

무풍냉방·IoT 결합, 유럽 정조준

카카오택시, 수수료 내면 빨리 잡힌다

SAMSUNG

삼성전자

무풍냉방 기술 에어컨 풀 라인업
상업용 에어컨 전시·체험존 마련
친환경 냉매 R32 적용한 제품도

삼성전자가 유럽 에어컨 시장 본격 공략에 나선다.

삼성전자는 13~16일(현지시간)까지 이탈리아 밀라노에서 열리는 '모스트라 콘 베노 엑스포(MCE 2018)'에 다양한 무풍냉방·친환경 공조 솔루션 선보인다고 밝혔다.

MCE 2018은 격년으로 열리며 전세계 2000여 업체·16만명 이상의 관람객이 모이는 세계 최대 공조 전시회다.

삼성전자는 이 전시회에서 가정용에서 상업용 에어컨에 이르기까지 무풍냉방 기술을 탑재한 무풍에어컨 풀 라인업을 선보였다.

무풍냉방은 빠르고 강력한 바람으로 실내 온도를 떨어뜨려 사용자가 원하는 쾌적 온도에 도달시킨 후 바람이 인체에 직접 닿지 않도록 마이크로 흡을 통해 은은한 냉기를 균일하게 분포함으로써 적정 온도를 지속시키는 것이 특징이다.

삼성전자는 가정용뿐만 아니라 1웨이·4웨이 카세트(천장형 실내기) 등의 상업용 무풍에어컨을 전시하고, 관람객들이



삼성전자 모델들이 무풍냉방 기술을 탑재한 '무풍에어컨' 제품들을 소개하고 있다. /삼성전자

무풍냉방의 쾌적함을 직접 체험할 수 있도록 '무풍 체험존'도 운영한다.

삼성전자는 최근 강화되고 있는 유럽의 환경 규제에 맞춰 친환경 냉매 R32를 적용한 가정용과 상업용 에어컨 라인업도 선보인다.

친환경 냉매 R32는 친환경 척도로 사용되는 지구 온난화 지수(GWP)가 기존 냉매(R410A) 대비 3분의 1 수준이며 적은 양의 냉매로 기존 대비 높은 효율을 구현하는 것이 특징이다.

또한 삼성전자는 가정·호텔·오피스 등 사용 환경별로 전시 부스를 구성해 제품 사용 환경과 용도별 맞춤 공조 솔루션을 소개하고 사물인터넷(IoT) 기술을 B2B

(기업간 거래)에 확대 적용한 빌딩 통합 관리 솔루션 'b.IoT'와 스마트싱스 기반의 '스마트 홈'을 별도 부스로 마련했다.

이밖에도 ▲찬 바람이 직접 닿는 것을 최소화하고 균일한 냉기로 에너지 효율을 높인 원형 시스템 에어컨 '360 카세트' ▲소용량으로 가정이나 소형 사업장에서 냉난방 동시 운전이 가능한 'DVM S Eco HR' 등 다양한 공조 제품을 전시한다.

삼성전자 박찬호 상무는 "삼성전자는 혁신 제품과 차별화된 기술력을 바탕으로 유럽에서 무풍냉방과 IoT 기술을 통해 영향력을 확대해 나가겠다"고 말했다.

/정은미 기자 21cindium@metroseoul.co.kr

상반기 내 기능 도입... 본격 수익화
'재팬 택시' 협업 통한 일본 진출 계획

카카오의 자회사 카카오모빌리티의 '카카오택시'가 상반기 내 별도의 수수료를 내면 택시가 빨리 잡히는 기능을 도입한다. 이를 통해 본격적인 수익화에 시동을 걸겠다는 복안이다.

13일 카카오모빌리티는 서울 소공동 더플라자호텔에서 '2018카카오모빌리티 미디어데이'를 열고 그간의 성과와 이 같은 계획을 공개했다.

눈에 띄는 계획은 '우선호출'과 '즉시배차' 기능이다. 우선호출은 인공지능(AI)을 활용해 배차 성공 확률이 높은 택시에 우선적으로 호출 요청을 하는 식이다. 즉시배차는 인근의 비어 있는 택시를 즉시 배차해준다. 지금까지와 같은 무료 호출 방식은 그대로 유지된다.

두 방식을 선택해 배차가 성사되면 추가 수수료를 내야 한다. 즉시배차의 경우 현행 콜비(주간 1000원·심야 2000원)보다 높게 책정될 예정이다.

추가 요금은 택시기사에 바로 배분해주는 것이 아니라 운행 실적·평가 등을 종합적으로 반영한 현금성 포인트로 돌려준다.

이와 함께 택시 공급 부족 문제를 해결하기 위해 카풀 서비스를 대안으로 내세웠다. 카카오택시를 불러도 택시가 안 잡히면 카풀로 연결되는 식이다. 카카오모빌리티는 최근 카풀 회사인 '럭시'를 인수한 바 있다.

카카오모빌리티에 따르면 지난 2년간 택시 호출은 2.5배로 늘어난데 반해 활동 기사 수는 1.4배 증가하는데 그쳤다. 이 같은 택시 수요와 공급의 차이가 출퇴근, 심야 시간이나 도심 지역에서 발생하는 택시 승차난의 근본적 원인으로 분석



정주환 카카오모빌리티 대표가 프레젠테이션을 하고 있다. /카카오모빌리티

된다. 해외 진출에도 나선다. 카카오모빌리티는 현재 일본의 '재팬 택시'와의 협업을 통해 올 하반기부터 한일 양국의 이용자에게 국경을 초월한 호출 서비스를 제공할 계획이다. 한국을 방문한 일본인 이용자는 한국에서 재팬택시로, 일본을 방문한 한국인 이용자는 일본에서 카카오 T로 택시를 호출할 수 있게 되는 식이다.

카카오모빌리티는 이외에도 AI와 빅데이터를 활용해 다양한 서비스를 선보일 예정이다. 카카오의 통합 인공지능 플랫폼 '카카오 I'를 카카오 T에 도입할 계획이며, 원하는 일시의 교통 정보를 미리 볼 수 있는 '미래운행정보'와 답러닝 기반의 배차 시스템도 지속적으로 고도화하고 있다.

카카오 T 택시 누적 이용 건수는 4억 건에 달하며 전국 택시기사의 96% 이상인 24만명이 가입해 있다. 서비스 2년째에 접어든 카카오 T 드라이버는 최근 누적 이용건수 1400만건, 가입자 340만명을 돌파했다.

/김나인 기자 silkni@

4년만에 새얼굴로 돌아온 '더 뉴 카니발'

기아차, 페이스리프트 모델 선포
국내 미니밴 첫 8단 자동변속기
여러 편의사양·상품성 대폭 강화

국내 자동차 시장의 대표 미니밴 '카니발'이 4년만에 부분변경(페이스리프트)모델로 새롭게 돌아왔다.

기아차는 13일 서울 강남구 압구정동에 위치한 비트360에서 '더 뉴 카니발'의 출시행사를 갖고 판매에 들어간다고 밝혔다.

기아차는 기존 카니발의 내·외장 디자인을 개선하고 주행 성능을 높여주는 파워트레인을 장착했으며 다양한 안전, 편의사양을 적용해 고급감과 상품성을 대폭 강화했다고 설명했다.

'더 뉴 카니발'의 전면부는 신규 크롬 라디에이터 그릴을 적용해 입체감을 높이고 범퍼를 새롭게 장착해 불륨감 있는 후드와 어우러져 당당하고 고급스러운 느낌을 강화했다. 여기에 LED 헤드램프와 LED 주간주행등, 아이스 큐브 타입 4구 LED 안개등이 장착됐다. 실내는 스티어링 휠과 도어트림 등에 우드 그레인을 적용해 고급스러운 분위기를 강조했다.

'더 뉴 카니발'에는 국산 미니밴 최초로 '전륜 8단 자동변속기'를 적용했다. R2.2디젤 엔진의 경우 연비가 11.4 km/L(9인승, 18인치 타이어 기준), 람다II 개선 3.3 GDI 엔진은 연비가 8.2 km/L다. R2.2디젤 엔진에는 배기가스 내 질소산화물 등 오염물질 저감에 효과적인 요소수 방식을 적용한 SCR 시스템이 적용됐다. 이를 통해 강화된 유



기아차 모델들이 13일 오전 서울 강남구 BEAT 360에서 '더 뉴(The New) 카니발'을 선보이고 있다. /손진영 기자 son@

로6 기준의 충족이 가능해졌다.

'더 뉴 카니발'에는 기존 스마트 크루즈 컨트롤(SCC)을 개선해 전방 차량을 감지해 차간 거리를 자동 유지하는 것은 물론, 정차 후 재출발 기능이 신규 적용됐다. 또 방향지시등을 켜지 않고 주행차로 이탈시 이를 경고음 등으로 알려주는 차로이탈경고(LDW), 주행 중 사각지대 또는 후측방에서 빠르게 접근하는 차량 감지시 운전자에게 경고하는 후측방충돌경고(BCW), 전방 차량 혹은 보행자와 충돌 예상시 경고음을 내고 차량을 스스로 제동하는 전방 충돌방지보조(FCA), 마주 오는 차량 또는 선행차량 감지시 자동으로 하이빔을 조절하는 하이빔보조(HBA) 등 다양한 안전사양이 포함됐다.

또 인공지능(AI) 기반 서버형 음성인식 기술인 카카오 AI플랫폼 '카카오 I(아이)'의 음성인식을 활용한 서버형 음

성인식 기술도 장착됐다.

'더 뉴 카니발'의 판매가격은 ▲7인승 디젤 2.2 모델 VIP 3740만원, 프레지던트 4110만원 ▲7인승 가솔린 3.3 모델 프레지던트 3860만원 ▲9인승 디젤 2.2 모델 럭셔리 3150만원, 프레스티지 3470만원, 노블레스 3820만원, 노블레스 스페셜 3920만원 ▲9인승 가솔린 3.3 모델 노블레스 3600만원, 노블레스 스페셜 3690만원 ▲11인승 디젤 2.2 모델 디럭스 2880만원, 프레스티지 3390만원이다.

기아차 관계자는 "카니발은 지난해 국내 미니밴 시장 점유율 95%를 달성하는 등 명실상부 대한민국 최고 패밀리 미니밴"이라며 "세련되고 고급스러운 디자인과 개선된 승차감 등 감성적인 만족도를 높이고 가족단위 고객의 선호도가 높은 안전 및 편의 사양을 보강해 상품성을 높여 최고의 선택이 될 것"이라고 밝혔다.

/양성운 기자 ysw@

LG전자, 중동서 프리미엄 브랜드샵 확대

쿠웨이트 '로자나 몰'서 오픈 행사
국가별 핵심상권 중심 공략 나서

LG전자가 성장잠재력이 높은 중동지역에서 프리미엄 브랜드샵을 확대하며 현지 프리미엄 시장을 적극 공략한다.

LG전자는 지난 11일 쿠웨이트의 핵심상권 중 하나인 '로자나 몰(Rozana Mall)'에서 프리미엄 브랜드샵 오픈 행사를 열었다고 13일 밝혔다.

이 행사에는 유엔철 주쿠웨이트 대사, LG전자 중동아프리카지역대표 차국환 부사장, 걸프법안장 최용근 상무 등이 참석했다.

이번에 오픈한 프리미엄 브랜드샵은 2

개 층으로 만들어졌다. 1층과 2층을 합쳐 433㎡ 규모다. LG전자는 매장 내에 초(超)프리미엄 가전 'LG 시그니처'를 소개하기 위한 체험존을 마련해 고객들이 올레드 TV, 세탁기, 냉장고 등 LG 시그니처 제품을 한 눈에 볼 수 있도록 했다.

LG전자는 쿠웨이트 외에도 이집트, 이란, 레바논, 요르단, UAE, 사우디 등 중동 주요 국가에서 프리미엄 브랜드샵을 운영하고 있으며 국가별 핵심 상권을 중심으로 프리미엄 브랜드샵을 지속 늘려 나갈 계획이다.

중동 지역의 총 12개 LG 프리미엄 브랜드샵은 모두 LG 시그니처 제품을 갖추고 있으며 LG 브랜드 이미지를 높이는 데 크게 기여하고 있다.

/구서윤 기자 yuni2514@



LG전자는 현지시간 11일 쿠웨이트 로자나 몰에 프리미엄 브랜드샵을 열었다. /LG전자