

# 한화토탈에 세워진 '99m' 빅타워

2300톤급 대형 크레인도 투입  
완공 후 프로필렌 생산량 증가

한화토탈은 대산공장에서 초고층 아파트 높이와 맞먹는 빅타워를 무사히 세웠다고 17일 밝혔다.

이날 세워진 빅타워의 높이는 2013년 발사에 성공한 나로호(33m)의 3배, 30층 이상 고층 아파트와 맞먹는 99m에 달한다. 한화토탈은 초대형 빅타워의 안전한 기립을 위해 전 세계에서 미국과 한국 각 1대씩만 있는 2300톤급 대형 크레인도 투입했다.

세계에 2대 뿐인 크레인까지 동원한 빅타워는 한화토탈이 진행 중인 나프타 분해설비(NCC) 사이드 크래커 증설 프로젝트의 일환으로 들어온 프로필렌 정제설비다. 지난해 4월 프로판(C3LPG)을 원료로 에틸렌, 프로필렌 등 석유화학 기초원료를 생산하는 설비인 NCC



대산공장 증설에 나선 한화토탈이 99m에 달하는 프로필렌 정제설비를 기립시켰다. /한화토탈

사이드 크래커 증설에 착수한 바 있다. 프로필렌 정제설비의 무거운 하중을 견디기 위해 지반조사와 보강이 이뤄졌고, 크레인 반경의 기존 시설물 간섭 여부, 컴퓨터 시뮬레이션을 통한 사전 테스트, 외부 전문가의 안전점검 등도 차

로 실시됐다. 한화토탈의 NCC 사이드 크래커 증설은 2019년 완공될 예정이다. 완공 후 한화토탈의 연간 에틸렌, 프로필렌 생산량은 각각 140만톤, 106만톤으로 증가하게 된다. /오세성 기자 sesung@metroseoul.co.kr

# LGU+샵에선 아이폰6가 '공짜'

공시지원금·추가지원금 등 적용

LG유플러스는 자사의 공식 온라인몰 '유플러스샵(U+ Shop)'에서 아이폰6(32G 모델)를 0원에 판매한다고 17일 밝혔다. 출고가를 21만4000원으로 낮추고 공시지원금 18만7000원에 추가지원금을 2만7500원 적용 받아 단말기 부담이 사라진 셈이다.

유플러스샵에서는 선택약정에 관계없이 7% 추가 요금할인도 받을 수 있다. 선택약정 25% 가입 고객은 총 32%의 요금할인 적용이 가능하다. 선택약정 대신 공시지원금을 받는 고객들도 7% 요금할인 혜택은 동일하게 제공 받는다.

예를 들어, 유플러스샵에서 아이폰6(32G) 공시지원금 받아 24개월 약정 '데이터일반(월 3만2890원)' 요금제에 가입한 고객은 월 3만원 초반대로 기기값과 요금 해결이 가능하다. 아이폰6 단말기 부담금 0원에 추가 요금할인 7%가 적용돼 월 3만580원을 납부하면 된다. /김나인 기자 silkni@



모델이 LG유플러스가 자사의 공식 온라인몰 '유플러스샵(U+ Shop)'에서 아이폰6(32G)를 0원에 판매한다는 소식을 알리고 있다. /LG유플러스

24개월간 선택약정 25% 요금할인을 선택한 고객의 경우는 총 32% 요금할인을 통해 월 2만2365원의 요금과 9490원의 단말기 할부금을 내면 된다.

LG유플러스는 이번 아이폰6 특가 판매 프로모션을 이용하는 고객 전원에게 애플의 정품 실리콘 케이스를 증정한다. 또 아이폰6 뿐만 아니라 애플 단말기를 구입하는 모든 고객에게 애플뮤직 서비스를 5개월 간 무상으로 제공한다. /김나인 기자 silkni@

# 영국 캠핑카용 전자레인지 6년연속 점유율 '1위'

동부대우전자 틈새시장 공략 성공

동부대우전자가 영국 캠핑카용 전자레인지 시장에서 누적판매 10만대를 돌파하며 6년 연속 시장점유율 1위를 달성했다고 17일 밝혔다.

동부대우전자는 지난 2012년 캠핑카·트레일러용 전자레인지 시장을 틈새시장으로 판단하고 캠핑 문화가 발달한 영국을 겨냥한 맞춤형 제품을 개발·판매했다. 베일리, 엘디스 등 현지 주요 업체와의 파트너십을 맺고 제품을 단독 공급해 첫해 시장점유율 1위를 달성했고 이후 6년 연속 시장 점유율 1위를 지키며 업계 주도하는 상황이다.

영국 캠핑 트레일러용 전자레인지 시장은 동부대우전자가 진출한 2012년 2만대 규모였지만 지난해 약 3만7000대 규모로 성장했다. 동부대우전자는 스테인레스 스틸 소재에 캠핑 트레일러 내부 맞춤형 디자인을 적용한 전자레인지를 선보였다.

대기전력 차단 기능도 채용해 에너지 절감형 제품으로 인기를 얻었다. 동부대우전자는 매년 80%를 웃도는 점유율로 부동의 1위를 지키고 있다.

첫해 누적판매 1만2000대를 기록한 동부대우전자는 이후 모델 라인업을 강화하고 파트너십을 확대했다. 첫 진출 시 2개 모델이었던 제품 라인업은 6개 모



캠핑카에 설치된 동부대우전자 전자레인지. /동부대우전자

델로, 파트너사도 기존 2곳에서 8곳으로 늘었다. 공격적인 마케팅 활동 덕분에 지난해 연간 판매량 3만대를 돌파했고 최근에는 누적판매량 10만대 달성에 성공했다. /오세성 기자

# KT AI 운용 플랫폼 '뉴로플로우' 개발

KT는 인공지능(AI) 기반의 네트워크 운용 플랫폼인 '뉴로플로우(Neuroflow)'를 개발했다고 17일 밝혔다.

'뉴로플로우'는 유무선 네트워크 관리 시스템으로부터 수집되는 방대한 데이터를 분석하고, 반복적인 디버깅으로 네트워크 운용 의사결정을 돕는 AI 네트워크 운용 플랫폼이다. 그간 융합에블루션(LTE) 장애 예측 시스템 등 일부 네트워크 구간에 인공지능이 적용된 사례는 있었지만 유선, 무선, IoT 등 어떤 네트워크의 데이터도 분석되는 AI 플랫폼이 개발된 것은 이번이 처음이라고 회사 측은 설명했다. /김나인 기자

향후 KT는 뉴로플로우를 기반으로 네트워크 장애 근본원인 분석, 장애 예측, 네트워크 설계 등 네트워크 운용을 단계적으로 지능화 할 계획이다. 또 2020년까지 '인공지능 네트워크 관제센터'를 구축해 AI 기반의 안정적 네트워크 서비스를 제공할 예정이다.

전흥범 KT 융합기술원 인프라연구소장은 "뉴로플로우 개발 성공을 발판 삼아 인공지능 기반의 네트워크 운용관리 분야를 혁신해 나갈 것"이라며 "KT는 앞으로도 4차 산업혁명을 주도할 인공지능 기술개발에 힘쓰겠다"고 말했다. /김나인 기자

# 국내 안마의자, 해외 시장 문 두드린다

바디프랜드·메디칼드림

국내 안마의자 제조회사들이 자체 기술로 해외 시장을 넓혀가고 있다. 그동안 해외 안마의자를 앞서기 위해 국내기업들은 기술 개발에 집중해왔다. 특히 자체 연구개발(R&D) 센터를 설립해 특허 등록과 기술 효과 입증에 투자를 아끼지 않았다.

17일 관련업계에 따르면 바디프랜드는 이미 국내 시장 점유율 1위를 차지할 만큼 성장했다. 2007년 설립돼 2016년 기준 매출액 3665억원, 임직원 수 1100여명에 이를 정도로 규모가 커졌다. 기술연구소, 디자인연구소, 메디컬 R&D 센터를 건립해 자체 기술 개발에 박차를 가해왔다. 특히 메디컬 센터는 국내에 처음 도입된 개념으로 정형외과, 신경외과, 한방재활의학과, 내과, 피부과, 치과 등 전공의를 영입해 안마의자에 대한 의학적 연구를 시작했다. 그 결과 출원한 특허 800개(국내 580개, 해외 220개) 중 420개(국내 330개, 해외 90개)를 등록했다. 작년부터는 중국 상하이 1곳, 미국 로스앤젤레스에 지역 매장 2곳을 선보였고 2020년까지 국내 150곳, 해외 350곳까지 늘릴 예정이다.

또 충남 천안시에 3만3057㎡ 규모의 제조시설 신설승인을 신청한 것으로 알려졌다. 천안시 관계자에 따르면 "작년 12월에 접수돼 현재 승인 절차가 진행 중"이라고 전했다. 바디프랜드 측은 아직 시설 관련한 구체적인 계획은 밝히지 않았다.

경쟁업체 역시 기술 개발에 박차를 가하고 있다.

메디칼드림은 2006년부터 헬스케어 로봇 연구소를 설립했다. 38건의 제품 발명특허를 포함한 200여 건의 산업재산권 등록 및 출원으로 원천기술을 확보했다. 그 당시 정부과제 및 대학들과 공동 연구도 꾸준히 참여했다. 작년에는 안마의자 관련 미국 수출 계약, 중국 제약회사와 양해각서(MOU)를 체결하는 성과를 거뒀다. 향후에는 칠레, 페루, 인도네시아, 러시아, 터키에도 추가 진출할 계획이다. 특히 요화학 분석기는 2011년부터 작년까지 미국, 중국, 독일, 인도, 네덜란드, 멕시코, 필리핀, 카자흐스탄, 말레이시아 등 총 9개국과 1500만달러(한화 약 159억원)의 계약을 맺어 해외 시장을 넓혔다.

국내 시장의 경우 주로 홈쇼핑 시장을 이용했다. 2001년에는 업계 최초로



바디프랜드 인기 제품 '파라오' 안마의자

LG홈쇼핑에 제품을 선보이며 소비자들의 주목을 받았다. 또 작년에는 NS홈쇼핑에서 온열안마매트가 매진을 기록해 인기를 확인했다.

메디칼드림 이규대 대표는 "작년에 매출이 40% 성장했고, 올해는 작년 대비 100% 증가를 목표로 잡았다. 헬스케어로봇을 단순한 안마의자가 아닌 건강관리라는 강점을 추가할 것이다. 올해부터는 신기술 개발로 틈새 시장 공략에도 나설 것"이라고 말했다.

업계 일부에서는 국내 안마의자 발전의 어려움도 호소했다. 특히 안마의자의 핵심인 부품을 중국 공장에서 생산하는 상황을 지적했다. /임현제 기자 ihj@



서울 서교동 몰테일어반.

# 몰테일, 월 2회 '몰테일어반 클래스' 열어

(해외배송대행사)

해외배송대행사 회사 몰테일은 해외직구 오프라인 사랑방 '몰테일어반' 1호점을 오픈한데 이어 다양한 주제로 해외직구 정보를 얻고 직접 참여할 수 있는 '몰테일어반 클래스'를 월 2회 이상 정기적으로 개최한다고 17일 밝혔다.

몰테일어반은 최근 주물냄비를 주제로 네이버 몰테일스토리 카페 회원 10여명을 초청해 서울 서교동 몰테일어반에서 쿠킹클래스를 진행했다.

쿠킹클래스는 해외직구 정보교류 뿐만 아니라 주물냄비 사용 및 활용법, 관리방법에 대한 강의 뿐만 아니라 요리를 직접 만들고 시식을 하기도 했다.

쿠킹클래스에 사용된 식자재는 산지 직송으로 신선한 우리 농산물을 제공하고 있는 농산물 전문 오픈마켓 팜테일이 공급했다.

주물냄비 쿠킹클래스에 참여한 몰테일스토리 카페의 한 회원은 "해외직구

정보와 궁금했던 점을 배울 수 있는 행사였다"며 "사랑방 같은 곳에서 좋은 음식으로 대접받는 기분이 들었고 최근에 참여했던 쿠킹클래스 행사 중 가장 훌륭했다"고 말했다.

특히 몰테일은 몰테일어반 클래스 진행 후 리뷰 및 강의 내용을 콘텐츠화해 다양한 정보를 제공할 예정이다. 더불어 몰테일어반 클래스는 고객들의 궁금한 사항을 접수받아 그것을 실제 강좌 때 안내하고 상호 소통하는 강의를 통해 고객들의 만족감을 높여 나갈 계획이다.

몰테일어반은 지난달말에 서울 서교동에 261㎡(약 79평) 규모로 오픈했으며, 서울숲에 2호점 오픈도 준비중이다.

몰테일 관계자는 "쿠킹클래스는 고객들을 초청해 오프라인 공간에서 국내 최초로 진행됐다"면서 "특히 반응이 좋아 직구 저변확대에 활력소가 될 것으로 기대된다"고 말했다. /김승호 기자 bada@