

더 깔끔하고 더 똑똑하고 더 작고 더 싸게

역삼투압 vs 직수형... 200만대 정수기 '물의 전쟁'

〈코웨이-청호〉

〈SK매직-교원〉

코웨이 '마이한뺨 정수기'

물 닿는 부분 스스로 '순환살균' 청호나이스 '얼음 정수기 도도' 음용수·생활수 각각 사용 가능

SK매직 '직수형 정수기 올인원'

모든 유로 스테인리스로 변경 교원웰스 '웰스 tt 정수기' 밀폐형 냉각 유로관 적용



① 전기분해 살균수로 물탱크 등을 스스로 살균하는 코웨이의 '마이한뺨 정수기' ② 위생을 위해 유로를 모두 스테인리스로 바꾼 SK매직의 직수형 정수기 '올인원' ③ 역삼투압식과 직수형의 기능을 결합한 청호나이스의 하이브리드 얼음정수기 '도도'

/각사

정수기 판매 규모가 연간 약 200만대에 달하는 가운데 성숙된 시장을 놓고 생활가전사들의 경쟁이 더욱 치열해지고 있다.

한쪽에선 '프리미엄'을 내세워 정수 성능에 충실한 고급형으로 승부수를 걸고 있는가 하면, 또 다른 쪽에선 초소형 등 디자인과 '가성비'로 소비자들을 유혹하고 있는 모습이다.

정수기 시장은 대형 가전업체인 삼성전자와 LG전자가 주로 판매점을 활용한 시판용, 코웨이·청호나이스·교원웰스·SK매직·쿠쿠홈시스 등 생활가전 전문기업들은 방문판매(방판) 형태로 시장을 양분해오고 있다.

현재 정수기 시장은 코웨이가 지난해 기준 약 37%의 점유율로 1위를 기록하고 있다.

15일 생활가전업체에 따르면 한때 저수조를 갖춘 역삼투압식과 역시 저수조가 있는 중공사막식이 정수기 시장을 양분했다면 최근엔 전통적인 역삼투압식

(저수조)과 저수조가 없는 직수형 정수기(중공사막식)가 대세를 이루고 있다.

필터를 거친 물을 담아놓는 저수조의 청결 문제가 꾸준히 제기되고, 순간온수·순간냉각 관련 기술이 발달하면서 중공사막식 정수기의 경우 저수조 없이 출시, 이를 찾는 소비자가 늘고 있어서다. 게다가 저수조가 없으니 소형으로도 디자인이 가능해 공간 효율성이 좋다.

그러나 RO멤브레인 필터 등을 활용해 중금속이나 이온성 유해물질 등 40여종이 넘는 이물질을 여과하는 역삼투압 정수기의 경우엔 나오는 물의 양이 적어 이를 담아놓는 저수조가 필수적이다.

전통적인 역삼투압식 정수기를 고집하고 있는 대표적인 곳이 업계 1~2위를 다투고 있는 코웨이와 청호나이스다.

청호나이스는 최근 기자간담회까지 열고 역삼투압식 정수기에 집중하겠다는 의지를 밝혔다. 이석호 청호나이스 대표는 "최근엔 정수의 성능보다 작고 예쁘게 만드는 등 디자인 측면과 싸게

만들어 렌탈하는 경제적 측면만 부각되는 것 같아 안타깝게 생각한다"면서 "정수기의 목적은 물 속의 이물질을 (최대한) 걸러내 가장 안전한 물을 마시기 위한 것으로 이 같은 본질에 충실한 제품을 꾸준히 내놓을 것"이라고 말했다.

청호나이스는 직수형을 찾는 소비자들까지 포용하기 위해 'RO멤브레인'과 '나노 직수'의 2가지 시스템을 갖춘 '하이브리드 얼음정수기 도도'를 이날 선보였다. 하나의 정수기에 역삼투압식과 중공사막식을 모두 갖춰 음용수와 생활수로 각각 쓸 수 있도록 한 것이다.

역삼투압식을 고집하고 있는 회사들은 다양한 기술을 적용해 저수조 등의 청결에 공을 들이고 있다.

코웨이가 앞서 선보인 역삼투압식 '마이한뺨 정수기'는 전기분해 살균수로 물탱크와 물이 흐르는 유로, 파우셋 등 물이 닿고 머무르는 부분을 스스로 순환살균할 수 있는 기술을 갖추고 있다.

청호나이스는 '도도'에 매일 매일 탱크의 내부를 자동으로 비우고 깨끗한 물을 다시 채워주는 스마트 오염방지 기능을 적용했다.

저수조가 없는 직수형 정수기를 주로 출시하고 있는 회사들은 물이 지나가는 유로의 청결에 기술력을 집중하고 있는 모습이다. SK매직은 직수형 정수기 '올인원'을 출시하면서 유로를 모두 스테인리스로 바꿨다. 또 흐르는 물을 UV LED로 살균하고, 물을 받는 취수구(코크)

역시 2시간마다 자동으로 살균할 수 있도록 했다. SK매직의 경우 직수형 비중이 전체의 50% 가량을 차지하고 있는 것으로 알려졌다.

교원웰스는 앞서 선보인 '웰스 tt 정수기'에서 저수조뿐만 아니라 얼음탱크까지 없었다. 물이 흐르는 통로의 걸면을 냉매관이 직접 감싸는 '밀폐형 냉각유로관'을 채택했기에 가능한 기술이다.

이에 따라 급속 순간 냉각을 통해 냉수를 무한대로 사용할 수 있는 장점을 갖췄다. 당초 중공사막식 정수기에 집중했던 교원웰스는 현재 판매비중의 70~80% 가량을 직수형이 차지하고 있다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

해치백 무덤 韓에 '가성비'로 승부수 던진 르노 '클리오'

LS전선, 세계 최초로 HVDC 케이블 공인인증

'삼성' 지우고 르노 엠블럼 장착 가격 1990만원부터 2650만원



르노 클리오.

르노삼성자동차가 해치백 무덤으로 불리는 국내 자동차 시장에서 소형 해치백 '클리오'를 출시해 성공 여부에 대한 관심이 집중되고 있다.

15일 르노삼성에 따르면 클리오 역시 트위지에 이어 르노의 엠블럼을 그대로 사용하며 르노 브랜드의 정체성을 국내에 그대로 전달하는 모델이다. 국내엔 젠(ZEN)과 인텐스(INTENS)의 2가지 트림으로 출시되며, 출시 가격은 ▲젠(ZEN) 1990만~2020만원 ▲인텐스(INTENS) 2320만원~2350만원의 범위 내에서 각각 책정될 예정이다.

클리오는 지금까지 전 세계에서 1400만대 이상 팔린 해치백의 교과서 같은 차다. 특히 유럽에선 10년 이상 해당 세그먼트 판매 1등을 이어오고 있다. 1990년 파리오 토살롱에서 처음 공개되고 판매를 시작했

을 때도 상당히 높은 인기를 끌었다.

이어서 나온 고성능 모델들도 진정한 '핫해치'의 면모를 과시하며 모터스포츠에서 활약했다. 1990년대 초반에 나온 클리오 16V와 RSi 등의 차는 고성능 해치백의 새로운 모습을 드러내며 르노의 위상을 높였다. 특히 경기용으로 만든 윌리엄스 에디션은 한정판으로 양산한 모델

은 고성능 해치백 애호가들의 호응을 얻었다. 2세대의 RS는 라구나의 V6 엔진을 얹은 미드십 차로 개발돼 르노 5 터보의 뒤를 이으며 당시 '핫해치의 끝판왕'이란 별명을 얻었다.

클리오가 유럽에서 성공을 거둘 수밖에 없었던 이유 중 하나로 이전 모델이었던 르노 5를 꼽을 수 있다. 1972년부터

1996년까지 오랜 기간 소형 해치백 시장을 점령했다. 크기는 당시의 오리지널 미니처럼 작았다. 알파인, 터보 등 다양한 트림으로 제작돼 르노 클리오가 나오기 전까지 해치백 장르를 선도하며 성공적인 시장을 이끌었다.

현재는 라인업을 소비자 수요와 트렌드에 맞춰 단촐하게 정리해 1.5 dCi(디젤 엔진)와 0.9와 1.2 TCE(가솔린 엔진) 라인업으로 판매 중이다. 국내에는 QM3에 적용한 90마력의 1.5 dCi 라인 하나만 들어왔다.

클리오의 성장세는 현재 진행 중이다. 주요 시장인 유럽만 보더라도 르노는 해치백과 왜건 모델을 합해 지난해 32만 1472대의 클리오를 팔았다.

한편 르노삼성자동차는 클리오를 본격적으로 알리기 위해 체험형 브랜드 스토어 '아플리에르노 서울'을 오는 27일까지 서울 강남구 신사동에서 운영한다. 아플리에르노 서울은 르노 클리오를 직접 체험할 수 있도록 다양한 컬러의 전시차와 시승차를 갖추고 있다. /양성운 기자 ysw@

LS전선은 세계 최초로 고압직류송전(HVDC) 케이블 공인 인증을 완료했다고 15일 밝혔다.

LS전선은 지난해 10월부터 6개월간 동해 사업장에서 한국전기연구원의 관리 아래 500kV급 직류 케이블의 장기 신뢰성 품질 테스트를 마쳤고, 기술력을 공인 인증받았다고 설명했다.

HVDC는 발전소에서 생산되는 고압의 교류전력을 전력 변환기를 이용해 고압의 직류전력으로 변환해 송전한 뒤 다시 교류전력으로 변환해 전력을 공급하는 방식이다.

LS전선은 "최근 정부가 신(新)북방정책에 드라이브를 걸고 남북한 관계가 급진전 되면서 동북아 수퍼그리드 사업도 보다 구체화할 것으로 본다"면서 "특히 남북한은 전압과 주파수, 전기 품질이 다르지만 이를 해결할 수 있는 것이 HVDC 기술"이라고 강조했다.

/정은미 기자 21cindun@

KT "대학 축제에서 'Y 캠퍼스 어택' 즐기세요"



KT 모델들이 14일 홍익대학교에서 Y 캠퍼스 어택 이벤트를 홍보하고 있다. /KT

KT는 대학 축제와 연계한 'Y 캠퍼스 어택' 이벤트를 14일 중앙대를 시작으로 24일까지 서울 소재 6개 대학에서 순차적으로 진행하고 있다고 15일 밝혔다.

올해로 3회를 맞이한 Y 캠퍼스 어택은 KT가 5월 대학 축제와 연계한 체험형 이벤트다.

Y 캠퍼스 어택과 연계한 'Y 데이터베이스'는 KT 통털에볼루션(LTE) 고객끼리 데이터를 쉽게 공유하고 관리할 수 있는 무료 애플리케이션(앱)이다. '데이터 선

물하기', '데이틱', '데이터 관리' 등 데이터 관련 서비스와 함께 9월 4일까지 가입 고객 전원에게 LTE 데이터 500메가바이트(MB)를 제공한다.

Y 캠퍼스 어택은 14일 중앙대를 시작으로 16일 홍익대, 17일 서울시립대, 18일 서강대, 19일 연세대, 24일 고려대에서 열린다. 16일, 17일, 24일에는 인기 개그맨 박명수의 스페셜 공연과 포토타임이 준비돼 있다.

/김나인 기자 silkni@

대구~오사카 5만원대... 국제선 특가 이벤트

에어부산 '얼리 바캉스 프로모션'

저비용항공사(LCC) 에어부산이 국내선 얼리 바캉스 특가 이벤트에 이어 17일부터 국제선 특가 항공권 이벤트를 실시한다.

이번 특가 이벤트는 부산과 대구에서 출발하는 일본, 동남아 등 국제선 20개 노선 대상으로 진행된다. 유류할증료와 공

항세를 모두 합한 1인 편도 총액 기준으로 ▲부산~후쿠오카 5만6000원 ▲부산~나고야 8만6600원 ▲부산~팜 12만5200원 ▲부산~비엔티안 16만9200원 ▲대구~오사카 5만1600원 ▲대구~삿포로 9만7900원 ▲대구~다낭 13만9200원부터 구매할 수 있다. 탑승 기간은 5월 21일부터 7월 26일까지다.

에어부산 홈페이지와 모바일을 통해 이달 17일 오전 11시부터 24일까지 판매된다. /양성운 기자

