LG전자가 아시아 최고 예술행사에서 선보인 TV는?

https://n.news.naver.com/mnews/article/015/0004770998?sid=105

홍콩 디지털 아트페어 갤러리에 LG 올레드 TV가 전시돼 있다. 사진=LG전자 제공LG전자가 아시아 최대 규모의 디지털 예술 전시행사에서 프리미엄 TV를 대거 선보인다.LG전자는 홍콩 최대 중심가 퀸즈로드 센트럴(Queen's Road Central)에서 지난달 20일부터 이달 6일까지 열리는 '디지털 아트페어 2022'에 공식 후원사로 참가했다고 4일 밝혔다.디지털 아트페어 갤러리는 1850㎡(약 560평) 규모로 LG전자는 이곳에 97형 올레드 에보 갤러리에디션, LG 올레드 오브제컬렉션, 투명 올레드 등 혁신 디스플레이 118대를 설치했다. 컨트롤러와 사운드 시스템을 내장한 136형 발광다이오드(LED) 올인원 사이니지, 무선 이동식 스크린 LG 스탠바이미 등도 작품과 함께 설치돼 눈길을 끌었다.홍콩 디지털 아트페어는 아시아 최대 규모 디지털 예술 전시행사다. 인공지능(AI), 가상현실(VR), 확장현실(AR), 대체불가능토큰(NFT) 등 최신 기술을 활용해 문화·예술의 창의성을 보여주는 작품을 전시하는 것으로 유명하다. 이번 행사에는 주최측으로부터 올해의 디지털 작가로 선정된 중국계 예술가 재키 차이(Jacky Tsai)를 필두로 전 세계에서 70명 이상의 예술가들이 참가했다. 관람객들은 LG 올레드 TV의 세밀한 화질 표현, 압도적 명암비와 블랙이 주는 몰입감을 통해 화려한 색감의 디지털 작품을 즐길 수 있다.  
  
  
  
홍콩 디지털 아트페어 갤러리에 LG 올레드 TV가 전시돼 있다. 사진=LG전자 제공재키 차이의 작품은 투명 올레드 사이니지를 통해 전시됐다. 투명 올레드는 화면과 화면 너머 모습을 동시에 볼 수 있어 관람객들에게 신선한 감상 경험을 제공한다. 액정표시장치(LCD) 사이니지와 달리 백라이트가 필요 없이 화소 하나하나가 스스로 빛을 내는 올레드의 강점을 극대화한 제품이다.세계 최대 97형(대각선 길이 약 245cm) 올레드 TV는 지난 9월 서울 강남구 코엑스에서 열린 프리즈 서울(Frieze Seoul)에서도 한 차례 선보인 바 있는 대체불가토큰(NFT) 작품을 생생하게 표현하며 관람객들의 시선을 사로잡는다. LG전자는 이번 행사에서 화면을 자유롭게 휘었다 펴는 벤더블 게이밍 TV LG 올레드 플렉스(FLEX), 뒷모습에도 디자인을 더한 LG 올레드 오브제컬렉션 포제(Posé) 등 TV 신제품을 홍콩 시장에 첫 공개했다.LG전자는 자발광(Self-Lit) 올레드의 강점을 앞세워 예술 분야와 협업을 확대하는 올레드 아트 프로젝트(OLED Art Project)를 적극 펼치고 있다. '예술에 영감을 주고, 아티스트가 선호하는 올레드 TV'라는 브랜드 파워를 앞세워 프리미엄 소비자에 대한 접점을 확대하는 한편, 고객들에게 △최고의(First) △차별화된(Unique) △세상에 없던(New) F.U.N 경험을 제공할 계획이다.LG전자는 지난달 홍콩 컨벤션센터에서 열린 파인아트 아시아(Fine Art Asia 2022) 전시에서도 공식 스크린 후원사로 참가했다. 세계 3대 아트페어이자 세계 주요 도시에서 열리는 프리즈 아트페어에서도 글로벌 파트너 자격으로 전시 참여 및 후원을 이어가고 있다.한유리 LG전자 홍콩법인장은 "다양한 분야와 지속 협업하며 LG 올레드 TV의 고객 경험을 확장하고 프리미엄 브랜드로서 리더십을 더욱 공고히 해 나갈 것"이라고 말했다.

LG전자, 홍콩 아트페어서 올레드 118대로 디지털 작품 구현

https://n.news.naver.com/mnews/article/079/0003703418?sid=101

핵심요약LG전자는 1850제곱미터(㎡) 규모 갤러리에 97형 올레드 에보 갤러리에디션, LG 올레드 오브제컬렉션, 투명 올레드 등 혁신 디스플레이 118대를 설치했다.  
  
  
  
컨트롤러와 사운드 시스템을 내장한 136형 올인원 LED 사이니지가 전시장 입구에 설치돼 있는 모습. LG전자 제공LG전자는 홍콩 최대 중심가 퀸즈로드 센트럴에서 오는 6일까지 열리는 디지털 아트페어 2022에 공식 후원사로 참가했다고 4일 밝혔다.LG전자는 1850제곱미터(㎡) 규모 갤러리에 97형 올레드 에보 갤러리에디션, LG 올레드 오브제컬렉션, 투명 올레드 등 혁신 디스플레이 118대를 설치했다. 컨트롤러와 사운드 시스템을 내장한 136형 LED 올인원 사이니지, 무선 이동식 스크린 LG 스탠바이미 등도 작품과 함께 설치돼 눈길을 끌었다.홍콩 디지털 아트페어는 아시아 최대 규모 디지털 예술 전시행사다. 인공지능(AI), 가상현실(VR), 확장현실(AR), 대체불가능토큰(NFT) 등 최신 기술을 활용해 문화·예술의 창의성을 보여주는 작품을 전시하는 것으로 유명하다.올해는 주최 측으로부터 올해의 디지털 작가로 선정된 중국계 예술가 재키 차이(Jacky Tsai) 등 전 세계 70명 이상의 아티스트가 참가했다. 관람객들은 LG 올레드 TV의 섬세한 화질 표현, 압도적 명암비와 블랙이 주는 몰입감을 통해 화려한 색감의 디지털 작품을 다양하게 즐길 수 있다.재키 차이의 작품은 투명 올레드 사이니지를 통해 전시됐다. 투명 올레드는 화면과 화면 너머 모습을 동시에 볼 수 있어 관람객들에게 기존에 없던 작품 감상 경험을 제공한다. LCD 사이니지와 달리 백라이트가 필요 없이 화소 하나하나가 스스로 빛을 내는 올레드의 강점을 극대화한 제품이다.  
  
  
  
 LG 올레드 TV가 예술 작품과 함께 전시돼 있는 모습. LG전자 제공LG전자는 이번 행사에서 △세계 최대 97형(대각선 길이 약 245센티미터) 올레드 TV △화면을 자유롭게 휘었다 펴는 벤더블 게이밍 TV LG 올레드 플렉스(FLEX) △뒷모습에도 디자인을 더한 LG 올레드 오브제컬렉션 포제(Posé) 등 TV 신제품을 홍콩 시장에 첫 공개하기도 했다.앞서 LG전자는 지난달 홍콩 컨벤션센터에서 열린 파인아트 아시아 전시에도 공식 스크린 후원사로 참가했다. 세계 3대 아트페어이자 세계 주요 도시에서 열리는 프리즈 아트페어에서도 글로벌 파트너 자격으로 전시 참여 및 후원을 이어가고 있다.LG전자 한유리 홍콩법인장은 "다양한 분야와 지속 협업하며 LG 올레드 TV의 고객 경험을 확장하고 프리미엄 브랜드로서 리더십을 더욱 공고히 해 나갈 것"이라고 말했다.※CBS노컷뉴스는 여러분의 제보로 함께 세상을 바꿉니다. 각종 비리와 부당대우, 사건사고와 미담 등 모든 얘깃거리를 알려주세요.이메일 : jebo@cbs.co.kr카카오톡 : @노컷뉴스사이트 : https://url.kr/b71afn

LG전자, 유망 스타트업과 손잡고 B2B 성장동력 키운다

https://n.news.naver.com/mnews/article/001/0013550813?sid=101

스타트업 6곳 사업화 검증 성과 발표  
  
  
  
2일 서울 마곡 LG사이언스파크에서 LG전자 장익환 BS사업본부장이 B2B 유망 스타트업 발굴·육성 프로그램으로 선발된 스타트업의 기술 시연을 살펴보고 있다.[LG전자 제공. 재판매 및 DB 금지] (서울=연합뉴스) 김기훈 기자 = LG전자가 유망 스타트업과 함께 기업간거래(B2B) 사업의 신성장동력을 발굴·육성한다. LG전자는 지난 2일 서울 마곡 사이언스파크에서 한국무역협회(KITA)와 함께 B2B 사업에 특화된 기술을 보유한 스타트업을 선발·지원하는 '비즈노베이터(Biznovator) 2022'의 사업화 검증 성과를 발표했다고 3일 밝혔다. LG전자는 올해 4월 공개 모집 이후 두 차례 심사를 거쳐 아이시냅스, 아고스비전, 인바이즈, 와트, 마인드아이, 바이오센스텍 등 6개 파트너사를 선발했다. 이후 LG전자의 기술과 노하우를 제공하며 이들과 사업화 검증(PoC·Proof of Concept)을 진행해왔다. 아이시냅스는 근거리 통신에 최적화된 비가청(非可聽) 음파로 데이터를 송·수신하는 기술을 보유하고 있다. 호텔 객실에 설치된 TV에 이 기술을 탑재하면 고객이 객실에 입실한 것을 인지해 자동으로 냉난방을 조절하는 등 차별화된 서비스를 제공할 수 있다. 아고스비전은 광시야각 3차원(3D) 카메라 및 센서 기술을 보유하고 있으며, 인바이즈는 동영상 편집에 최적화된 전용 컨트롤러와 콘텐츠 편집 솔루션을 보유하고 있다. 와트(산업용 스마트글래스 기술), 마인드아이(영상 기반 심리분석 기술), 바이오센스텍(엑스레이 검출 기술) 등 파트너사 기술의 사업화 검증 성과가 소개됐다. LG전자 BS사업본부장 장익환 부사장은 "혁신적 아이디어와 기술을 갖춘 스타트업과 협업해 빠르게 변화하는 B2B 고객과 시장의 변화에 선제 대응해 나갈 것"이라고 말했다. kihun@yna.co.kr

'괄목상대' LG전자 전장사업 "4분기도 흑자…수주잔고 예상 15兆 웃돈다"

https://n.news.naver.com/mnews/article/277/0005172675?sid=101

LG전자가 미래 먹거리로 점찍은 전장(차량용 전자장치) 사업이 급부상 중이다. 3분기에 분기 최대 매출과 2개 분기 연속 흑자를 달성했으며 4분기 흑자는 물론 예상보다 15조원가량 많은 수주를 따낼 것으로 관측된다. 5일 산업계에 따르면 LG전자 VS(전장) 사업본부는 3분기(7~9월)에 역대 최대 매출인 2조3454억원을 벌어들였다. 영업이익은 961억원을 기록하며 2개 분기 연속 흑자를 달성했다. 이로써 사업 진출 9년 만에 처음으로 연간 흑자 달성 가능성이 커졌다.주목할 점은 VS 본부가 4분기 흑자를 자신하고 있다는 사실이다. 김주용 VS 본부 경영관리 담당은 지난달 28일 진행된 LG전자 3분기 실적 발표 컨퍼런스 콜(전화 회의)에서 '4분기와 내년 연간 매출 및 수익성 전망이 궁금하다'는 김지산 키움증권 리서치센터장 질문에 김 담당은 "완성차 OEM(주문자 상표 부착 생산) 기업 (주문 등으로) 3분기에 흑자 기조를 유지했고 4분기에 지속적으로 수익성이 개선될 것으로 전망된다"며 "(이에 따라) 올 4분기에 VS 본부의 매출 고성장세와 영업이익 흑자 달성 등이 (가능할 것으로) 예상된다"고 답변했다. 김 담당에 따르면 LG전자의 VS 사업은 크게 '인포테인먼트' '전기차 부품' '차량용 램프' 사업 등으로 구성돼 있다. 수익성과 잠재성이 높다고 평가받는 분야는 차 부품 사업인데, 이 부분 수익성이 높아지고 유럽과 북미 등 선진국 시장 공략 속도도 높아진다고 자신한 점에 컨콜 참여 기관투자가(금융투자업계)들과 산업계 관심이 높다. LG전자 VS본부의 인포테인먼트 사업 매출 60%가량이 유럽과 북미에서 발생한다. 한국과 일본 거래처로 보폭을 넓히고 있다. 전기차 부품 사업의 경우 북미 비중이 크고, LG마그나 이-파워트레인 설립 효과로 유럽 거래 비중을 빠르게 넓혀가고 있다. 김 담당은 "내년에도 차 부품 수요가 증가하고 신규 프로젝트 진행으로 (VS 본부의) 높은 성장세(가 이어질 것으로) 예상한다"며 "매출 증가와 비용 개선을 통한 수익성 확보를 지속 추구할 것"이라고 대답했다. 수주잔고가 예상보다 많다는 사실에 대해 산업계는 단순한 '반짝' 분기 실적 호조가 아니라 사업 펀더멘털(기초 체력)이 탄탄하게 자리잡혀 가는 방증이라는 반응을 보인다. 김 담당에 따르면 VS 본부의 당초 연말 수주잔고 예상액은 65조원 규모였으나 3분기와 4분기 신규 수주 증가와 최근 환율 상승(달러 강세, 원화 약세) 등에 따라 연말 80조원가량의 수주잔고를 기록할 거승로 전망된다. 이에 대해 김 담당은 "인포테인먼트의 경우 잔고 규모의 약 60%를, 전기차 부품은 20%대 중반을, 차량용 램프가 나머지를 각각 차지한다"며 "(이 중) 전기차 부품 시장이 높은 성장세를 보이고 있고, LG마그나 조인트벤처(JV)를 통해 향후 지속적으로 높은 성장성을 유지할 것으로 예상한다"고 자신했다. 박강호 대신증권 연구원은 3분기 LG전자 실적 발표 이후 작성한 분석보고서에 "내년 VS(전장) 부문이 TV(HE)와 가전(H&A·홈 어플라이언스&에어솔루션) 대비 고성장세를 보일 것으로 예상한다"며 "전기자동차 생산 증가, 올해 대비 반도체 공급 차질 해소 등으로 차 업체(고객)의 생산이 확대되고 내연기관 전장화 추세가 확산해 헤드램프와 인포테인먼트 분야도 고성장세를 보일 것"이라고 내다봤다. 사업 진출 9년간 적자 수렁에 빠져 있던 이 분야에 베팅하면서 과거 주력 사업인 태양광과 휴대폰 사업을 과감하게 접은 구 대표 이하 그룹 경영진과 조주완 LG전자 대표이사 사장의 경영 능력에 대한 재계 관심도 높아지는 이유다. 구 대표는 2018년 5월20일 고(故) 구본무 회장 타계 후 그룹 회장 자리를 이어받은 지 두 달 만에 1조4000여억원을 들여 오스트리아 차량용 헤드램프 제조사 ZKW를 인수하며 전기차 충전·배터리·부품(전장)을 수직계열화 드라이브를 밟았다. 이후 4년이 흐른 지금 LG전자와LG에너지솔루션은 '차량용 인포테인먼트(차량전장·VS 사업본부)-이파워트레인(합작법인 LG마그나)-충전 인프라(스타트업 애플망고 인수)-전기차 배터리 5각 생산체계 구축'으로 이어지는 탄탄한 전기차 생태계를 확보했다는 평을 듣는다.

LG전자, 모든 가전 사용 가능한 점자 스티커 배포

https://n.news.naver.com/mnews/article/003/0011514683?sid=101

[서울=뉴시스]LG전자가 최근 모든 LG가전에 붙여 사용할 수 있는 공용 점자스티커를 고객들에게 무상 배포하기 시작했다. 모델이 LG전자 식기세척기에 공용 점자스티커를 붙여 사용하고 있다. (사진 = LG전자) 2022.11.3. photo@newsis.com \*재판매 및 DB 금지[서울=뉴시스]이현주 기자 = LG전자가 모든 LG가전에 붙여 사용할 수 있는 공용 점자스티커를 무상 배포한다고 3일 밝혔다. LG전자는 지난해부터 약 20개 제품 대상으로 제품별 전용 점자스티커를 개발해 무료로 제공해 왔다. 이번에는 점자스티커 1종을 모든 제품에 붙여 사용할 수 있도록 공용화했다.가전은 제품마다 버튼의 모양이나 위치가 다르고 특히 최근 들어 터치 방식의 평평한 조작부를 갖춘 제품이 많아져 시력이 좋지 않은 사람들이 사용하기 쉽지 않았다.LG전자가 자체 개발한 공용 점자스티커는 전원, 동작 및 정지, 와이파이, 원격제어, 위·아래 화살표 등 쉽게 인지할 수 있는 10가지 아이콘을 포함해 점자, 가이드라인 등으로 구성돼있다. 양각 처리된 아이콘이나 점자를 손가락 끝으로 인지하고 가이드라인을 따라가 터치하면 원하는 기능을 동작시킬 수 있다. 국내 시각장애인의 점자 해독 비율은 약 5% 수준으로 LG전자는 더 많은 저시력 이용자가 점자스티커를 쉽게 활용할 수 있도록 보다 직관적인 아이콘을 점자와 함께 구성했다. 이를 통해 공용 점자스티커는 국내뿐 아니라 전 세계에서 사용할 수 있다.LG전자 고객센터와 한국장애인소비자연합에 연락해 공용 점자스티커를 신청하면 된다. 12월 말부터는 전국 LG 베스트샵 매장에서 LG 가전을 구입하거나 사용하는 사람이 요청하면 공용 점자스티커를 현장에서 직접 받을 수 있다.사용방법은 점자스티커와 함께 동봉된 점자가 새겨진 안내문이나 LG전자 공식 유튜브 채널에 올라온 안내 영상을 참고하면 된다. LG 씽큐(LG ThinQ) 앱의 음성 안내를 들으며 사용할 수도 있다. LG전자는 가전제품의 접근성을 높이기 위해 지난해부터 접근성 전문가와 시각, 청각, 지체 등 여러 유형의 장애인으로 구성된 자문단을 운영해 제품 개선사항을 발굴하고 있다. 제품과 서비스의 접근성 관련 기능도 지속 강화하고 있다. 올 8월 출시한 정수기는 ▲작은 글씨로 적힌 메뉴가 잘 보이지 않아 제품 사용이 불편한 저시력자 ▲신제품 사용이 익숙치 않은 시니어 ▲키가 작아 출수 버튼이 손에 닿지 않는 어린이 ▲손을 사용하기 불편한 사람 등을 포함해 누구나 제품을 편리하게 사용할 수 있도록 국내 최초로 정수기에 음성인식 기능을 적용했다.이용자는 출수구 아래 컵을 놓은 상태에서 "하이 엘지, 냉수 220밀리리터 줘"라고 말하면 버튼을 조작하지 않고도 말 한마디로 원하는 용량의 물을 받을 수 있다.TV에도 음성안내 기능이 적용돼있다. 메뉴나 기능 동작은 물론, 시청 중인 화면 내용을 음성으로 들을 수 있다. 안내 음성의 음량, 빠르기 등은 리모컨으로 간편하게 조절 가능하다.시니어를 위한 전담 상담 서비스도 운영한다. 고객센터에 등록된 60세 이상 이용자에게는 큰 글씨 버튼이 적용된 '보이는 ARS'와 '느린 말 ARS'를 제공한다. 70세 이상은 ARS 절차 없이 시니어 전담팀으로 바로 연결된다.LG전자 H&A사업본부장 류재철 부사장은 "2030년까지 모든 제품군에 접근성 기능을 탑재하기 위해 노력 중"이라며 "누구나 사용하기 편한 LG가전을 만들어 차별화된 고객경험을 제공할 것"이라고 말했다.

'가전 접근성 높인다' LG전자, 공용 점자스티커 배포

https://n.news.naver.com/mnews/article/421/0006434422?sid=101

전원·동작 및 정지 등 직관적인 10가지 아이콘과 점자, 가이드라인으로 구성모든 고객이 편리하게 제품과 서비스 사용하도록 접근성 강화  
  
  
  
LG전자가 누구나 더욱 편리하게 가전을 사용할 수 있도록 제품 접근성을 한층 높이기 위해 최근 모든 LG가전에 붙여 사용할 수 있는 공용 점자스티커를 고객들에게 무상 배포하기 시작했다. LG전자가 개발한 공용 점자스티커. (LG전자 제공)(서울=뉴스1) 노우리 기자 = LG전자가 제품 접근성을 한층 높이기 위해 최근 모든 LG가전에 붙여 사용할 수 있는 공용 점자스티커를 고객들에게 무상 배포한다고 3일 밝혔다. LG전자는 지난해부터 약 20개 제품 대상으로 제품별 전용 점자스티커를 개발해 무료로 제공해 왔다. 이번에는 점자스티커 1종을 모든 제품에 붙여 사용할 수 있도록 공용화했다. LG전자가 자체 개발한 공용 점자스티커는 전원, 동작 및 정지, 와이파이, 원격제어, 위·아래 화살표 등 쉽게 인지할 수 있는 10가지 아이콘을 포함해 점자, 가이드라인 등으로 구성됐다. 양각 처리된 아이콘이나 점자를 손가락 끝으로 인지하고 가이드라인을 따라가 터치하면 원하는 기능을 동작시킬 수 있다. 국내 시각장애인의 점자 해독 비율은 약 5% 수준으로 LG전자는 더 많은 저시력 고객이 점자스티커를 쉽게 활용할 수 있도록 보다 직관적인 아이콘을 점자와 함께 구성했다. LG전자 가전을 사용하는 고객이라면 누구든지 LG전자 고객센터, 한국장애인소비자연합에 연락해 공용 점자스티커를 신청할 수 있다. 12월 말부터는 전국 LG 베스트샵 매장에서 LG 가전을 구입하거나 사용하는 고객이 요청하면 공용 점자스티커를 현장에서 직접 받을 수 있다.LG전자는 가전제품의 접근성을 높이기 위해 지난해부터 접근성 전문가와 시각, 청각, 지체 등 여러 유형의 장애인으로 구성된 자문단을 운영해 제품 개선사항을 발굴하고 접근성을 높이는 데 힘을 보태고 있다.류재철 LG전자 H&A사업본부장 부사장은 “2030년까지 모든 제품군에 접근성 기능을 탑재하기 위해 노력 중”이라며 “누구나 사용하기 편한 LG가전을 만들어 차별화된 고객경험을 제공할 것”이라고 말했다.

LG전자, 유망 스타트업 6개사 발굴

https://n.news.naver.com/mnews/article/016/0002061017?sid=101

‘비즈노베이터 2022’ 성과 발표B2B사업 개방형 혁신도 지속  
  
  
  
장익환(왼쪽) LG전자 BS사업본부장이 유명 스타트업 기술 시연을 살펴보고 있다. [LG전자 제공]LG전자가 유망 스타트업과 기업간거래(B2B) 사업의 신성장동력 발굴에 나선다. LG전자는 2일 서울 마곡 사이언스파크에서 한국무역협회와 함께 B2B 사업에 특화된 기술을 보유한 스타트업을 선발·지원하는 ‘비즈노베이터 2022’의 사업화 검증 성과를 발표했다.LG전자는 지난 4월 공개 모집 이후 두 차례 심사를 거쳐 ▷아이시냅스 ▷아고스비전 ▷인바이즈 ▷와트 ▷마인드아이 ▷바이오센스텍 등 6개의 파트너사를 최종 선발했다. LG전자는 이들 스타트업과 함께 ▷ID(사이니지, 상업용 TV 등) ▷IT(모니터, 노트북 등) ▷로봇 등 B2B 사업 분야에 기존에 없던 고객경험을 강화하는 개방형 혁신 활동을 지속해 나갈 계획이다. ‘아이시냅스’의 기술을 호텔 객실에 설치된 TV에 이 기술을 탑재하면 고객이 객실에 입실한 것을 인지해 자동으로 냉난방을 조절하는 등 서비스를 제공할 수 있다. ‘아고스비전’의 광시야각 3D 카메라와 센서 기술을 보유한 업체다. LG전자 로봇에 적용하면 도로 내 장애물 인식률을 높여 자율 주행 성능을 강화할 수 있다. ‘인바이즈’는 동영상 편집에 최적화된 솔루션을 보유하고 있다. 김지헌 기자

LG전자 스타트업과 B2B 성장동력 키운다

https://n.news.naver.com/mnews/article/382/0001014305?sid=101

장익환 BS사업본부장이 스타트업의 기술 시연을 살펴보고 있다. 사진제공｜LG전자 LG전자가 유망 스타트업과 B2B(기업간 거래) 사업의 신성장동력 발굴, 육성에 나선다. LG전자는 2일 서울 마곡 사이언스파크에서 한국무역협회(KITA)와 함께 B2B 사업에 특화된 기술을 보유한 스타트업을 선발·지원하는 ‘비즈노베이터 2022’의 사업화 검증 성과를 발표했다. 4월 공개 모집 이후 두 차례 심사를 거쳐 아이시냅스, 아고스비전, 인바이즈, 와트, 마인드아이, 바이오센스텍 등 6개의 파트너사를 최종 선발했다. 이후 전문가를 투입해 LG전자가 보유한 기술 및 노하우를 제공하며 사업화 검증(PoC)을 진행했다. LG전자는 이번 발표를 기반으로 파트너사와 공동 연구를 해나갈 예정이다. 장익환 LG전자 BS사업본부장(부사장)은 “혁신적 아이디어와 기술을 갖춘 스타트업과 협업해 빠르게 변화하는 B2B 고객과 시장의 변화에 선제적으로 대응해 나갈 것”이라고 말했다. 김명근 기자 dionys@donga.com

"이걸 포기하다니"…비운의 'LG 상소문폰' 실제 펼쳤더니

https://n.news.naver.com/mnews/article/011/0004118623?sid=105

영상 공개 한 달 만에 조회수 220만 '훌쩍'  
  
  
  
유튜브 캡처[서울경제] LG전자가 스마트폰 사업을 철수하면서 출시가 좌절된 비운의 ‘롤러블폰(화면이 돌돌 말리는 폰)’이 한 유튜버의 뒤늦은 리뷰에 주목을 받고 있다.IT 전문 유튜버 '뻘짓연구소'는 최근 'LG 롤러블폰 실물 보여드릴게요. 대박!'이라는 제목과 함께 해당 제품을 체험하는 콘텐츠를 공개했다. 뻘짓연구소는 구독자에게 해당 제품을 대여받아 영상을 제작하게 됐다고 밝혔다.일명 '상소문폰'으로 불린 LG 롤러블폰은 LG전자의 스마트폰 사업 철수로 정식으로 출시되지는 못했다. 다만 한정 수량으로 제작돼 내부 소수 직원에게 무료로 제공됐다.  
  
  
  
유튜브 캡처공개된 영상을 보면 LG 롤러블폰의 완성도는 시중에 판매가 가능할 정도로 상당한 수준을 보였다. 동영상 시청 중에 화면을 늘리면 자동으로 해상도가 조정되는 등 롤러블 맞춤형 소프트웨어가 탑재됐다.특히 접었을 때 후면에 위치하는 디스플레이를 전용 위젯으로 활용할 수도 있다. 후면카메라로 '셀카'를 촬영할 경우 자신의 모습을 확인하면서 찍을 수 있다.LG 폴더블폰의 무게는 285g으로 스마트폰 가운데 다소 무거운 축에 속하지만 폴더블폰과 비교했을 땐 큰 차이가 없다. 삼성전자 ‘갤럭시Z 폴드4’ 무게는 263g이다. 화면은 펼치지 않았을 때 6.8인치(1080x2428) 크기지만 펼치면 최대 7.4인치까지(1600x2428) 확장된다.영상을 접한 누리꾼들은 "1세대가 이 정도라면 앞으로 엄청난 작품들이 나왔을텐데 미친 듯이 아쉽다", "감탄 밖에 안 나온다", "이걸 출시 안 하고 포기한 게 대단하다" 등의 반응을 보였다.  
  
  
  
유튜브 캡처한편 LG 롤러블폰은 지난해 1월 CES2021에서 시제품이 공개된 바 있다. 새로운 스마트폰 폼팩터(기기 형태) 경쟁을 예고했던 LG의 기대작이었다. LG가 지난해 4월 전파인증까지 마쳤지만 같은 달 모바일 사업을 철수를 발표하면서 롤러블폰은 출시조차하지 못했다.LG전자는 롤러블폰을 제공하며 동봉한 편지에 "이 폰은 혁실을 통한 창조, 꿈을 현실로 바꾸기 위해 LG의 기술 역량을 집중해 상상을 현실로 만든 세계 최초의 롤러블폰이자, LG스마트폰의 마지막 작품”이라고 언급한 바 있다. 이후 ‘세계 최초 롤러블폰’ 타이틀을 놓고 삼성전자와 중국기업인 오포, TCL, 화웨이 등이 치열한 경쟁을 벌이고 있는 상황이다.

'삼성·LG' 스마트TV에 들어간 'NFT'…"디지털 아트 경험 확대"

https://n.news.naver.com/mnews/article/003/0011516558?sid=105

기사내용 요약LG 이어 삼성 스마트TV에서도 NFT작품 감상 가능카카오 계열사 그라운드엑스의 '클립 드롭스' 연동삼성 스마트TV에선 NFT 구매까지 가능"전시 작품 보듯 일상으로 디지털 아트 경험 확대"  
  
  
  
[서울=뉴시스] 오동현 기자 = 이제 집에서도 미술 전시를 관람하듯 디지털 아트와 대체불가토큰(NFT)을 감상할 수 있게 됐다. 4일 IT·전자업계에 따르면 카카오의 블록체인 기술 계열사 그라운드엑스는 지난 2월 LG전자에 이어 이달부터 삼성전자 스마트TV에 디지털 아트 및 NFT 유통 서비스 '클립 드롭스(Klip Drops)'를 연동한다. 이를 통해 디지털 아트를 기존의 미술 전시 작품처럼 일상 속에서 실물로 감상할 수 있다. 삼성전자 스마트TV 이용자는 별도의 앱 설치 없이 삼성 TV 스마트 허브의 매직스크린 탭에서 클립 드롭스 앱을 실행해 클립 드롭스에서 보유하고 있는 모든 디지털 아트와 NFT를 감상할 수 있다. 아티스트 소개와 작품 해설 등에 대한 정보와 추천 NFT 작품도 확인할 수 있다.'클립 드롭스' 서비스를 지원하는 삼성전자 스마트TV는 2022년도 이후 한국에 출시된 모든 제품이다. 더 프레임, 마이크로 LED(발광 다이오드), 크리스탈 UHD 제품 등 일부 모델에서는 앱 설치가 필요하다. 빔프로젝터는 서비스를 지원하지 않는다.삼성전자 스마트TV에선 작품 구입도 가능하다. 각 작품 하단에 표기된 QR코드를 스마트폰으로 인식하면 클립 드롭스 모바일 페이지로 이동해 간편하게 작품을 구매할 수 있다. 구매한 디지털 아트와 NFT 작품은 클립 드롭스 앱의 마이컬렉션에서도 확인할 수 있으며, TV화면으로 언제든지 감상할 수 있다.LG전자 스마트TV 이용자는 LG 콘텐츠 스토어를 통해 '드롭스 갤러리'를 설치 후 작품을 감상할 수 있다. 2019년도 이후 출시된 LG전자 스마트 TV(UHD 이상 모델 및 스탠바이미)에서 모두 이용 가능하다. 단, 삼성전자와 달리 스마트TV를 통한 작품 구입은 지원하지 않는다.   
  
  
  
그라운드엑스는 스마트TV뿐만 아니라, 디지털 액자에서도 작품을 감상할 수 있도록 서비스를 확대하고 있다. 클립 드롭스 이용자들은 지난 7월부터 엘팩토리의 디지털 액자 ‘블루캔버스'와 ‘아티비아'에서 보유 작품을 감상할 수 있다. 김태근 그라운드엑스 사업그룹장은 "클립 드롭스를 스마트TV와 연동해 유저들이 일상에서 디지털 아트를 즐기고 체험할 수 있게 됐다. 더욱 긴밀한 협력을 통해 고객들이 디지털 아트와 NFT의 새로운 가치를 체감할 수 있도록 감상 경험을 확대하고 다양한 혜택을 제공할 수 있도록 노력하겠다"고 전했다. 그라운드엑스는 퍼블릭 블록체인 플랫폼 '클레이튼(Klaytn)'과 디지털 자산 지갑 서비스 '클립(Klip)', 디지털 아트 및 NFT 유통 서비스 '클립 드롭스'를 중심으로 블록체인 서비스를 확대해 나가고 있다. 누구나 손쉽게 디지털 아트를 접할 수 있는 문화를 조성하고, 아티스트들과 상생하는 크리에이터 경제 기반을 구축하고 있다．

"대세는 1~2인 가구"...LG전자, 컴팩트한 6인용 식기세척기 선봬

https://n.news.naver.com/mnews/article/014/0004921545?sid=101

LG전자가 최근 출시한 'LG 디오스 오브제컬렉션 6인용 식기세척기' 신제품. LG전자 제공[파이낸셜뉴스] LG전자가 'LG 디오스 오브제컬렉션 6인용 식기세척기' 신제품을 최근 출시했다고 1일 밝혔다. LG전자 관계자는 "컴팩트한 크기에 오브제컬렉션 컬러와 디자인을 적용해 인테리어와 조화를 이루는데 중점을 뒀다"면서 "설거지 양이 적은 1~2인 가구나 주방이 협소해 비교적 부피가 큰 12인용 식기세척기 설치가 어려운 고객에게 유용할 것"이라고 말했다. LG전자가 국내 창원에서 직접 생산하는 디오스 오브제컬렉션 6인용 식기세척기는 하단의 듀얼 세척날개와 뒷면까지 3중으로 분사되는 34개의 고압 물살로 식기를 세척한다. 내부 습기는 상단 배출구로 내보내면서 뜨거운 바람을 이용한 열풍건조로 세척 후 식기에 남은 습기를 말려준다. 신제품은 LG전자가 국내 전문 인증기관인 한국화학융합시험연구원(KTR) 등과 실험한 결과 고온살균 코스를 적용했을 때 △황색포도상구균 △바실러스세레우스 △녹농균이 99.999% 제거됐다. 또 LG전자는 고객이 더 편리하게 식기세척기를 활용할 수 있도록 신제품에 2단 분리형 선반을 적용했다. 상단 선반을 분리하면 큰 냄비와 프라이팬 수납도 가능해 다양한 크기의 식기와 조리도구까지 세척할 수 있다. 이현욱 LG전자 H&A사업본부 키친어플라이언스사업부장(전무)는 "작은 주방에도 설치 가능할 뿐만 아니라 인테리어와 조화로운 디자인을 갖춘 컴팩트한 식기세척기 신제품을 통해 차별화된 고객경험을 제공할 것"이라고 말했다.

얼어붙은 TV 시장…삼성·LG '따뜻한' 대목 연말 맞을까

https://n.news.naver.com/mnews/article/018/0005359184?sid=101

3분기 수익성 크게 둔화…글로벌 인플레 직격탄‘프리미엄 TV 승부처’ 유럽 수요 급감에 3Q ‘최악’내년도 모르겠지만…월드컵·블프 ‘성수기’ 맞이 채비[이데일리 이다원 기자] 올해 하반기 TV 시장이 유럽 등 주요 시장을 중심으로 얼어붙었다. 연말까지 경기침체 분위기가 이어질 것으로 예상되는 가운데 국내 TV 기업들은 글로벌 스포츠 이벤트와 할인 행사 등 반등 기회를 잡기 위해 분투하고 있다.  
  
  
  
LG전자 올레드 TV. (사진=LG전자)4일 각 사에 따르면 올해 3분기 TV 사업부의 수익성이 악화했다. 삼성전자에서 TV를 담당하는 VD부문과 가전 부문 영업이익은 2500억원으로 전년 동기 대비 67% 줄었다. LG전자에서 TV 사업을 맡고 있는 홈엔터테인먼트(HE) 본부의 경우 3분기 영업손실 554억원을 기록해 2분기 연속 마이너스를 이어갔다. 매출액 역시 3조7121억원으로 같은 기간 11.2% 줄었다.기업들은 이같은 실적 부진의 원인으로 심화한 인플레이션(물가 상승) 영향을 지목했다. 고물가 현상이 이어지면서 글로벌 TV 수요가 크게 위축했다는 것이다. 특히 유기발광다이오드(OLED) 등 프리미엄 TV 수요가 높았던 유럽을 중심으로 소비 심리가 꺾이면서 TV 시장이 빠르게 얼어붙었다. 트렌드포스는 “올해 유럽의 TV 출하량 연간 감소율은 12.5%에 달할 것으로 예상되는 등 주요 시장 중 최악의 실적을 기록했다”고 강조했다.김영무 삼성전자 VD사업부 상무는 3분기 실적발표 컨퍼런스콜에서 “최근 고금리, 고물가 등으로 인한 소비심리 위축 영향으로 수요가 줄었다”고 설명했다. 이정희 LG전자 HE 경영관리담당 역시 “TV 시장 수요가 올 3분기까지 전반적으로 둔화했고 유럽 등 선진 시장을 중심으로 둔화 현상이 있었다”며 “이에 따라 재고가 늘어난 것도 사실이며 출하량 조정을 통해 리스크를 최소화하기 위해 노력하고 있다”고 했다.이어진 4분기에도 시장 반응은 여전히 싸늘하다. 시장조사기관 트렌드포스는 4분기 TV 출하량이 전분기 대비 10.8% 늘어난 5696만대를 기록하겠으나, 역대 4분기 중에서는 최저 수준을 기록할 것으로 예상하고 있다.하지만 다가온 4분기가 ‘성수기’로 꼽히는 만큼 이를 포기할 수는 없다. 당장 이달 21일부터 시작하는 카타르 월드컵이 대형 TV로의 교체 수요를 늘릴 가능성이 있다. 또한 이달 말께 북미 지역을 중심으로 ‘블랙 프라이데이’ 행사가, 12월 말께는 성탄절 이후 전 세계적으로 큰 폭의 할인 행사가 열리는 경우가 있어 소폭이나마 이익 반등을 노릴 수 있다.TV 업계는 글로벌 수요를 노린 마케팅을 펼치며 틈새 수요 잡기에 나섰다. 삼성전자는 온라인을 통해 단독으로 Neo QLED 8K 등 TV 교체 이벤트를 진행했다. 또 국내와 독일 등 글로벌 시장에서 ‘블랙 위크’ 이벤트를 통해 할인 행사도 열고 있다. LG 역시 선진 시장의 TV 교체 수요에 대비하고 있다. 앞서 “특히 올레드(OLED) TV를 중심으로 월드컵과 블랙프라이데이 성수기 판촉으로 판매 성장을 예상한다”며 “유럽 TV 수요의 경우 4분기 약 5% 성장 전환할 것으로 예상한다”고 하면서다.대형 프리미엄 TV를 중심으로 한 판매 전략도 이어질 전망이다. 삼성전자는 올 하반기부터 내년까지 초대형을 비롯한 프리미엄 수요가 성장할 것으로 예상하고 있다. 따라서 네오 QLED 등 프리미엄 중심 제품 혁신을 이어갈 계획이다. LG전자는 올 하반기부터 본격적으로 프리미엄 올레드 TV 신모델을 중심으로 판매 전략을 운영하며 수익성 개선에 나섰다.이와 관련해 업계 관계자는 “연말 TV 수요가 소폭이라도 늘어날 요인이 많은 시기”라며 “이를 대비해 프리미엄 중심 수익 전략을 세운 상황”이라고 설명했다.  
  
  
  
삼성전자 네오 QLED 8K. (사진=삼성전자)

LG전자, AI 공조기술로 에너지 효율 높인다

https://n.news.naver.com/mnews/article/003/0011512405?sid=101

기사내용 요약‘2022 대한민국 에너지대전’서 공간 맞춤형 공조기술 선보여  
  
  
  
[서울=뉴시스]LG전자가 2일부터 3일간 일산 킨텍스에서 열리는 ‘2022 대한민국 에너지대전(Korea Energy Show)’에 참가한다. (사진 =업체 제공) 2022.11.02. photo@newsis.com \*재판매 및 DB 금지[서울=뉴시스] 이인준 기자 = LG전자가 국내 최대 규모의 에너지 전시회에 참가해 에너지 효율을 높인 공조기술을 선보인다.LG전자는 오는 4일까지 사흘간 일산 킨텍스에서 열리는 '2022 대한민국 에너지대전(Korea Energy Show)'에 참가한다고 2일 밝혔다.LG전자는 270㎡ 규모의 전시관에 주거, 업무, 상업 및 산업시설 등 다양한 공간에서 사용할 수 있는 공간 맞춤형 공조 솔루션 체험 공간을 마련했다. LG전자는 올해 행사에서 휘센 상업용 시스템에어컨 '멀티브이 아이(MultiV i)'를 소개한다. 지난달 출시된 이 제품은 고성능 AI(인공지능) 엔진을 통해 여러 대의 실내기를 각각 자동 제어해 해당 전체 공간의 온도를 균일하게 유지해주는 'AI 실내공간케어' 기능을 제공한다. 에너지소비효율은 1등급이다. 기존 모델보다 16마력 동급 기준 최대 7.2% 효율이 높아졌다. 주거용 솔루션인 프리미엄 1방향(way) 시스템 에어컨, 배출가스 저감장치를 부착해 대기오염물질의 배출을 줄인 가스식 시스템에어컨 등을 선보인다.LG전자는 오는 3일 B2B(기업간 거래) 고객을 대상으로 공조솔루션 핵심기술과 에너지 고효율 신제품을 소개하는 설명회를 진행한다. 관람객을 상대로 전시기간 동안 퀴즈를 풀면 재사용컵을 증정하는 이벤트도 진행한다.

LG전자, 공용 점자스티커 무료 제공

https://n.news.naver.com/mnews/article/028/0002613171?sid=101

LG전자가 개발한 공용 점자스티커. LG전자 제공엘지(LG)전자가 가전제품의 접근성을 높이기 위해 제품에 붙여 쓸 수 있는 공용 점자스티커를 무료로 나눠주고 있다고 3일 밝혔다. 엘지전자는 지난해부터 약 20개 제품을 대상으로 제품별 전용 점자스티커를 개발해 무료 제공해왔다. 올해는 점자스티커 1종을 모든 제품에 붙여 쓸 수 있도록 공용화했다. 공용 점자스티커는 전원, 동작·정지, 위·아래 화살표 등 10가지 아이콘을 포함해 점자, 가이드라인 등으로 구성됐다. 양각 처리된 아이콘이나 점자를 손가락 끝으로 파악해 가이드라인을 따라가 터치하면 원하는 기능을 동작시킬 수 있다. 스티커는 엘지전자 고객센터(1544-7777)나 한국장애인소비자연합(02-6952-2580)에 연락해 신청하면 된다. 12월 말부터는 전국 엘지 베스트샵 매장에서도 받을 수 있다.엘지전자 에이치앤에이(H&A)사업본부장 류재철 부사장은 “2030년까지 모든 제품군에 접근성 기능을 탑재하기 위해 노력 중”이라며 “누구나 사용하기 편한 엘지가전을 만들어 차별화된 고객 경험을 제공할 것”이라고 말했다.