

삼성 - LG에 협공 당하는 다이슨 신제품 'V10 무선청소기'로 대응

6개월 만에 신제품... 2월 중 첫 공개
지난해 4분기 점유율 절반으로 '뚝'
처칠 부사장 "기술 선도에 주력할 것"

다이슨이 7일 무선청소기 신제품 '싸이클론 V10'을 공개했다.

지난해 9월 애플루트 V8 무선청소기를 선보인 지 6개월도 안된 시점으로, 아시아에서는 한국에서 처음으로 선보였다.

다이슨의 텃밭으로 불리던 우리나라 무선청소기 시장에 지난해 LG전자는 '코드제로 A9'로, 삼성전자는 '파워진'으로 앞 다퉈 뛰어들어 빠르게 시장을 잠식하자, 신제품으로 발 빠르게 대응에 나선 것으로 풀이된다.

다이슨이 이날 서울 강남구에 위치한 K현대미술관에서 소개한 무선청소기 싸이클론 V10은 지난해 9월 선보인 애플루트 V8 무선청소기 등 기존 모델들과 달리 모터와 싸이클론, 먼지통이 직렬 형태로 배치된 것이 특징이다.

직선형의 공기 흐름이 만들어져 먼지 흡입 및 본체 내 공기 흐름 효율성이 향상됐다고 회사 측은 설명했다. 전작인 V8 애플루트에 비해 20% 정도 흡입력이 개선됐다. 먼지통을 비우는 방식도 레버를 아래로 밀면 먼지통이 열려 비워지는 식으로 간편해졌다.

특히 최신 디지털 모터 V10은 기존 제품의 절반 정도 무게로 가벼워졌지만 최대 12만5000rpm의 속도로 다이슨 모터들 가운데 가장 빠르고 강력한 출력을 자랑한다. 배터리는 기존 제품보다 20분 늘어 최대 60분까지 사용가능하다. 또 무선청소기를 작동시키면 1초 안에 모터 스피드가 최대치로 올라간다.

다이슨은 싸이클론 V10을 앞세워 한국 시장 공략을 강화한다. 6일(현지시간) 미국 뉴욕과 프랑스 파리에서 동일한 신제품 발표 행사 직후 아시아에서는 한국이 처음이다. 그만큼 공을 들이고 있다는 의미로 해석된다.

업계에 따르면 다이슨은 지난해 상반기까지 국내 무선청소기 시장 점유율은 80%에 달했으나 LG전자, 삼성전자가 관련 시장에 뛰어들면서 4분기에는 절반 수준으로 시장점유율이 떨어진 것으로 추정하고 있다.

이에 대해 존 처칠 다이슨 부사장은 "한국시장은 매우 중요하고, 다이슨은 선도적인 기술을 선보이는데 주력하겠다"고 강조했다.

다이슨은 싸이클론 V10 무선청소기 출시를 계기로 유선 진공청소기를 더 이상 개발하지 않겠다고 밝혔다. 다이슨이 진공청소기를 만들기 시작한 지 25년 만이다.

다이슨의 최고 엔지니어이자 발명가인 제임스 다이슨은 "다이슨 싸이클론 V10 무선청소기는 집안 구석구석 깊숙한 곳까지 효율적으로 청소를 가능하게 해준다"며 "우리는 더 이상 유선 진공청소기를 개발하지 않기로 했다"고 말했다.



다이슨 싸이클론 V10에 대해 설명하는 다이슨 무선 및 로봇 청소기 사업부 존 처칠 부사장. /다이슨

이와 함께 다이슨은 공기청정기 '퓨어 쿨'을 선보였다. 퓨어 쿨은 자체 기술인 '에어 멀티플라이어'와 350도 회전 기능을 통해 초당 최대 390리터의 깨끗한 공기를 집안 구석구석에 분사한다.

특히 전작 대비 60% 늘어난 헤파 필터와 활성탄소 필터를 함께 탑재해 미세먼지와 유해가스를 효과적으로 제거할 수 있다. EN1822 시험기준에 따라 0.1마이크론 크기의 미세먼지까지 99.95% 잡아낸다.

특히 전작 대비 60% 늘어난 헤파 필터와 활성탄소 필터를 함께 탑재해 미세먼지와 유해가스를 효과적으로 제거할 수 있다. EN1822 시험기준에 따라 0.1마이크론 크기의 미세먼지까지 99.95% 잡아낸다.

정은미 기자 21cindiun@metroseoul.co.kr

1인 창작물 유통플랫폼 정부, MCN시장 키운다

(다중채널네트워크)

과기부 사업자 최대 2500만원 지원

정부가 올해도 다중채널네트워크(MCN) 지원에 나선다. MCN은 1인 창작자들의 동영상 제작·유통·수익화 등을 도와주고 광고 수익을 나눠 갖는 사업자다.

누구나 이용할 수 있어 아이디어와 콘텐츠만 좋으면 단번에 대중의 인기를 끌 수 있다. CJ E&M의 '다이하드TV', '트레저헌터', '비디오빌리지' 등이 대표적인 국내 MCN이다.

국내의 MCN 시장은 최근 2~3년간 게임, 토크, 음악, 교육 등 다양한 실용성이 시도되며 성장하고 있다. 지난해 중반 이후부터 MCN 사업은 콘텐츠와 비즈니스, 디지털, 마케팅 등 융합형 비즈니스로 확장된 2.0비즈니스로 자리 잡고 있는 추세다. 2016년 기준, 국내 MCN 시장 규모는 2000억~3000억원으로 추산된다.

MCN 사업자는 콘텐츠가 모여 있는 '채널'의 역할을 하며, 이에 따라 멀티 플랫폼 운영과 오리지널 콘텐츠 확보 등의 전략이 중요하다.

7일 과학기술정보통신부에 따르면 정부는 오는 4월 12일까지 성장 잠재력이 큰 MCN 콘텐츠를 선정해 사업자당 500만원에서 최대 2500만원까지 지원한다. 정부 지원 75%와 민간 투자 25%를 연결해 주는 형태로 10개 내외의 콘텐츠가 선정될 예정이다.

정부는 지난 2016년부터 올해까지 3년째 MCN 지원에 나서고 있다. 신시장·신산업 창출에 나서기 위해서다.

MCN 시장의 성장 가능성이 커진 하지만 아직까지 국내 MCN 시장은 1인 미디어나 영세한 사업자가 대부분이다. 때문에 다이하드TV, 이동통신사 콘텐츠 등 대형 사업자들이 만드는 콘텐츠와는 투입되는 자본이 현격하게 적어 콘텐츠 양질의 차이가 날 수밖에 없다.

한국방송광고진흥공사(코바코)가 공개한 'MCN 브랜드 콘텐츠의 광고효과 분석' 보고서에 따르면 현재 국내 MCN에서 활동하고 있는 크리에이터는 약 1만명에 이른다. 이 중 100명 이상은 연간 1억원 이상의 수입을 벌어들이는 것으로 집계된다.

〈MCN 오리지널 콘텐츠 제작지원일정〉

일정	진행절차
3/8	제작지원 설명회
3/5 ~ 4/12	공고/신청·접수
4/16 ~ 4/19	서류심사/선발/협약
4/23 ~ 4/26	클라우드펀딩 컨설팅
4/27 ~ 5/28	클라우드펀딩 모집
5/28 ~ 6/1	클라우드펀딩 평가
6/4 ~ 10/31	콘텐츠 제작
12월	최종평가/시상식

*상기 일정은 변동될 수 있음. /과학기술정보통신부

그러나 소수의 인기 있는 상위 크리에이터를 제외하면 일반 크리에이터들은 광고만으로 수익을 얻기는 어렵다.

가령, 5700만의 구독자를 지닌 '퓌디파이'는 1000회 조회 당 평균 7.6달러를 받지만, 구독자가 45만명 정도인 일반 크리에이터는 같은 조회수당 1.5달러를 제공 받는다.

과기정보통신부 관계자는 "이 같은 영세 MCN 사업자를 지원해 공공부문에서 시장을 형성해 파이를 키우고 어느 정도 시장이 안정화 되면 다른 방향으로 지원할 것"이라고 말했다.

이 관계자는 "극심한 취업난에 1인 미디어 시장은 스타트업도 많고 소규모 자본을 통해서도 뛰어들 수 있는 시장"이라며 "아이디어는 많은데 자본은 없는 청소년이나 스타트업에 지원을 해 시장을 키워 나갈 계획"이라고 설명했다.

MCN 오리지널 콘텐츠 제작지원으로 완성된 콘텐츠는 온라인 기업 간 거래(B2B) 유통시스템인 K-콘텐츠뱅크뿐 아니라 해외OTT(오버더톱) 플랫폼 등에 유통될 수 있도록 지원할 예정이다. 해외OTT 플랫폼 사업자와는 현재 협의 중이다.

제작지원 설명회는 8일 한국전파진흥협회에서 열리고, 상세한 내용은 한국전파진흥협회 누리집(홈페이지) 등에서 확인할 수 있다.

/김나인 기자 silkni@

부담되는 수입차 수리비... 알뜰하고 빠른 방법은?

파트테일, 사고부위 부품 추천하고
서비스센터 대비 30% 저렴해 인기



#. 서울 강남에서 스포츠용품 매장을 운영하는 김모씨(37세)는 'BMW X5'(사진)를 소유하고 있다. 김모씨는 지난 12월 불법 U턴 차량 때문에 사고가 나 인근 정비소를 찾았다. 하지만 정비 가격이 만만치 않았다. 그러다 평소 자주 이용하는 자동차 커뮤니티를 통해 '파트테일'을 접한 김씨는 파트테일 애플리케이션을 이용해 자동차 사고부위 사진을 찍어 업로드 후 부품매니저와 상담을 통해 부품견적과 파트테일 제휴공업을 통해 수리 공임비용까지 합해 앞서 받았던 견적보다 약 30% 이상 싸게 차를 수리할 수 있었다. 수리기간도 짧았다. 김씨가 알아본 다른 정비소에 수리를 맡겼을 때는 최소 1달 이상이 걸려야 했지만 파트테일을 통해 안내 받은 제휴정비소에서 약 2주 정도만에 차를 고칠 수 있었기 때문이다.

수입차 운전자들 사이에서 일반 정비소보다 수리비가 저렴하고 수리기간도 짧은 파트테일이 입소문을 타고 있다.

7일 코리아센터에 따르면 자사의 몰테일이 운영하는 수입차 부품 쇼핑몰 '파트테일'은 수입차 공식 서비스센터 가격 대비 최대 30% 싼 가격에 부품을 구입할 수 있다. 파트테일에선 정품 및 애프터마켓 부품 등을 다양하게 취급하고 있다.

수입차 부품 시장에 중간 유통마진을 없애고 소비자에게 보다 합리적인 부품 가격과 서비스를 제공하기 위해 지난해부터 서비스를 선보이기 시작한 것.

업계에 따르면 지난해 국내 수입차

시장은 23만3100여대가 판매되며 전년 대비 3.5%가 증가했다.

하지만 수입차는 사고시 높은 부품 가격 때문에 수리 비용이 운전자들에게 가장 큰 부담이다.

파트테일이 운전자들의 어려운 부분을 긁기 위해 이 부분에 포커스를 맞춘 것이다. 실제 파트테일 서비스는 고객 본인의 차대번호를 입력 후 휴대폰으로 사고 부위를 촬영해 파트테일 앱에 업로드하면 수입차 부품 전문 큐레이터가 사고부위 부품을 추천해주고 빠른 구매를 할 수 있도록 도와준다. 부품비 결제시 파트테일과 제휴한 정비소로 부품을 보내 고객의 차량 수리도 가능하도록 수입차 정비소와의 연계 서비스도 제공하고 있다.

파트테일 관계자는 "복잡한 수입차 부품 유통과정을 생략하고 고객에게 직접 부품을 공급하기 때문에 가격을 낮출 수 있고, 제휴 정비소를 통해 차량 수리기간까지도 단축시킬 수 있었다"고 말했다.

/김승호 기자 bada@



SK 뉴스쿨 학생들이 약선요리 전문 기업 '약선향기' 이득자 대표와 기념 촬영을 하고 있다. /SK행복나눔재단

SK뉴스쿨 푸드 전문 교육에 사회적 가치 결합

푸드 분야에 특화된 전문 직업교육 프로그램인 'SK 뉴스쿨'은 올해부터 사회적기업과의 연계 프로그램을 도입하기로 했다고 7일 밝혔다.

SK그룹 사회공헌재단인 SK행복나눔

재단과 식문화 전문 사회공헌재단인 행복에프앤씨재단이 함께 운영하는 SK 뉴스쿨은 20대 청년의 성장과 사회진출을 돕는 무료 직업교육 프로그램으로, 조리학과와 서비스학과로 구성된 전문 커리

클을 갖추고 있다.

올해는 특히 장애인 사회성 함양을 위한 사회적기업인 '동구밭', 세프들의 성장을 지원하는 소셜 벤처인 '붓커뮤니티' 등과 협업해 새로운 교육 프로그램을 운영한다는 계획이다.

동구밭을 통해 발달장애인과 함께 텃밭을 가꾸면서 식재료를 직접 재배하고, 붓커뮤니티와는 바른 직업관과 먹거리 문화에 대한 교육 프로그램을 운영하는 등 직업 교육에 사회적 가치를 연계한다는 계획이다.

SK 행복에프앤씨재단 안법환 이사장은 "올해 SK 뉴스쿨 출범 10주년을 맞아 학생들이 배움과 나눔의 선순환을 이룰 수 있는 경쟁력 있는 인재로 성장할 수 있도록 도울 것"이라고 말했다.

한편, SK 뉴스쿨은 지난달말 조리학과 21명, 서비스학과 10명 등 신입생들이 참석한 가운데 2018년 입학식을 열었다고 밝혔다.

/정은미 기자