다. TV를 켜면 방송이 아닌 홈 화면부터 출력, 계정을 선택해 나만의 화면을 구성하는 '마이홈'을 사용할 수 있다.

마이홈은 계정에 따라 완벽하게 맞춤형 기능을 제공한다. 원하는 콘텐츠를 선택해 관련 내용을 골라 보는 '퀵 카드'와 함께, 시청 내역과 검색 목록에 따라 새로운 콘텐츠를 추천하는 AI 컨시어지가 대표적이다. 마이크로소프트의 윈도365 등 콘텐츠를 사용해 TV만으로 업무를 할 수도 있다. '맞춤 화면 설정'을 작동하면 6단계에 걸쳐 화질을 선택해 선호하는 화질도 골라준다.

TV 시청에 어려움을 겪는 사용자를 위해 접근성도 크게 강화했다. 리모컨 배우기 기능과 함께 접근성 기능을 선택하면 스스로 음성 안내를 병행하고, 수어 화면 크기도 크게 키울 수 있다.

LG전자는 과감하게 생태계도 개방했다. 웹OS를 지원하는 OTT 서비스를 지원함은 물론, 에어플레이2와 함께 '미러 캐스트'를 통해 아이폰이나 안드로이드 스마트폰을 쉽게 미러링할 수 있다. 안드로이드 편의성을 강화하기 위해 구글과 협력하고 있다고 덧붙였다.

스마트홈도 LG전자가 운영하는 씽큐는 물론 웹OS를 지원하는 다양한 플랫폼을 사용할 수 있도록 했다. IoT 표준인 매터 규격으로 아마존 알렉사와 애플 홈킷을 사용 가능하다

/김재웅 기자 juk@metroseoul.co.kr

YouTube 유튜브〈메트로신문〉 동영상 제공

현장중심 혁신 드라이브… '국내영업·기업투자금융' 신설

우리금융그룹 조직·인사 개편

임종룡 회장 체제 청사진 드러나
이원덕 우리은행장 후임 이목집중

임종룡 우리금융지주 회장 내정자.

우리금융그룹이 대대적인 조직 및 인사 개편을 단행하면서 임종룡 회장 체제의 막이 올랐다. NH농협회장과 금융위원장 시절에도 '현장'을 중요시한 만큼 후임 우리은행장 역시 현장 경험이 풍부한 인물이 부상할 것이란 의견이 지배적이다.

8일 은행권에 따르면 우리금융그룹은 전날 자회사후보추천위원회(자추위)를 열고 자회사 14곳 중 은행 포함 9곳의 최고경영자(CEO)를 전면 교체했다.

이들 CEO는 오는 22~23일 각사 주주총회를 거쳐 취임할 예정이다. 각 자회사는 신임 대표가 부임하는 즉시 지주사의 기본 전략에 맞춰 인사와 조직 개편을 단행할 방침이다.

임 내정자는 지난 2013년 NH농협금융지주 회장으로 취임했을 때도 첫인사에서 지주·계열사 임원 15명 중 11명을 교체하면서 과감한 변화를 선택했다. 우리금융지주의 경우 지배구조 및 조직 문화 쇄신이란 이슈도 걸려 있는 만큼 '대거교체'를 통해 조기 경영 안정과 내·외부 분위기 쇄신에 나서려는 포석이다.

가장 큰 변화는 기존 '19그룹 7본부 83부서'에서 '2부문 21그룹 5본부 83부서' 체제로 바뀐다는 점이다. 국내영업부문과 기업투자금융부문을 신설해 산하에 각 5개, 4개의 주요 영업 관련 그룹들을 배치했다.

대신 기존에 은행 영업을 기획·총괄하던 영업총괄그룹을 폐지해 각 부문장의 책임경영 권한을 강화했다.

은행 고객을 개인과 기업으로 나눠 각 영업 조직을 그 안에 포함시켜 총괄하도록 한 것은 임 내정자가 영업 조직을 강화하겠다는 의지를 보인 것으로 풀이된다.

임 내정자는 지난달 지주사와 자회사 업무보고를 받고, 영업 현장 점검을 통해 본격적인 취임 준비에 착수했다.

임 내정자는 NH농협금융 회장과 금융위원장 시절 언제나 답은 현장에 있다고 생각한다고 지속적으로 강조한바 있다.

그는 지난달 취임 전 이례적으로 지점을 방문해 영업점 직원 등과 소통하면서 현장 이야기를 들은 것으로 알려졌다. 현장 문제를 파악하고 어떻게 도울 것인지 효과적인 방법을 1순위로 생각하기 위해서다. 전날 인사 역시 현장 경험이 풍부한 인물들이 배치됐다는 평가다.

이에 따라 이원덕 우리은행장 후임에 관심이 쏟아지고 있다. 우리금융 핵심 자회사로 비중이 가장 크고 임 내정자와 호흡을 맞춰야 하는 만큼 외부 보단 내부에서 현장 경험이 풍부한 인물이 선임될 것이란 관측이다.

가장 유력한 인물은 박화재 우리금융지주 사장과 김종득 우리종금 대표, 김정기 우리카드 사장의 이름이 오르내린다. 전날 단행된 조직개편에서 발령이 나지 않았기 때문이다. 이들 역시 현장 경험이 누구보다 뛰어나다는 평가를 받고 있다.

우리금융 관계자는 "그룹 개혁의 촉매제가 될 과감한 경영진 인사와 조직 개편을 조기에 마무리한 만큼 주총 이후 신임 회장이 그려온 경영 로드맵대로 빠르게 영업 속도를 높이게 될 것"이라고 말했다.

/이승용 기자 lsy2665@

美 빅스텝땐 韓 1.75% 차이… 업계, 4월 금리인상 전망

》1면 '긴축효과 못 느껴…'서 계속

지난해 12월 FOMC는 최종금리를 5.1%(5~5.25%, 중간값 5.1%)로 제시했다. 올해 5% 중반을 넘어 6%까지 오를 수 있다는 것이다.

◆ 한국 최종금리 4% 전망

"안개가 가득할 때는 차를 세우고 지켜보는 것이 낫다. 안개가 사라질 때까지 본 다음 방향을 결정하겠다."

이창용 한국은행 총재는 지난달 기준금리를 3.5%로 동결하며 이 같이 말했다. 1년반 동안 기준금리를 3%p가량 인상한 효과가 물가에 반영되고 있는지 살펴보고, 미국의 통화정책과 중국의 경기 회복 등의 불확실성이 제거되면 추가 금리인상 여부를 결정하겠다는 의미다.

통계청에 따르면 소비자물가지수(CPI)는 110.38로 1년전과 비교해 4.8% 상승했다. 지난해 6월 6%까지 오른 소비자물가상승률은 9월 5.6%, 12월 5%대에 머무르다 1월 4%대에 진입했다. 이 총재는 "3월 이후 물가가 4.5% 이하로 내려가고, 연말에는 3% 초반이 될 것"이라고 했다. 기준금리 인상의 효과가 물가에 반영되고 있다는 분석이다.

다만 예상보다 길어진 미국의 통화정책은 변수로 작용한다. 현재 미국의 기준금리는 4.50~4.75%로 우리나라의 금리보다 1.25%p 높다. 연준이 이달 FOMC에서 기준금리를 0.5%p 인상하면 한미금리차는 1.75%까지 벌어진다.

우리나라의 금리가 미국보다 낮아지면 더 높은 수익률을 쫓아 국내증시와 채권시장 등에서 외국인 자본이 유출될 수 있기 때문에 원화 약세요인으로 작용할 수 있다. 또한 달러강세로 수입품목의 가격이 오르면서 물가에도 반영될 수 있다.

업계 안팎에서는 오는 4월 금융통화위원회에서 기준금리를 0.25%p 이상 인상할 것으로 보고 있다.

/나유리 기자 yul115@