



21일 삼성전자 서초사옥에서 열린 미디어 브리핑에서 삼성전자 전략혁신센터 손영권 사장, 하만 디네쉬 팔리월 CEO, 삼성전자 전장사업팀 박종환 부사장(왼쪽부터)이 손을 맞잡고 있다. 오른쪽 사진은 SK텔레콤이 BMW와 함께 공개한 커넥티드카 T5. 뉴시스·SK텔레콤

삼성-하만, LG-GM…IT, 자동차와 소통하다

후끈 달아오른 '스마트카 시장'

삼성, 하만 인수 배경에 자동차 전장 사업
LG, GM과 협력 강화…VC사업 인력 충원
SKT, BMW와 커넥티드카 'T5' 공동 개발

'스마트카' 시장이 달아오르고 있다. '커넥티드카'와 '자율주행차' 등을 포함한 스마트카는 완성차 업체뿐 아니라 구글과 애플 등 글로벌 정보기술(IT) 사업자들이 치열한 경쟁을 예고한 분야. 국내 기업으로는 삼성전자와 LG전자 등이 참전하고 있다. 특히 삼성전자가 최근 관련 기업을 인수하며 단숨에 글로벌 주도권을 확보하자 그외 기업들도 응전 또는 협력할 채비를 하고 있다. IT기업들이 이 분야에 눈독을 들이는 이유는 자동차 전장시장이 빠르게 성장하면서 차세대 먹을거리로 급부상하고 있기 때문이다. 업계에 따르면 커넥티드카와 자율주행차, 전기차 등 스마트카용 전장 시장 규모는 매년 10%가 넘는 큰 폭의 성장을 거듭하면서 2025년 1864억 달러에 이를 것으로 보인다.

최근 인공지능(AI) 플랫폼 기업 등을 잇달아 인수하며 차세대 성장동력 마련에 분주한 삼성전자의 경우 80억 달러에 이르는 빅딜을 통해 자동차 전장사업의 본격화를 선언했다. 삼성전자가 인수를 결정한 미국의 하만은 일반 소비자들에게는 오디오 브랜드로 잘 알려져 있지만, 주력 부문은 자동차 전장사업이다. 회사의 연매출이 70억 달러인데, 그중 65%를 전장사업에서 벌어들이고 있다. 그동안 반도체와 디스플레이 등을 중심으로 전장사업을 준비해 온 삼성전자는 하만 인수로 인포테인먼트와 텔레매틱스 등 전장사업분야 토털 솔루션 기업으로 도약할 것이란 게 관계자의 설명.

삼성전자는 내년 3분기까지는 인수를 마무리할 예정이며, 그 후에도 현 경영진에 의해 운영할 계획이다. 양사는 자동차 전장사업에 협력하는 한편 2018년 하만의 오디오 기술력을 삼성전자의 스마트폰 등에 도입하는 등 그 외 분야에서도 시너지를 낼 계획이다. 이와 관련해 디네쉬 팔리월 하만 최고경영자(CEO)는 21일 이재용 삼성전자 부회장 등과 만나 사업 계획 등을 논의했다.

텔레매틱스 시스템 등에서 성과를 내 온 LG전자도 관련 사업을 키우며 응전 태세를 갖추고 있다. 인포테인먼트 부문에선 주요 거래선과의 협력을 강화하고 GM '쉐보레 볼트 EV' 부품의 안정적인 공급에 나선다는 계획이다. 인력도 대폭 확대했다. LG전자의 3분기 보고서에 따르면 전장사업을 담당하는 VC사업본부 인력은 9월 말 기준 4350명이다. 3개월 전(3815명)과 비교해 530여명 늘었다.

스마트카 시장에 중요 요소인 무선통신 연결과 관련해선 이동통신기업들이 나섰다. SK텔레콤은 최근 BMW코리아와 '커넥티드카-드론-도로교통정보'를 실시간 연결하는 미래주행 기술을 선보였다. 5G 단말기를 탑재한 커넥티드카 'T5'는 5G 통신망의 초고속·초저지연 특성을 바탕으로 다양한 서비스가 가능하다. 차량 간 커뮤니케이션뿐 아니라, 도로의 신호등이나 CCTV 등으로부터 정보를 실시간으로 주고받을 수 있다. 언덕이나 커브로 인해 시야가 가려진 사각지대나 사고 등의 정보를 운전자에게 즉시 알려준다. KT도 최근 자율주행 인프라와 차량 전용 콘텐츠 및 앱스토어, 차량과 홈·오피스의 연동 등 커넥티드카를 위한 서비스 개발을 준비할 계획이라고 밝혔다.

김명근 기자 dionys@donga.com

? 자동차 전장 사업
자동차에 들어가는 각종 전자·전기장치를 만드는 사업. 크게 자율주행으로 대표되는 안전분야와 오디오, 내비게이션과 같은 인포테인먼트를 포함한 편의분야로 나뉜다. 자동차가 스마트카로 진화하면서 전장사업이 세계 기업들의 주요 차세대 사업으로 각광받고 있다.

■ 팔리월 하만 CEO가 밝힌 삼성전자와의 협력방안

"車 전장 사업 오랜 노하우 삼성전자와 시너지 낼 것"

"삼성전자와 하만의 만남은 큰 시너지를 낼 것이다."

디네쉬 팔리월 하만 CEO는 21일 삼성전자 서초사옥에서 한국기자들과 만나 향후 삼성전자와의 협력방안에 대해 밝혔다. 그는 "삼성전자와 하만은 '혁신'과 '연구개발'을 중요시한다는 문화를 가지고 있다는 점에서 비슷하다"며 "하만의 전장사업 포트폴리오와 삼성전자의 프로세서, 메모리, 디스플레이, 5G 기술력 등이 결합되면 '티어1' 자동차 전장 공급업체가 될 것이다"고 말했다. 일각에서 제기하는 완성차 사업 진출에 대해선 "아니다"고 명확히 선을 그었다.

- 앞으로 구체적 협력방안은.

"자동차 전장 사업의 경우 하만은 시스템 개발 노하우와 오랜 고객사를 보유하고 있다. 특히 자동차 생태계를 잘 이해하고 있다는 것이 강점이다. 여기에 삼성전자가 가진 센서나 모빌리티 기술을 결합하면 자율주행 등에서도 좋은 결과를 얻을 것이다. 소비자용 제품의 경우 하만은 JBL 등과 같은 전설적 브랜드들을 많이 가지고 있다. 이를 삼성전자의 휴대전화나 TV 등 가전에 적용하면 고객에게 더 큰 혜택을 줄 수 있을 것이다. 이와 함께 기업간거래(B2B)에 있어서도 하만이 가진 오디오 제어기능 등을 삼성전자의 CCTV 등에 접목하면 영화관이나 공연장 등에 완전한 시스템을 제공할 수 있다."

- 인수합병 발표 후 완성차 고객사들의 반응은.

"현대자동차를 포함해 대부분 고객사들이 긍정적이다. 합병 시너지 효과를 기대하는 것 같다. 한 가지 분명히 해둘 점은 삼성전자와 하만의 목표는 스마트카 시장에서 최고의 전장 공급업체가 되는 것이지 완성차 사업 진입이 아니라는 점이다."

- 삼성전자 관계자들과 어떤 논의를 했나.

"이재용 부회장과 많은 임원들과 만났다. 그리고 관련 기술도 돌아봤다. 특히 혁신적 모빌리티 기술을 보고 깊은 인상을 받았다."

- 커넥티드카 보안 문제 해결은.

"사이버보안은 아주 중요한 이슈다. 하만은 이를 중요하게 보고 이스라엘의 사이버 보안업체를 인수한 바 있다. 삼성전자도 '녹스'라는 보안솔루션을 가지고 있는데, 합병 과정이 종료되면 이 부분에서도 시너지 효과가 있을 것 같다." 김명근 기자

아웃도어



▲ 살레와 '파네스하프다운재킷'

올 겨울 출퇴근 땐 '오피스 다운'

보온성은 물론 코트 뺨치는 멋진 디자인
정장 차림에도 어울리는 출퇴근복 인기

기온이 떨어지면서 직장인들의 출퇴근 복장이 두터워지고 있다. 흥미로운 점은 코트보다 다운을 찾는 사람들이 늘고 있다는 점. 다운제품에 패션이 더해지면서 '멋=코트', '보온=다운'의 공식이 무너지고 있는 것이다. 요즘은 코트 못지않게 멋진 디자인을 뽐내는 다운제품들도 많다. 물론 탁월한 보온력은 기본이다.

이에 아웃도어 업체들은 겨울 다운시즌을 맞아 정장차림에도 어울리는 '오피스 다운'을 속속 선보이며 직장인 패션시장의 틈새를 비집어 들어가고 있다. 살레와 마케팅팀 이건민 팀장은 "강추위에는 출퇴근 시에도 코트보다 보온성이 훨씬 뛰어난 다운을 찾기 마련"이라며, "최근 아웃도어 브랜드들이 뛰어난 다운 기술력을 활용하면서 세련된 디자인까지 갖춘 제품들을 출시해 직장인에게 좋은 반응을 얻고 있다"고 설명했다.

●코트 디자인 적용해 비즈니스룩까지 소화

살레와는 오피스룩으로 연출할 수 있는 '파네스하프다운재킷'을 출시했다. 테일러드 디자인으로 수트 등 포멀한 착장과 레이어드해 착용할 수 있는 제품이다. 방풍·투습 기능이 뛰어난 고어 윈드스타퍼 2L 소재에 구스다운 90/10(솜털/깃털)을 충전재로 넣은 고어 써미움(GORE THERMIUM) 재킷이다. 여성용은 허벅지를 덮는 긴 기장으로 여성스러운 실루엣을 강조하는 디자인이다. 코트 대신 입을 수 있다.



▶ 블랙야크 '에이미다운재킷'

블랙야크는 코트형 경량 다운재킷 4종을 출시했다. 다운재킷에 코트 디자인을 적용해 비즈니스룩부터 캐주얼한 아웃도어룩까지 다양한 스타일링이 가능하다. 충전재로는 구스다운을 사용했다. 여성용은 트렌치코트 디자인의 '에이미다운재킷', 남성용은 수트형 디자인의 '아르케다운재킷' 등이 있다.

이젠벅의 '서인국 헤링본다운'은 정장에 주로 사용되는 패턴을 배치해 포멀한 분위기를 냈다. 이 제품의 헤링본 패턴과 글렌체크 패턴은 특히 정장에서 많이 사용되는 패턴이다. 정장 위에 매치해도 잘 어울린다.

코오롱스포츠는 스테디셀러인 '안타티카'를 새롭게 선보였다. '안타티카 롱'은 롱 기장의 다운으로 수트에도 어울릴 수 있도록 했다. 방풍, 투습, 보온성이 우수한 윈드스토퍼 소재를 적용했으며, 탈부착이 가능한 블랙 핀라쿤 트리밍을 사용했다.

에이글은 트렌치 코트 스타일의 여성용 다운 '트렌치다운 코트'를 출시했다. 어깨 플랩 장식과 허리, 소매단의 벨티드 포인트 등으로 트렌치 코트의 느낌이 나도록 했다. 거위 솜털 90%, 깃털 10% 비율의 600 필파워 충전재를 사용해 보온성을 높였다. 발수가공처리로 비나 눈이 내리는 날씨에도 편하게 착용할 수 있다.

사파리형의 다운재킷은 캐주얼룩은 물론 출퇴근 시에 입기에도 부담이 없다. 마운티아가 출시한 '마빈다운재킷'은 사파리 형태의 디자인 제품이다. 엉덩이를 덮는 기장과 오리솜털 80%, 오리깃털 20%의 충전재를 사용해 보온성을 강화했다.

양형모 기자 ranbi@donga.com



▲ 마운티아 '마빈다운재킷'

고어사, 미국 첨단 섬유연구소 오픈

고어텍스 소재로 유명한 고어사가 고어텍스 탄생 40주년을 맞아 미국 오하이오 주 델리웨어에 첨단 섬유 연구소를 오픈한다. 이번 연구소는 의류가 인체에 미치는 생물리학적 영향 및 열, 화염으로부터의 보호기능을 테스트하는 연구소로 구성된다. 고어사는 의류 소재의 특성, 의류 및 신발 등의 완제품을 과학적으로 검증할 계획이다. 제품 상용화에 앞서 실제와 동일한 환경에서의 테스트를 통해 탁월한 기능성을 갖춘 혁신 제품을 개발하게 된다. 의류와 환경, 인간의 활동이 신체에 미치는 영향을 예측하는 방대한 연구를 진행하는 환경 재현실은 지표 환경을 85~95%까지 유사하게 재현한다. 특정 환경에서의 기능성을 평가하고 착용자가 느끼는 쾌적함과 보호기능에 대한 과학적인 자료를 제공하게 된다. 특히 일출부터 일몰까지 태양주기의 자외선을 완벽히 재현할 뿐 아니라 온도, 상대습도, 바람세기, 강우 시 물과 공기의 온도, 시간당 강우 강도, 풍량 등 다양한 환경에서 연구가 가능하다.

마운틴하드웨어, 이정진과 캠페인



이정진

전문가급 고기능성 아웃도어브랜드 마운틴하드웨어가 사진작가로도 활동하고 있는 배우 이정진, 백패킹 전문가 어중배 대장과 함께 '겨울보다 강한 나를 만나다' 캠페인을 진행한다. 두 사람이 함께 산을 오르며 겨울 트레킹의 노하우와 라이프 스타일을 소비자에게 전달하는 영상 캠페인이다. 경기도 가평에 위치한 연인산 정상까지 오르며 나누는 두 사람의 대화와 이정진의 사진으로 기록되는 장면을 통해 겨울 아웃도어의 매력을 소개한다. 캠페인 영상은 국내 최초 옴니채널 미디어 '글랜스TV'와 함께 네이버TV캐스트, 곰TV, 페이스북 등을 통해 볼 수 있다.

편집 | 고창일 기자 ico@donga.com