

6월 LG페이 1차 라인업 확정...신한·국민·비씨·롯데 카드 先 탑재

발행일 : 2017.04.21



LG전자 모바일결제 서비스인 LG페이의 1차 파트너 라인업이 확정됐다. 오는 6월 출시 예정인 LG페이에 국내 4개 카드가 우선 연동된다. 신한카드, KB국민카드, 비씨카드, 롯데카드다. LG페이 서비스는 이들 4개 카드사의 신용카드부터 이용이 가능할 것으로 전망된다.

17일 정보통신(IT)·카드업계에 따르면 LG전자는 LG페이 서비스 연동 파트너로 4개 카드사를 최근 선정, 조만간 서비스 계약을 체결한다.

초기 파트너로 이름이 거론된 신한카드, KB국민카드에 이어 비씨카드와 롯데카드가 최종 라인업에 합류했다. 6월부터 G6기종에서 LG페이 서비스가 시작되며, 이들 4개사가 발급하는 카드를 등록해 사용이 가능할 전망이다. 전산 연동 작업도 막바지다.

협력 카드사 고위 관계자는 “최근 4개 카드사부터 서비스를 하자는 데 의견을 모았다”면서 “다른 카드사는 이후에 서비스 연동을 하는 것으로 이야기가 됐다”고 설명했다.



조만간 서비스 계약을 위한 정식 계약을 체결한다. 전산 연동 작업은 막바지 테스트가 진행되고 있으며, 당초 MWC에서 공개한 6월 출시에 맞춰 제반 오픈 작업을 진행하고 있다. 보안 강화 작업도 추진되고 있다. 보안토큰과 생체인증 여부도 논의 중이다. 세 차례나 서비스 출시가 연기된 LG페이는 삼성페이와 유사한 무선통신시스템(WMC) 기술을 적용, 세상에 나오게 됐다.

WMC기술은 다이내믹스가 2007년 개발한 모바일 결제 기술이다. 스마트폰 등 모바일 기기에서 마그네틱 신호를 발생시켜서 이를 일반 신용카드 단말기에 대면 결제되는 방식이다.

삼성페이 MST 기술과 사실상 같은 원리다. LG전자는 최근 다이내믹스와 기술 협력 계약을 체결한 바 있다.

다음 달 출시 예정인 구글 안드로이드페이와 LG페이 협력 파트너사가 대거 중첩된다는 점이 이채롭다. 롯데카드, 신한카드 등이 구글과 LG페이 사업 파트너로 이름을 올렸다.

모바일 결제 부문에서 이들 카드사의 약진도 예상된다. 특히 오프라인 결제 부문 강자인 롯데카드가 NFC와 마그네틱 결제 진영 모두에 합류함으로써 온·오프라인 결제 장악력이 높아질 것으로 예상된다.



LG전자 입장에서도 모든 카드사를 끌어들이진 못했지만 상·중위권 카드사를 파트너로 영입하면서 초기 서비스 확대에는 큰 무리는 없을 전망이다. 다만 삼성페이와의 특허 침해 여부와 LG페이를 이용할 수 있는 스마트폰 기기 제한이 해결 과제로 남았다.

이에 대해 LG전자 관계자는 “6월 서비스 출시는 맞지만 세부 파트너 계약 등에 대해서는 확인해 줄 수 없다”고 말했다.

협력사로 지정된 카드사는 LG그룹과 계열사에서 LG페이 서비스를 대거 사용할 것에 대비, 마케팅 전략을 수립하고 있다. 1차로 LG전자와 LG계열사 임직원이 LG페이 서비스를 대거 이용할 것에 대비, 1차 타깃을 이들 임직원으로 잡고 영업을 강화할 계획이다.

김재식 금융산업 전문기자 osolgil@etnews.com

안드로이드폰에 앱 끼워 판 '구글 갑질'...첫 제동

2017-04-21 05:03

러시아, 구글에 780만달러 벌금...공정위 조사 나서나

구글 검색엔진·웹브라우저, 폰 제조사들에 선택재 강요
구글, 기본 앱 설치 없기로 러시아 규제당국과 합의
국내에서도 재조사 요구 '뺏발'

[안정락 / 황정수 기자] 구글이 안드로이드폰 제조사들에 자사 검색엔진, 웹브라우저 등을 기본 앱(응용프로그램)으로 설치하도록 강요하는 관행에 제동이 걸렸다. 러시아 정부가 구글이 반독점법을 위반했다며 벌금을 부과하고 제조사들에 강요 행위를 하지 못하도록 했다. 러시아의 이 같은 결정이 비슷한 논란을 빚고 있는 한국 등 다른 나라에도 영향을 미칠지 주목된다



◆구글, 러시아 정부에 백기

미국 정보기술(IT) 전문매체 더버지는 18일 "구글은 안드로이드 운영체제(OS)를 채택한 스마트폰 제조사들에 구글 앱 의무 설치를 강요하지 않기로 러시아 정부와 합의했다"며 "780만달러(약 89억원)에 이르는 벌금도 내기로 했다"고 보도했다.

구글은 러시아 안드로이드폰 사용자가 구글이 아니라 다른 검색엔진을 선택할 수 있게끔 해주는 크롬 위젯도 제공하기로 했다. 구글과 러시아 정부는 이번 결정을 '합의'라고 밝혔지만, 구글이 러시아 규제당국에 사실상 백기를 든 것이라는 해석이 나온다.

러시아 검색엔진업체인 야ндекс는 2년 전 구글의 반독점법 위반 행위를 조사해 달라고 러시아 정부에 요구했다. 야ндекс는 한국의 네이버, 중국의 바이두 등과 비슷한 위상의 러시아 토종 포털이다.

야ндекс는 "러시아 스마트폰 시장의 86%를 차지하는 안드로이드폰에 구글 검색엔진이 기본으로 설치되면서 야ндекс 검색엔진 점유율이 크게 떨어졌다"며 "구글이 자사 앱을 끼워넣으면서 경쟁사 앱이 설치되는 것을 막는 것은 명백한 반독점법 위반"이라고 강조했다. 더버지는 "야ндекс가 안드로이드폰 제조사와 자사 앱을 설치하는 협상을 할 수 있게 돼 최대 수혜자가 됐다"고 평가했다.

◆한국 재조사 여부는 미정

국내에서도 구글 앱의 안드로이드폰 선(先)설치 논란이 이어지고 있다. 국내 대표 포털인 네이버와 다음은 2011년 4월 “구글이 스마트폰 제조사에 안드로이드 OS를 공급하면서 구글 앱을 기본으로 설치하도록 강제하고 있다”며 구글을 공정거래위원회에 신고했다.

공정위는 2년여간 조사한 뒤 2013년 7월 구글의 앱 선설치 논란에 무혐의 결론을 내렸다. 당시 공정위는 “사용자가 쉽게 네이버나 다음 등 다른 대체 서비스로 이동할 수 있는 만큼 경쟁 제한 효과가 있다고 볼 수 없다”고 밝혔다.

지난해 국정감사에서 전해철 더불어민주당 국회의원이 스마트폰 제조사와 구글이 맺은 ‘모바일 앱 유통 계약서(MADA)’ 등을 공개하며 공정위에 재조사를 촉구하는 등 논란이 끊이지 않고 있다. 공정위 관계자는 “구글 앱 선설치 문제를 모니터링하고 있지만 재조사 등은 아직 결정된 게 없다”고 말했다.

업계에선 구글 앱 선설치 문제를 조사 중인 유럽연합 집행위원회(EC)의 최종 결론이 내려지면 이를 토대로 공정위가 재조사에 나설 것으로 보고 있다.

안정락/황정수 기자 jran@hankyung.com

한국 부품 'OLED 아이폰8'을 채우다

발행일 : 2017.04.21

삼성디스플레이 독점 공급...한국 부품업체 낙수 효과

가을 출시 예정인 애플 유기발광다이오드(OLED) 아이폰에 국산 부품이 대거 채택됐다. 삼성디스플레이가 OLED 디스플레이를 독점 공급하면서 한국 부품업체가 낙수 효과를 누렸다. 경제 파급 효과는 수조원에 이를 것으로 예상된다.



<충남 아산에 위치한 삼성디스플레이의 OLED 공장 전경>

16일 업계에 따르면 삼성전자 시스템LSI 사업부가 OLED 아이폰용 디스플레이 드라이버IC(DDI)를 공급한다. DDI는 디스플레이 구성 요소인 화소를 제어하는 반도체로, 삼성전자 시스템LSI 사업부가 단독으로 납품한다.

OLED 디스플레이에 사용되는 투메탈 칩온필름(COF)도 국산 부품이 채택됐다. 스템코와 LG이노텍이 투메탈 COF를 공급한다. 삼성전기와 도레이가 합작 설립한 스템코는 충북 청주에 본사와 공장을 두고 있다. LG이노텍은 LG그룹 부품 전문 회사다.

투메탈 COF는 OLED 패널을 DDI, 회로기판(PCB)과 연결하는 부품이다. 양면에 미세회로를 설계할 수 있어 고부가로 꼽힌다. 고해상도 디스플레이와 모바일 기기에 적합하고, 접거나 둥글게 말 수 있어 플렉시블 디스플레이에서 각광 받고 있다.

연성인쇄회로기판(FPCB)도 국내 기업들이 수주했다. 인터플렉스, 비에이치, 삼성전기 등 3개사가 애플 OLED 디스플레이용 FPCB 공급사로 최종 낙점됐다. 최근 예비 발주까지 나와 양산을 목전에 두고 있다. DDI, 투메탈 COF, FPCB는 모두 디스플레이와 연관된 부품이다. 또 이번에 결정된 공급 업체들은 삼성디스플레이와 협력 관계에 있다.



<삼성디스플레이의 주력 OLED 공장인 A3 전경(제공: 삼성디스플레이)>

삼성디스플레이는 올 가을 출시 예정인 애플의 신형 아이폰에 OLED 디스플레이를 독점 공급한다. 애플은 단독 공급사를 두지 않는다. 그러나 스마트폰용 OLED를 대량 생산할 수 있는 곳은 삼성디스플레이가 전 세계에서 유일, 이 원칙이 깨졌다. 삼성디스플레이의 스마트폰 OLED 시장 점유율은 무려 90%가 넘는다. 이런 OLED 디스플레이 1위의 힘이 후방산업계로 번졌다.

부품 업계도 삼성디스플레이가 OLED 시장을 개척할 때 기술 대응에 적극 나서서 생태계를 구축한 것이 애플을 수요처로 확보하는 결과로 이어졌다.

업계 관계자는 “애플이 OLED 분야에서는 경험이 부족하기 때문에 삼성디스플레이가 주도해서 SCM을 구축한 것으로 안다”고 전했다.

OLED 시장 주도 효과는 후방산업계에 상당한 경제적 효과와 파급력을 낳을 것으로 전망된다.

한 예로 삼성전자 시스템LSI 사업부가 애플 DDI 공급으로 벌어들일 매출은 약 4800억원에 이를 것으로 추산된다. DDI 단가 5달러 기준으로 애플이 올해 8000만대 정도의 OLED 아이폰을 준비하고 있다는 점을 고려한 수치다.

또 FPCB 채택에 따른 국내 기업들의 수혜 규모는 총 1조원을 넘을 것으로 예상된다. 인터플렉스와 비에이치는 올해 애플 공급으로 4000억원씩 신규 매출이 발생할 것으로 내다봤다. 여기에 고부가 제품인 투메탈 COF까지 포함하면 규모는 더 커진다.

애플이 OLED 공급처의 다변화를 추진하겠지만 양산 능력을 갖춘 곳이 거의 전무, 삼성디스플레이가 내년까지 아이폰용 OLED를 사실상 독점 공급할 전망이다. 삼성디스플레이 중심의 SCM이 당분간 힘을 발휘할 것이란 얘기다.

디스플레이 부품 외에도 메모리 반도체는 삼성전자와 하이닉스, 카메라모듈은 LG이노텍 등이 각각 신형 아이폰에 채택될 것으로 보인다.

<OLED 아이폰 부품 공급 예상 업체>

구분	공급사
디스플레이드라이버IC(DDI)	삼성전자 시스템LSI
투메탈 칩온필름(COF)	스텝코, LG이노텍
연성인쇄회로기판(FPCB)	인터플렉스, 비에이치, 삼성전기
유기발광다이오드(OLED) 패널	삼성디스플레이
메모리	삼성전자, 하이닉스
듀얼카메라	LG이노텍

윤건일 전자/부품 전문기자 benyun@etnews.com

디스플레이 지문인식, 스마트폰 업계 물밑 경쟁 치열...난제 기술 상용 여부 관심

발행일 : 2017.04.21

'삼성이냐, 화웨이나, 애플이냐.'

화면 위 지문인식 기술을 상용화하기 위한 스마트폰 업계의 물밑 경쟁이 치열하다.

디스플레이 지문인식은 화면 상에 손가락을 대는 것만으로 지문의 모양을 분석하기 때문에 현재와 같은 물리적 버튼이 필요없다. 버튼이 사라져 스마트폰 전면을 한결 매끄럽게 디자인할 수 있고, 디스플레이를 채울 수 있는 공간이 더 늘어난다. 이런 장점에 스마트폰 업계가 디스플레이 지문인식에 관심을 보이고 있지만 기술적 난제로 상용화가 쉽지 않았다.



17일 업계에 따르면 삼성전자는 차기 전략 스마트폰에 디스플레이 지문인식을 도입하는 방안을 재추진하고 있다. 삼성전자는 광학식 센서 방식으로 관련 부품 업체들과 개발 중인 것으로 알려졌다.

이 회사는 당초 갤럭시S8에 디스플레이 지문인식을 구현할 계획이었다. 미국 시냅틱스 등과 협력해 개발을 진행했다. 하지만 완성도가 떨어졌고, 출시일은 다가와 결국 스마트폰 후면에 지문인식 버튼을 별도 배치하는 쪽으로 전환했다.

삼성전자는 지문인식버튼을 항상 전면에 뒀다. 후면 지문인식은 LG전자가 주로 쓰던 방식이었다. 삼성 스마트폰 사용자에게 후면 지문인식은 낯설고 어색했지만 삼성전자는 디스플레이 크기 확대가 더 중요하다고 판단, 여러 단점에도 불구하고 후면으로 뺐다.

그러나 차기작에선 이런 불편을 해소하기 위해 디스플레이 지문인식을 구현하겠다는 내부 목표를 세웠다. 경쟁사보다 먼저 상용화하겠다는 의지를 보이는 것으로 전해졌다.

업계 관계자는 “차기 전략 스마트폰에서는 전면 디스플레이에 지문인식 기능을 꼭 넣겠다는 각오”라며 “업계에서 가장 먼저 상용화를 하려는 것 같다”고 전했다.

화웨이도 자사 스마트폰에 디스플레이 지문인식을 도입하는 데 적극 나서고 있다. 화웨이는 디스플레이 지문인식 구현을 위해 관련 솔루션을 찾고 있다.

완성도 있는 기술은 연내 적용하겠다고 할 만큼 화웨이도 의지가 강하다. 디스플레이 지문인식 기술을 보유하고 있는 기업은 시냅틱스, 크루셜텍, 구딕스 등이 꼽힌다.

화웨이는 그동안 후면에 지문인식을 탑재해왔다. 화웨이 디스플레이 지문인식에 관심을 보이는 건 편리성과 디자인적인 이유 때문으로 해석된다.

애플의 행보도 관심이다. 애플도 디스플레이 지문인식 쪽을 향하고 있다. 어센텍을 인수하며, 지문인식 기술을 내재화한 애플은 그동안 디스플레이 지문인식 특허를 받아왔다.

삼성이나 화웨이와 달리 애플은 자체 기술로 해결하려는 양상이다. 가을 출시 예정인 유기발광다이오드(OLED) 아이폰 탑재 여부가 관심이다.

삼성, 화웨이, 애플은 세계 3대 스마트폰 업체다. 치열한 시장 경쟁 속에서 기술 차별화를 위해 3사 모두 디스플레이 지문인식 채택을 적극 검토하고 있는 것으로 풀이된다. 하지만 차기 전략 스마트폰에 당장 적용될지는 미지수다. 기술적 해결 과제가 만만치 않기 때문이다.

구체적으로 디스플레이 위에 지문인식센서가 올라갈 경우 화질을 방해해선 안 된다. 센서의 투명도를 확보하는 것이 관건이다.

또 디스플레이 후면에 센서를 배치할 경우 지문인식률이 떨어질 수 있다. 지문인식센서 고장시 수리도 어려움이 따른다.

상용화 의지는 강하지만 실제 적용은 또 다른 문제라는 지적이 나오는 이유다.

애플도 난항을 겪고 있다는 분석이 최근 나왔다. 코웬 앤 컴퍼니는 애플이 아이폰에 적용하려는 지문인식센서 수율이 낮아 생산에 영향을 미칠 수 있다고 전망했다.

윤건일 전자/부품 전문기자 benyun@etnews.com

LGD, 스마트폰용 플렉시블 OLED시장 포문...삼성D 독식에 도전장

발행일 : 2017.04.21

LG전자·샤오미에 전략 스마트폰용 디스플레이 대량 공급

LG디스플레이가 스마트폰용 플렉시블 유기발광다이오드(OLED) 시장에 포문을 열었다. LG전자와 샤오미 전략 스마트폰에 OLED 디스플레이를 대량 공급한다.

삼성디스플레이가 독식해 온 스마트폰 OLED 시장에 LG디스플레이가 도전하면서 시장 재편이 이뤄질지 주목된다. 애플이 삼성디스플레이에 이어 LG디스플레이를 OLED 공급사로 선정하면 빠르게 양강 구도가 형성될 수 있다는 전망도 나온다.



<LG디스플레이가 지난 CES 2015에서 공개한 듀얼 엣지 디스플레이(사진=LG디스플레이 블로그)>

18일 업계에 따르면 LG디스플레이는 샤오미와 LG전자에 스마트폰용 OLED 디스플레이를 공급하기로 했다. LG디스플레이는 제품 개발에 착수, 빠르면 2분기 말부터 샤오미를 시작으로 납품할 것으로 파악됐다.

샤오미와 LG전자에 공급될 제품은 플렉시블 디스플레이이다. 양 측면이 휘어진 형태로 알려졌다. 삼성디스플레이와 삼성전자가 상용화한 듀얼 엣지 디스플레이와 유사할 것으로 예상된다.

납품은 샤오미부터지만 주 타깃은 LG전자다. 샤오미보다 LG전자에 공급할 물량이 더 많은 것으로 전해졌다.

LG전자의 하반기 전략 스마트폰인 'V시리즈'의 탑재가 유력하다. V시리즈는 매년 9월 또는 10월에 출시되는 모델이다. LG전자 스마트폰 가운데 성능과 기능이 가장 우수한 플래그십 스마트폰이다.

샤오미는 '미노트' 시리즈 적용이 예상된다.

LG디스플레이가 복수의 스마트폰 제조사에 거의 동시에 OLED를 공급하는 건 이례다.

LG디스플레이는 화면이 상하로 구부러진 LG전자 'G플렉스' 시리즈에 플렉시블 OLED를 탑재한 적이 있지만 LG전자 대표 모델이 아닌 데다 물량도 적어 큰 의미를 두기 힘들었다. 지난해 샤오미 '미노트2'에 플렉시블 OLED를 납품했지만 이 역시 소량에 불과했다.

업계에서는 LG디스플레이의 OLED 생산이 원활치 않은 것을 주원인으로 지목했다. 샤오미, LG전자 공급은 그동안의 문제 개선에 성공한 것 아니냐는 해석을 내놓고 있다.

수율이나 품질 등 생산성을 끌어올렸기 때문에 복수의 스마트폰 제조사와 공급 계약을 맺었다는 것이다.

실제로 LG디스플레이는 스마트폰용 OLED 사업에 공을 들이고 있다.

현재 월 2만2000장 규모의 4세대 플렉시블 OLED 생산 라인을 갖추고 있는 LG디스플레이는 경북 구미에 6세대 OLED 라인(E5)을 짓고 있다. E5 라인은 2분기 말에서 3분기 초 사이에 가동될 예정이다. 이 라인이 완공되면 규모가 3만 7000장으로 늘어난다. 신설 라인에서 샤오미와 LG전자 물량이 생산될 것으로 예상된다.

LG디스플레이는 그동안 TV에 들어가는 대형 OLED에 주력했다. 그러나 그 사이 스마트폰용 OLED 시장이 급속 성장했다. 액정표시장치(LCD)를 사용하던 애플도 OLED로 돌아섰다. LG디스플레이는 애플 아이폰에 LCD를 10년 넘게 공급했다. LG디스플레이로서는 스마트폰 OLED 시장 대처가 시급한 상황이다. 샤오미와 LG전자 OLED 공급은 LG디스플레이의 중소형 OLED 사업에 중요한 시험대가 될 것으로 전망된다. 샤오미와 LG전자에서 성과를 내면 애플과 아이폰용 OLED 공급 협상도 급물살을 탈 수 있다.

윤건일 전자/부품 전문기자 benyun@etnews.com, 배옥진 디스플레이 전문기

SK텔레콤, 5밴드CA 상용화 …4.5세대 이동통신 열다

발행일 : 2017.04.21



SK텔레콤이 LTE 서비스 최종 진화 단계로 불리는 '5밴드CA' 기술을 '갤럭시 S8'부터 적용한다.

'5밴드CA'는 LTE 주파수 5개를 하나의 주파수처럼 묶어, 데이터 전송 속도와 성능을 높이는 4.5세대(4.5G) 핵심 기술이다. 700Mbps급 데이터 전송 속도로, LTE 대비 9배, 현 LTE 최고속인 500Mbps 대비 40% 빠르다.

HD영화 한편(2GB 기준)을 스마트폰에 내려 받는 시간이 LTE 3분 38초에서 23초로 단축된다.

SK텔레콤은 갤럭시S8을 통해 내달 하순 4.5G 서비스를 개시한다고 20일 밝혔다.<본지 4월 5일자 2면·4면 참조>

SK텔레콤은 내달 하순 서울과 광역시 등 전국 23개시 주요 지역, 상반기 85개시 주요 지역에서 4.5G 서비스를 제공하고, 커버리지를 확대할 계획이다.

4.5G 서비스의 진화에 따라, 유선 기가인터넷보다 빠른 1Gbps 이상 속도의 이동통신 서비스도 가능해질 전망이다.

SK텔레콤은 내달 800Mbps급, 하반기에 900Mbps급 4.5G 서비스를 상용화하고, 내년 상반기 이후 '4.5밴드CA'에 4x4 다중안테나(MIMO) 등을 조합해 기가급 4.5G 서비스 제공을 목표로 하고 있다. 이를 위해, 5밴드CA, 4x4다중안테나, 256QAM(QAM) 등 4.5G 핵심 기술을 전국 기지국에 적용하고 있다.

4기가급 모바일 시대가 도래함에 따라, 스마트폰이 데스크톱의 역할을 대신하고, 미디어·콘텐츠 소비 새로운 방식이 등장하는 등 모바일 생활 혁신이 예상된다. 4.5G 서비스로 기지국 데이터 동시 전송 처리 능력이 약 2배로 늘어, 강남역, 홍대 등 데이터트래픽이 폭발적으로 발생하는 지역에서도 초고화질 스트리밍, 1인 방송 등을 빠르고 안정적으로 이용할 수 있다.

최승원 SK텔레콤 인프라전략본부장은 "4.5G 서비스를 선제적으로 도입, 갤럭시S8을 사용하더라도 SK텔레콤 이용 고객은 차별화된 품질을 경험할 수 있게 됐다"며, "AI 네트워크 등 차세대 기술을 적용해, 통신 품질 격차를 확대해 나갈 것"이라고 말했다.

SK텔레콤은 이날 'AI 네트워크' 서비스 사례 및 향후 진화 방향도 공개했다. 'AI네트워크'는 고객에게 항상 최상의 품질을 제공하기 위해, 인공지능이 네트워크 성능 개선에 참여하는 새로운 시도다.

'AI 네트워크' 대표 기능은 △전국 기지국에서 생성되는 빅데이터를 분석해 안테나 방향, 커버리지 등 통신 품질을 실시간으로 최적화하고 △트래픽 급증 등 품질 변화 요인을 사전에 예측해 스스로 해결하는 것이다.

SK텔레콤은 'AI 네트워크'를 지난해 12월 상용망에 적용했으며, 실시간 체감 품질 지수 등의 빅데이터를 추가 연계한 고도화를 근시일 내 앞두고 있다.

또, SK텔레콤은 갈수록 변칙적으로 변화하는 스팸·악성코드를 차단하기 위해 '지능형 스팸필터링' 기술도 'AI 네트워크'에 연내 적용할 계획이다.

SK텔레콤은 스마트폰 배터리 효율을 최대 45% 높이는 'CDRX 솔루션'도 20일 국내 전역에 적용했다.

갤럭시S8을 비롯 갤럭시S7시리즈, LG G6·G5, 아이폰7 등 2011년 10월 이후 SK텔레콤에서 출시한 대부분 LTE폰(121종)에서 고객의 별도 설정 없이도 즉시 기술이 적용된다.

안호천 통신방송 전문기자 hcan@etnews.com

<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=shm&sid1=105&oid=025&aid=0002707920>

[가 써봤습니다] 셀카족 위한 베젤리스폰 미믹스, 화면은 큰데 세련미가...

2017-04-21 04:36

중국 제조업체 샤오미(小米)의 프리미엄 스마트폰 '미믹스'는 자칭 타칭 '원조 베젤리스폰(bezel-less phone)'이다. 최근 출시된 LG전자의 G6나 삼성전자의 갤럭시S8이 모두 스마트폰 베젤(bezel·테두리)을 크게 줄이면서 대세로 자리 잡은 베젤리스 디자인을 샤오미는 지난해 말 이미 중국서 선보였다. 화면 비율이 S8(83%)보다도 훨씬 높은 91.3%에 달한다. 국내에선 '짹 디자인을 내세운 가성비 브랜드'로만 알려진 샤오미의 기술력이 어느 정도인지 살펴보기 위해, 스마트폰 전문가인 최형욱 정보기술(IT) 칼럼니스트와 함께 미믹스를 직접 써봤다.

◆**압도적 화면비율 위해 포기한 것들**=G6와 S8이 양옆 베젤을 거의 없애면서도 위아래 베젤을 완전히 없애지 못한 건 '최소한의 부품 자리'를 남겨놓기 위해서다. 위 베젤 뒤엔 통화 소리를 듣는 리시버와 전면 카메라 모듈이, 아래 베젤엔 이어폰 단자 등이 탑재된다. 샤오미는 위 베젤까지 없애 3면 무(無)베젤 디자인을 채택했다. 리시버를 없애고 대신 진동으로 소리를 전달하는 피에조 스피커 방식을 탑재해 가능해진 일이다. 또 전면 카메라를 과감히 하단 우측으로 내렸다.



파격적 컨셉 덕에 디자인은 시원하다. 최근 나온 휴대전화들에 비해 모서리의 각이 살아있는 편이어서 깔끔하고 반듯한 느낌이다. 하지만 갤럭시S8과 비교하면 세련미가 떨어진다. S8이 옛지 디스플레이로 구현한 곡선미나 최근 주목 받고 있는 18.9대 9의 화면비율이 훨씬 고급스러운 느낌이다. 디자인보다 더 큰 차이는 그립감(손에 쥐는 맛)이다. 미믹스의 가로 폭은 81.9mm에 달한다. 6.2인치 화면에도 한 손에 쏙 들어오는 갤럭시S8은 가로 폭이 68mm에 불과하다.

최근 나온 베젤리스폰들이 2대 1을 넘어서는 '길쭉한 화면비'를 채택한 것과 달리 미믹스는 17대9의 화면비율이다. 기존 스마트폰에서 익숙한 16대 9의 비율과 큰 차이가 없다. 같은 영화를 S8로도, 미믹스로도 감상해봤더니 차이가 선명히 보였다. 미믹스는 위아래 검정 여백이 많이 드러난다. 여백이 많을수록 몰입도가 떨어질 수 밖에 없다.

◆**아래로 내려간 전면 카메라는 불편**=중국 스마트폰의 특징 중 하나인 '셀카 보정 기술'을 체험해보기 위해 전면 카메라를 작동시켰다. 전면 카메라가 기기 하단에 위치한 건 당황스럽다. 카메라를 켜면 아래에서 적나라하게 턱과 콧구멍이 드러난다. 눈은 크게, 턱은 뾰족하게 보이기 위한 이른바 '셀카 각도'를 구현하려면 재빨리 스마트폰을 180도로 돌려야 한다. 촬영 버튼이 함께 돌아가게 설계돼 있다. 미믹스를 살펴 보면 보정된 셀카를 선호하는 중국 소비자들의 취향이 잘 드러난다. 피부가 두터운 화장을 한 것 마냥 뾰얏게 표현됐다. 얼굴 폭이 가름해지고 이목구비의 비율이

더 커졌다는 것도 한눈에 보였다. 셀카폰을 강조한 오포의 R9이 왜 중국 시장을 휩쓸었는지 짐작할 수 있었다. 이런 보정 이미지에 익숙해지면 '정직한' 셀카를 보고 싶지 않을 것 같다는 느낌도 들었다.

미믹스의 국내 출고가는 79만9000원이다. 미믹스를 온라인에서 판매 중인 직구업체 3KH는 통신사 1년 약정을 통해 이를 60만원대에 공급하고 있다. D램 용량이 6GB이고 배터리 용량이 4400mAh에 달하는 건 가격 대비 높은 사양이다. 하지만 애프터서비스(AS)를 서울의 총판업체에서만 받을 수 있다는 점의 단점을 고려해야 한다고 최형욱 칼럼니스트는 강조했다. 최 칼럼니스트는 이 제품에 5점 만점에 3.5점을 줬다. 그는 지난번 삼성전자 갤럭시S8 평가 때는 5점 만점에 4점을 준 바 있다.

임미진 기자 mijin@jooongang.co.kr

<http://news.nate.com/view/20170421n05841?mid=n0600>

[짱기자가 간다] '배터리 사용시간 ↑', SKT·LGU+도 한다

2017-04-21 08:33

(서울=연합뉴스) 장주영 기자 = 얼마 전 KT가 C-DRX(Connected mode Discontinuous Reception) 기술을 국내 최초로 전국망에 도입했다고 발표했습니다.

이 기술은 스마트폰 배터리를 최대 45%까지 더 사용할 수 있게 해준다는 것이 KT의 설명입니다. KT의 발표가 나오자 경쟁사인 SK텔레콤과 LG유플러스는 발끈했습니다. 이미 2007년부터 있던 기술인데 '최초'라는 타이틀을 붙이는 것은 '침소봉대'라는 지적이었습니다.

그런데 KT에 날을 세웠던 SK텔레콤과 LG유플러스의 입장에 변화가 있습니다.

지난주까지 통화품질이 나빠질 수 있어서 C-DRX 기술을 채택하지 않았다고 말한 LG유플러스는 연합뉴스와 인터뷰에서 최근 이 기술을 적용했다고 밝혔습니다.

LG유플러스 김민구 Access 솔루션팀 팀장은 "최근 LG유플러스도 전체 기지국과 단말기를 대상으로 해당 기술 적용을 완료했다"며 "KT에서만 배터리를 더 오래 쓸 수 있는 게 아니다"라고 말했습니다.



SK텔레콤도 C-DRX 적용에 좀 더 적극적인 의지를 나타냈습니다.

20일 서울 중구 을지로 T타워 수펙스홀에서 열린 기자간담회에서 SK텔레콤 최승원 인프라전략 본부장은 관련 질문에 "SK텔레콤도 오랜 기간 C-DRX 기술을 준비해왔다"라며 "현재 전국적으로 C-DRX 기술 적용을 완료했다"라고 밝혔습니다.



C-DRX 기술은 스마트폰이 데이터를 수신하지 않는 슬립모드에서 송수신을 완전히 차단해 배터리 낭비를 줄여주는 기술입니다.

일각에선 C-DRX 기술이 별로 소용이 없다는 반론도 있습니다.

한 IT 전문가는 "보통 스마트폰으로 아무것도 하지 않은 채 유튜브 영상만 보진 않는다. 유튜브를 보다가 카톡도 하고 페이스북이나 인스타도 하는 다양한 멀티태스킹 활동을 한다"라며 "이런 상황에선 스마트폰이 슬립모드가 아닌 웨이크모드로 변하기 때문에 슬립모드일 때 가장 효율적인 C-DRX 기술이 그다지 소용이 없을 수도 있다"라고 말했습니다.

하지만 KT에 이어 SK텔레콤과 LG유플러스도 C-DRX 기술을 도입하거나 적용을 확대한 것은 "스마트폰 이용자에게 혜택이 될 것"이라는 KT의 주장을 사실상 수용한 것이어서 배터리 사용시간 확대 이슈에서는 KT가 승기를 잡은 것으로 보입니다.

jjangpd@yna.co.kr

http://english.etnews.com/policy/2967958_1302.html

[Issue Analysis] Companies thirsting for next-generation growth item betting life and death on 'smart home'

발행일: 2017.04.21

Although many consumers are still unfamiliar with the concept of smart home, a considerable number of major companies are betting their life and death on smart home business. They are committed to discovering a new next-generation growth item from this area. These companies' announcement of smart home business commencement soon produced synergy and this served as a momentum for the market formation, according to insiders.

Home appliances industry is enthusiastic because the market is already saturated and technological differentiation between companies is beginning to display limits.

Many experts say that Chinese companies' entry into the market is one of the factors contributing to this phenomenon. As these companies started supplying low-end products based on their low labor cost, the existing companies began entering smart home appliances market actively in an attempt to secure differentiation.

In particular, the attempts of Samsung Electronics and LG Electronics for excellent mobile technology application are drawing attention. Despite criticism that the practicality is low, the potentials are evaluated highly. Using Samsung Electronics' Samsung Smart Home, users can turn off lighting and air conditioner and start a robot vacuum cleaner by saying 'going out' to a wearable device Smart Gear. In addition, they can turn off the air conditioner and dim the light while watching a TV by saying 'good night' to the remote controller. As for LG Electronics, it offers an interactive smart home service 'HomeChat.' When a user asks 'what is the washing machine doing?' through social network service, such as Line or Kakao Talk, the remaining time until laundry is completed or the washing machine operating state is informed to the user.

Of foreign companies, Google's movement is noteworthy. Since the acquisition of a temperature control device and fire alarm maker 'Nest Labs' in January this year, Google has taken over an Internet camera company 'Drop Cam' and a smart home network technology developer 'Revolver.' The industry forecasts that Google will establish a global smart home standard on the basis of its experience to have had Android operating system (OS) settle down successfully in the market.

Apple is setting out to build an iPhone-based smart home ecosystem. It showcased Home Kit platform at the Worldwide Developer Conference in June. This system enables iPhone and iPad users to control electronic devices in their homes using an app.

GE and Philips are also widening business areas to smart home using internally developed technologies. GE is highly interested in smart energy. In 2012, it released a home energy management system 'Nucleus Home Manager,' which comprehensively monitors power consumption at home by networking smart meter with home

appliances. This system measures energy consumption and energy cost at home, collects energy data of smart home appliances and transmits the information to the respective user's PC or mobile terminal.

Philips is making prominence in smart lighting market. A smart LED light bulb 'Hue' is turned on and off with Apple and Google Android operating systems. In addition, using the OS, brightness, color and timer control is possible. Capable of expressing 16 million colors, Hue realizes almost all colors of the nature, according to sources.

China's home appliances maker Haier and common carriers ZTE, Huawei and Xiaomi are also expressing a high level of interest in smart home system. However, they are not yet functionally noteworthy, according to an evaluation.

In addition, security companies are introducing smart home security solutions one by one. Many experts expect that security will make a considerable contribution to smart home system activation. This is based on the estimation that customers would open their wallets more readily for security solutions because of the high cost effectiveness.

Korea's S1 Corporation developed an exclusive smart phone application called 'Secom Home Black Box.' It handles security not only inside the home, but also the outside. With a single touch, users can set crime prevention mode and remotely control all situations in their homes, such as lighting, power and gas. ADT Caps and KT Telecop also released a mobile home security solution 'ADT Calm' and an image storage system based crime prevention service 'Olleh CCTV Telecop ? NVR' respectively.

Internationally, a U.S. common carrier AT&T is displaying the most active movements. Under AT&T's Wi-Fi and 3D-based integrated home management system, users can control all situations in the house using a smart device or a PC. Using data detected by sensors, information system is started automatically and provides the necessary functions.

Smart city project is also forecast to contribute to smart home activation. Microsoft (MS) announced a plan for a smart city implementation project 'City Next.' This project involves integration of MS's software competencies ranging from cloud computing to Internet of things (IoT). MS has already completed a related pilot project in Barcelona, Spain and is planning similar projects in New Zealand, China and Argentina.

According to data recently published by BI Intelligence, the forwarding volume of devices connected to the Internet network is estimated to increase by 67% every year until 2019. This includes not only smart home appliances, but also smart lighting, security system and energy equipments. According to a forecast, the number of these products will increase to 1.8 billion by 2019.

"Smart home drew attention in the past. However, as the concept of Internet of things (IoT) spread widely as of late, companies are voluntarily expressing interest in wireless Internet connection," said an industry insider. He emphasized, "This movement will certainly be an important momentum in the diffusion of smart home system."

Kim Joon-bae | joon@etnews.com

<http://english.etnews.com/news/article.html?id=20141120200005>

Display business for next year, Samsung to focus on 'customer diversification' and LG on 'increasing influence for OLED'

발행일: 2017.04.21

Samsung Display and LG Display have selected 'customer diversification' and 'increasing influence in organic light-emitting diode (OLED) field' as their business keywords for next year respectively.

According to the industry on the 18th, while large enterprises are confirming business plans for next year one after another, Samsung Display and LG Display, the two leaders of Korea's display industry, decided the directions for their business next year centering on the strategies above.

Samsung Display, which is under a group management diagnosis at the moment, established a policy to focus on lowering its dependence on Samsung Electronics together with strengthening profitability next year. For this, the company decided to expand business relations with key global TV and mobile device makers. Samsung Display will continuously lower its dependence on Samsung Electronics from the current 61% down to below 50%. This is a measure to improve the structure where the company's profitability is determined according to Samsung Electronics' business conditions. As for LG Display, which is Samsung Display's comparison target, the level of dependence on LG Electronics is around 30%.

The company will increase marketing activities targeting not only Chinese device makers that are increasing market influence aggressively, but also mid-sized companies in Europe as well as Central and South America. It is being reported that Samsung Display's panel was installed in 'Yota Phone 2,' a smart phone from Russia's Yota Device that made headline as a gift from Russian President Putin to China's General Secretary Xi Jinping.

As for TV panels, the company will strengthen response to quantum dot TV next year while placing a focus on 'UHD curved' as in this year. Samsung Display decided to place a relatively lower weight on OLED panels for TV. In terms of mobile display, it aims for an expansion of customers and profitability improvement while strengthening response to flexible OLED panels made with plastic materials.

LG Display has completed a report on next year's business plan to LG Group Chairman Koo Bon-mu in the middle of this month. The company's biggest interest for TV panels next year is clearly in OLED. LG Display has set out a plan to strengthen market leadership with its unrivalled next-generation technologies.

LG Display will also deploy a strategy to increase market influence by bringing Chinese and Japanese TV makers into its OLED bloc. Although regarding quantum dot as a niche technology rather than an innovation technology, LG Display will make a response to an appropriate level according to market situations, according to a company insider.

As for smart phone panels, the company will strengthen response to flexible panels. It will focus on new smart phone product development using bendable batteries developed by LG Chem.

As new business items, LG Display selected vehicular display and commercial display. While responding to the increased demand for vehicular display, LG Display will accelerate entry to commercial display market, which mainly targets commercial buildings and exhibition centers.

Kim Seung-gyu | seung@etnews.com