네이버, 엔비디아 10억弗 투자 유치 브룩필드와 90억弗 인프라 확보 협상

22년 만에 제3자 배정 유증
GPU·데이터센터 확보 추진
2027년 55MW AI팩토리 가동
글로벌 소버린 AI시장 공략

지난 24일(현지 시간) 미국 캘리포니아주 엔비디아 사옥에서 이해진 의장과 엔비디아 젠슨 황 CEO가 10억 달러 규모의 전략적 투자 계약을 체결한 후 악수를 하고 있는 모습. /네이버

네이버가 엔비디아의 전략적 투자와 브룩필드의 대규모 인프라 자금 조달을 기반으로 글로벌 인공지능(AI) 인프라 시장 공략에 속도를 낸다. GPU 확보부터 데이터센터 조달까지 AI팩토리 핵심 기반을 갖추며 소버린 AI 시장 선점에 나선다는 전략이다.

네이버는 엔비디아로부터 제3자 배정 유상증자 방식으로 10억달러(약 1조4600억원) 규모의 전략적 투자를 유치했다고 27일 밝혔다. 엔비디아는 이번 투자로 네이버 지분 4.5%(보통주 724만1564주)를 취득한다. 납입 예정일은 오는 10월 30일이다.

네이버가 제3자 배정 유상증자를 실시하는 것은 22년 만이며, 2008년 코스피 이전 상장 이후 처음이다. 회사는 이번 투자가 지난 6월 양사가 발표한 기가와트(GW)급 글로벌 AI팩토리 구축 협력의 후속 조치라고 설명했다.

브룩필드와의 협력도 본격화한다. 네이버는 90억달러 규모의 GPU와 데이터센터 인프라 확보를 위해 글로벌 대체투자사 브룩필드를 독점 우선협상대상자로 선정했다. 브룩필드는 데이터센터와 에너지 인프라 투자에 강점을 가진 글로벌 투자사로, 네이버는 이를 통해 AI 서비스 확대에 필요한 컴퓨팅 자원을 안정적으로 확보한다는 계획이다.

두 계약 규모를 합치면 약 100억달러에 이른다. 회사는 이를 통해 AI팩토리 사업의 핵심인 GPU 수급과 인프라 조달이라는 과제를 단기간에 해결할 수 있게 됐다고 설명했다.

주주환원 정책도 병행한다. 네이버는 지난 24일 이사회에서 약 1조원 규모의 자사주 490만주를 오는 8월 3일 소각하기로 의결했다고 공시했다.

네이버클라우드는 엔비디아와 AI 컴퓨트 파트너십 계약도 논의 중이다. 양사는 기술 협력뿐 아니라 수요와 자본을 아우르는 형태의 협력을 추진해 AI팩토리 사업을 공동으로 확대할 계획이다.

네이버는 데이터센터와 GPU 클러스터, AI 플랫폼, 자체 거대언어모델(LLM), 서비스까지 모두 직접 운영하는 풀스택 AI 역량을 강점으로 내세우고 있다. 전국 20여곳의 GPU 인프라를 운영하고 있으며, 최대 10만장 규모 GPU 클러스터를 기반으로 대규모 GPUaaS(서비스형 GPU) 사업도 추진하고 있다.

회사는 2027년 상반기 55MW 규모 AI팩토리를 우선 가동한 뒤 2028년 200MW 규모로 확대하고, 장기적으로는 1GW급 AI 인프라 구축을 추진할 계획이다. 이를 기반으로 아시아·태평양과 유럽, 중동 등 글로벌 소버린 AI 시장을 공략한다는 구상이다.

최수연 네이버 대표는 "엔비디아와 브룩필드의 투자는 네이버 미래 성장의 중요한 전기가 될 것"이라며 "AI팩토리 고객사 확보에도 속도를 내 글로벌 AI 인프라 시장의 핵심 기업으로 도약하겠다"고 말했다.

/최빛나 기자
vitna@metroseoul.co.kr

AXZ, '다음'으로 간판 바꾸고 AI포털 승부수

업스테이지 인수 뒤 사명 변경 추진
'솔라' 접목해 차세대 검색 구축
AI 모드·분야별 에이전트 선봬

ChatGPT에 의해 생성된 AI 포털 기업으로 재도약하는 '다음'의 미래형 사무공간 이미지.

포털 다음 운영사 AXZ가 사명을 '다음'으로 변경하며 인공지능(AI) 포털 기업으로의 전환을 본격화한다. 한때 국내 대표 포털이었던 '다음' 브랜드를 다시 전면에 내세워 AI 검색과 에이전트 서비스를 중심으로 새로운 성장동력을 확보하겠다는 전략이다. 업계에서는 단순한 사명 변경을 넘어 AI 시대 브랜드 재정립을 선언한 것으로 해석하고 있다.

27일 IT업계에 따르면 AXZ는 사명을 '다음'으로 변경하는 절차를 진행 중이다. 이 회사는 지난해 카카오에서 분사하며 AXZ라는 이름을 사용했지만, 업스테이지 인수 이후 AI 포털 전략에 맞춰 다시 '다음'을 기업명으로 내세우기로 했다.

업계에서는 이번 결정의 핵심을 브랜드 가치에서 찾는다. AXZ는 업계 외에는 인지도가 거의 없지만, 다음은 1995년 서비스를 시작해 30년 가까이 국내 인터넷을 대표해온 브랜드다.

AI 서비스 경쟁이 심화되는 상황에서 새로운 이름을 키우기보다 이용자들에게 익숙한 브랜드를 활용하는 편이 경쟁력 확보에 유리하다는 판단이 반영됐다는 분석이다.

사명 변경은 AI 전략과도 맞물린다. 업스테이지는 지난 5월 AXZ 인수를 마무리하면서 자체 거대언어모델(LLM) '솔라(Solar)'를 다음 검색과 콘텐츠 데이터에 접목해 차세대 AI 포털을 구축하겠다는 청사진을 제시했다. 단순 키워드 검색을 넘어 이용자의 질문 의도와 맥락을 이해하고 답을 제공하는 '콘텍스트 AI'가 핵심이다.

실제 다음은 이달 AI 요약 베타 서비스를 시작했으며, 연내 대화형 검색인 'AI 모드'와 쇼핑·여행·맛집·부동산 등 분야별 AI 에이전트도 순차적으로 선보일 계획이다. AI가 검색 결과를 나열하는 수준을 넘어 이용자를 대신해 정보를 탐색하고 종합하는 형태로 진화하겠다는 구상이다.

다음의 재도약은 국내 AI 검색 경쟁에도 변수가 될 전망이다. 현재 네이버는 AI탭을 앞세워 검색을 AI 중심으로 전환하고 있으며, 개인 맞춤형 에이전트를 연내 확대할 계획이다. 카카오는 자체 AI 서비스와 카나나를 기반으로 AI 플랫폼 경쟁력을 키우고 있다.

여기에 다음은 업스테이지의 AI 모델과 30년간 축적한 검색·카페·블로그 데이터를 결합해 AI 포털 시장을 공략한다. 특히 정부의 독자 AI 파운데이션 모델 프로젝트와의 연계 효과도 기대하고 있다.

업계에서는 AI 시대에는 검색 품질뿐 아니라 브랜드 신뢰도 역시 중요한 경쟁 요소가 될 것으로 보고 있다. 'AXZ'보다 '다음'이라는 이름이 이용자 접근성과 인지도 측면에서 훨씬 강력한 자산이라는 평가다.

IT업계 관계자는 "포털 시장은 사실상 네이버 중심으로 재편됐지만 AI가 검색 패러다임을 바꾸면서 경쟁 구도도 다시 만들어지고 있다"며 "'다음' 브랜드를 다시 전면에 내세운 것은 과거 포털의 부활이 아니라 AI 시대 새로운 포털 경쟁에 뛰어들겠다는 선언에 가깝다"고 말했다.

/최빛나 기자

SKT, 고객 참여형 '모두의 프롬프트'

라이프 AX·워크 AX 2개 분야 모집
내달 10일까지 만 14세 이상 참여

SK텔레콤이 참여형 캠페인을 통해 고객 가치 혁신에 나기 위해 고객 참여형 '모두의 프롬프트' 공모전을 시행한다고 27일 밝혔다. 이번 행사는 SK텔레콤이 자사 뉴스룸에서 추진하는 '굿 체인지' 캠페인 일환이다. 굿 체인지는 인공지능 전환(AX)과 고객 가치 혁신(CX) 과정을 기록하기 위한 캠페인으로 뉴스룸 콘텐츠로 소개 중이다.

고객 참여형 공모전인 모두의 프롬프트는 AI가 누구나 활용 가능한 생활 속 도구라는 점을 알리기 위한 취지로 마련했다. 참가 희망자는 인공지능(AI) 활용을 통한 일상 및 업무에서 변화를 경험한 사례 등을 담아 구성한 독창적인 프롬프트를 SK텔레콤 뉴스룸을 통해 제출하면 된다. 응모 분야는 두 가지다. 일상 속 문제 해결 사례를 모집하는 '라이프 AX', 업무·학습 생산성 향상 사례를 모집하는 '워크 AX' 등이다. 응모 기간은 27일부터 8월 10일까지다. 만 14세 이상 고객이면 누구든 참여 가능하다.

시상은 대상(2명), 금상(4명), 은상(6명), 참가상(약 400명) 등으로 총 1000만원 상당의 SK상품권과 네이버포인트가 지급된다.

한편, 내달 중 서울 을지로 T타워에서 고객 가치 혁신을 주제로 고객 참여형 전시를 연다. AI 빅데이터 기반 설문 서비스를 통해 고객이 체감하는 회사의 변화와 기대 방향에 대한 의견을 받아 데이터 분석한 결과를 미디어 아트로 구현한다.

/조민선 기자

LG CNS, 글로벌 AI 신소재 연합 참여

AI 머티리얼즈 파운드리 창립 멤버 선정
반도체·화학·에너지 기업 AX 지원

LG CNS 본사 전경. /LG CNS

LG CNS가 국내 소재 기업의 인공지능 전환(AX) 지원에 나선다.

LG CNS는 글로벌 AI 신소재 개발 협력체 'AI 머티리얼즈 파운드리' 창립 멤버로 선정됐다고 27일 밝혔다.

영국 AI 스타트업 커스프AI가 운영하는 'AI 머티리얼즈 파운드리'는 글로벌 빅테크 엔비디아, 메타 등을 비롯한 48개 글로벌 기업과 연구기관이 참여하는 신소재 개발 분야 연합이다.

산업용 신소재 설계부터 상용화까지 전 과정에서 AI 인프라를 제공한다. 참여 기업들의 고품질 실험 데이터, 연구 네트워크, 컴퓨팅 인프라 등을 하나의 에이전틱 AI 플랫폼에 통합해 신소재 개발 비용과 시간을 획기적으로 단축하는게 목표다.

LG CNS는 국내 반도체·화학·에너지 등 첨단 산업의 신소재 발굴 기업들을 대상으로 커프스 측이 운영하는 '에이전틱 AI 플랫폼'을 지원한다. 이들이 고가의 연구장비나 대규모 AI 인프라를 직접 구축하지 않고도 글로벌 연구 생태계를 활용해 신소재를 개발할 수 있도록 돕는다.

기업들이 해당 플랫폼에 우수한 열안정성을 지닌 화합물, 탄소 포집 효율이 높은 소재 등 원하는 물질 개발을 위한 조건과 특성 등을 입력하면, AI가 학습한 실험 데이터를 토대로 방대한 양의 후보 물질을 생성하고 검증한다.

플랫폼에 적용할 소재 데이터 처리부터 검증 결과 해석, 플랫폼 운영, 유지보수까지 실행하기 때문에 고객사는 별도의 AI 전담 인력 없이도 신소재 개발 프로젝트를 상시 수행할 수 있다.

해당 플랫폼을 활용한 핀란드 화학기업 케미라는 수년 걸리던 개발 기간을 6개월 수준으로 단축하고, 약 300조 개의 분자구조를 탐색해 20개의 신소재 후보를 도출했다는 게 회사 측의 설명이다.

/조민선 기자

갤럭시 Z8 사전예약 과장광고 주의

방미통위, 고액 지원금·경품 유인 경고
판매자 신분·계약 내용 확인 당부

방송미디어통신위원회는 27일 삼성전자 폴더블폰 '갤럭시 Z8 시리즈'의 사전 예약 기간 동안 일부 휴대폰 대리점 및 판매점에서 과도한 지원금과 경품 제공 등에 대한 과장광고가 증가하고 있어 주의를 당부한다고 밝혔다. 사전 예약 기간은 28일부터 내달 3일까지다.

방미통위는 "일부 유통점에서 계약 체결 이전부터 사전예약 알림 등을 통해 높은 지원금을 약속하거나 각종 경품 제공을 안내하며 사전예약을 유도하는 사례가 빈번하게 발생하고 있다"고 설명했다.

사전 예약 시에는 향후 책임 소재를 가리기 위해 판매자 주체를 확인해야 한다. 한국정보통신진흥협회(KAIT)는 올해 5월부터 유통 종사자 등록제를 시행 중이다. 이용자는 유통점에 방문할 때 사전 승낙서와 유통 종사자 신분증을 살펴 볼 필요가 있다.

계약서에 명시된 지원금과 경품 제공 내용 등도 확인해야 한다. 계약서는 이용자 권리를 보호하는 중요한 증빙자료이므로, 반드시 교부 받고 보관해야 한다. 오는 9월부터는 이동통신서비스 계약서에 개통 유통점 정보를 기재해 이용자가 받아볼 수 있다. 현재 통신3사 중 SK텔레콤이 시행 중이다.

사전 예약 기간 및 개통 과정에서 지원금 미지급, 계약서 미교부 등 불완전 판매로 인한 피해가 발생하면 이용자보호협회(KCUP)가 추진하는 '이용자 참여 신고제' 누리집을 통해 피해 접수할 수 있다.

/조민선 기자