



강력한 운영체제 기반의 애플과 구글은 움직임이 별로 눈에 띄지 않았으나 한국 업체들은 스마트 OLED TV를 비롯한 신제품마다 주최 측과 주요 매체가 주는 상을 거의 독식하며 크게 부각됐다. 사진제공_ 삼성전자

가전시장에 부는 ‘스마트’ 바람

CES 2012 주인공은 한국산 스마트TV

올 해 가전시장의 화두는 ‘스마트’가 될 전망이다. 세계 최대 가전전시회로 전자산업의 기술 동향을 짐작케 하는 ‘CES 2012’에서 선보인 신제품들은 TV, 냉장고, 세탁기를 가릴 것 없이 모두 한층 똑똑해진 기능으로 무장했다. 휴대전화에서 비롯된 ‘스마트’ 바람이 전 방위로 확산하며 거스를 수 없는 대세임을 입증한 셈이다.

‘쓰기 쉬운 스마트TV’ 대결, 삼성과 LG 돋보였다

이번 CES의 주인공은 단연 스마트TV였다. 운영체제(OS)를 탑재해 TV와 인터넷 기능을 동시에 수행하는 다기능·

지능형인 스마트TV는 유럽 최대 가전전시회 ‘IFA 2010’에 나온 제품들과 기계적 성능은 큰 차이가 없으나 쉽게 쓸 수 있는 사용자 환경 구축에 공들인 것이 특징이다.

강력한 OS 기반의 애플과 구글의 움직임은 별로 눈에 띄지 않았으나 한국 업체들은 크게 부각됐다. 주최 측과 주요 매체가 주는 상은 ‘스마트 유기발광다이오드(OLED) TV’를 비롯한 한국 회사들의 신제품이 독식하다시피 했고 삼성전자와 LG전자의 부스는 그야말로 인산인해를 이뤘다.

삼성의 스마트TV는 동작이나 음성으로 TV를 제어하는

CES 2012에 참여한 세계 전자업체들은 '스마트'에 초점을 맞췄다. TV와 냉장고, 세탁기를 가릴 것 없이 저마다 '스마트'라는 이름표를 달고 외모와 기량을 뽐냈다. 지난해에 부상한 입체영상 TV 역시 업체별로 진화한 기술을 선보이며 치열한 경쟁에 돌입했다.

'스마트 인터랙션' 기능으로 주목받았다. 말로 전원을 켜고 끄거나 채널을 바꾸고 손동작으로 웹브라우저까지도 조정한다. 또 TV에 설치된 카메라로 얼굴 사진을 찍어 두면 시청자가 누구인지 인식해 평소 즐겨 보는 채널, 최근 본 채널 등을 추천하며, 웹사이트를 이용하면 아이디와 비밀번호를 자동으로 입력해 주고 어린이에게는 성인 프로그램과 유해 웹사이트를 사전에 차단한다. 삼성전자 윤부근 사장은 "TV가 듣고(listen), 보고(see), 실행한다(do)"는 말로 새로운 스마트TV의 기능을 압축했다.

LG도 삼성 못지않은 집중 조명을 받았다. TV 제어장치인 매직 리모컨은 작년까지 '클릭'으로만 작동되는 수준이었으나 올해에는 다양한 입력 방법이 추가돼 한층 편리해졌다. 음성으로 문자 입력이 가능해 자판을 눌러야 하는 번거로움이 사라졌고 리모컨을 쥘 채 손동작으로 TV를 조정할 수도 있다. PC용 마우스 휠과 유사한 기능을 담아 인터넷 창을 편하게 읽어 내려갈 수 있고 인기 검색어나 검색 기록 등을 활용해 검색이 자유자재로 이뤄지게 됐다. 소셜 네트워크 서비스(SNS)도 기본적인 의사 전달 이외에 '공감' '공유' 기능이 추가돼 소통이 한결 원활해졌다.

전통의 TV 강자인 소니는 구글의 OS를 적용한 스마트TV를 전시장에 집중 배치했다. 소니의 구글TV는 이미지 엔진이 탑재돼 SD급 화질을 HD급 화질로 향상시켜 주고 동작센서가 달린 리모컨은 게임 조종기로도 활용할 수 있다. 소니의 구글TV는 LG나 삼성 등 국내 업체들과 치열한 시장 경쟁 탈전을 벌일 전망이다.

스마트 가전, LTE 경쟁도 후끈

가전을 통신망으로 연결해 활용도를 높이는 스마트가전과 차세대 이동통신인 LTE(Long Term Evolution)용 휴대전화 분야에서도 기술 경쟁이 뜨거웠다. LG의 프렌치 도어 냉장고는 나이, 몸무게, 키 등 개인 정보와 병력 등 특이 사항을 저장하면 맞춤 건강식단과 조리법을 제안한다. 냉장고에 들어있는 식재료로 만들 수 있는 500여 종의 요리법도 추천하고 스마트폰으로 영수증의 바코드를 읽으면 구입 식

품 목록이 자동으로 냉장고에 전송된다. 삼성도 스마트그리드(지능형 전력망)와 연계해 가전의 전력 소모를 최소화하는 장치를 전시했다.

팬택과 LG는 각각 '팬택 버스트'와 '스펙트럼'을 들고나와 차세대 이동통신 환경에 맞춘 스마트폰시장 공략에 나섰다. 대만의 휴대전화업체 HTC는 자사의 첫 LTE 윈도폰 '타이탄 II'를 전시했고 구글에 매각된 모토로라는 '드로이드 바이오닉'을 출품했다. 특히 노키아와 마이크로소프트(MS)의 합작품으로 공개된 LTE 윈도폰 '루미아 900'에 관심이 쏠렸다. 윈도 OS를 적용한 루미아는 4.3인치 화면을 갖추고 앞뒤에 광각렌즈를 달았으며 음성 인식 내비게이션도 장착했다. 애플에 정보기술(IT) 제왕 자리를 빼앗긴 MS와 삼성에 휴대전화 1위를 내준 노키아는 루미아로 매출 회복과 시장점유율 선두 탈환을 노리고 있다.

3D TV는 대형화와 화질이 핵심

입체영상(3D) TV는 이번 CES에서 스마트TV보다 관심이 낮을 것이라는 예상을 깨고 경쟁이 가장 뜨거웠던 분야로 꼽힌다. 경쟁의 핵심은 대형화와 화질로 삼성과 LG는 55~84인치짜리 대형 3D TV들을 공개했다. 3D 방식에 대한 논쟁도 재점화됐다. LG는 깜빡거림 현상을 없앤 필름 패턴 편광안경 방식(FPR)이 소비자들에게서 압도적인 호응을 얻고 있다며 올해 3D TV용 패널시장에서 1위를 차지할 것이라고 공언했다. 이에 맞서 삼성은 TV의 기본인 화질에서 셔터안경 방식(SG)이 FPR보다 우수하기 때문에 시장 1위는 오히려 SG의 몫이 될 것이라고 맞붙을 놨다.

소니, 도시바 등 일본 업체들은 안경 없이 볼 수 있는 55인치 및 60인치 3D TV를 출품했다. LG의 3D TV에 비해 입체감은 떨어지지만 안경을 써야 하는 불편을 덜 수 있어 많은 사람의 관심을 끌었다. 무안경 3D TV가 궁극의 3D 기술이지만 아직은 시야각이 좁고 이를 넓히려면 해상도가 크게 줄어드는 문제를 완전히 극복하지 못해 상용화는 여전히 요원해 보인다. 

박성제 산업부 기자 sungje@yna.co.kr