

‘용산 시대’ 여는 LS... 예스코 등 합류, 지주 3社 결집

계열사 연내 LS용산타워로 이전
15년 만에 계열사 한 곳에 모여
3개사 중심 지배구조 개편 예상

LS그룹이 15년 만에 한자리에 모인다. 책임경영을 강화하기 위해 올해 지배구조 개편을 빠르게 진행한 LS그룹은 (주)LS와 예스코홀딩스에 대한 지주사 전환을 마무리하고 거점을 LS용산타워로 이전한다.

LS그룹은 용산을 새로운 중심점 삼아 지주사 역할을 하는 주요 3개사를 중심으로 내부 분위기를 다잡고 미래 성장동력을 확보하겠다는 계획이다.

16일 LS그룹에 따르면 오는 9월 그룹 주력 계열사 지주사인 (주)LS를 시작으로 도시가스 사업부문 지주사인 예스코홀딩스, 에너지사업부문 지주사 격인 E1 등 주요 3개사와 그 외 계열사들이 연내 LS용산타워로 이전한다.

LS니코동제련과 LS메탈도 기존 건물



구자열 LS그룹 회장. /연합뉴스

의 임대차 계약이 끝나는 대로 LS용산타워로 이전할 예정이다.

이렇게 되면 2003년 LG그룹에서 계열 분리한 지 15년 만에 그룹 계열사들이 한 자리에 모이게 된다.



LS용산타워. /LS그룹

LS용산타워(옛 국제센터)는 지하 4층, 지상 28층 규모로 국제상사(현 LS네트웍스)가 2006년 E1에 인수되면서 LS용산타워로 이름을 바꿨다.

LS그룹의 거점은 2008년 완공한 경기

안양 사옥(LS전선·LS산전·LS엠티콘)과 서울 삼성동 아셈타워(주)LS·E1·LS니코동제련), 트레이트타워(LS메탈), LS용산타워(LS네트웍스) 등이었다.

LS용산타워에 입주한 삼일회계법인이 오는 6월 계약을 만료하고, 아모레퍼시픽 용산 신사옥으로 이전을 결정해 공실 우려가 있던 상황에서 LS그룹은 이곳으로의 거점 이전을 결정했다.

입지는 강남에 뒤지지 않는 데다 임대료면에서는 효율적이라는 경영 판단 속에 흩어져 있던 계열사를 한 곳에 모아 시너지를 내도록 하기 위해서다.

이전이 완료되면 구자열 LS그룹 회장도 용산으로 출퇴근할 예정이다.

LS그룹 관계자는 “LS용산타워로 이전은 각사 일정에 맞출 예정으로 연내에는 (주)LS, E1, 예스코홀딩스 등의 입주를 완료 할 것”이라며 “다만 LS그룹의 제조거점인 안양 본사는 그대로 유지할 계획”이라고 말했다.

재계는 이번 LS그룹의 용산 거점 이전

으로 3개사 지주사 체제로의 개편도 빨라질 것으로 내다봤다.

LS그룹은 지난 3월 도시가스 사업을 하는 예스코를 물적분할해 지주회사인 ‘예스코홀딩스’와 ‘예스코’로 재편했다. 이에 따라 (주)LS와 예스코홀딩스를 중심으로 한 복수 지주사 체제가 됐다.

LS그룹에서 지주회사 체제에 편입되지 않은 계열사는 액화석유가스(LPG) 공급업체인 E1과 LS네트웍스 등 11개 업체만 남았다.

향후 E1도 지주사 전환을 거쳐 (주)LS-예스코홀딩스-E1의 3개사 지주사 체제로 지배구조 개편이 예상된다.

LS그룹 고위 관계자는 “(주)LS와 예스코홀딩스에 대한 지주사 체제는 내부 거래 비율이 높다거나 오너의 지분률 등이 문제 될 수 있다는 판단 아래 빠르게 진행됐지만 E1의 경우 이러한 문제가 없다는 점에서 연내에는 변동은 없을 것”이라고 말했다.

/정은미 기자 21cindiun@metroseoul.co.kr



삼성전자가 13일(현지시간)부터 이틀간 두바이의 JW 마르퀴스 호텔 69층에 위치한 고급 펜트하우스에서 중동 지역 최초로 2018년형 QLED TV 출시 행사를 열었다. 120여명의 현지 주요 거래선과 미디어가 참석한 가운데, 중동 현지인들이 보통 손님을 맞이하는 마블리스 공간에서 참석자들이 삼성 QLED TV 콘텐츠를 즐기고 있다. /삼성전자

삼성전자 QLED TV, 중동 공략 박차

삼성전자가 중동 프리미엄 TV 시장 공략을 본격화한다.

삼성전자는 지난 13일(현지시간)부터 이틀간 두바이에서 ‘Q 하우스 이벤트’를 열고, 중동 지역 최초로 2018년형 QLED TV를 출시했다고 16일 밝혔다.

이번 행사는 120여명의 현지 주요 거래선과 미디어가 참석한 가운데, 두바이의 JW 마르퀴스 호텔 69층에 위치한 고급 펜트하우스에서 진행했다.

일반적인 제품 프로모터가 아닌 부모와 3명의 자녀로 구성된 모델들이 방문객을 응접하는 공간인 마블리스, 거실, 공부방, 침실 등 펜트하우스 곳곳에 등장해 실생활 속에서 2018년형 QLED TV를 사용하는 모습을 채치 있게 소개했다. 참석자들은 실생활 속에서 완벽하게 조화를 이루는 QLED TV의 성능과 디자인에 대해 호평했다.

먼저 중동 현지인들이 보통 손님을 맞이하는 마블리스 공간에서는 삼성 QLED TV의 우수한 화질 기술력이 소개됐다.

‘컬러볼륨 100%’와 뛰어난 명암비, 최고의 HDR 화질 구현을 보여 주기 위해 커튼을 열어 햇빛이 쏟아지는 환경에서도 영상 본연의 풍부한 색감을 그대로 표현해 내는 QLED TV의 모습을 연출했다.

거실에서는 리모컨 하나로 TV와 주변 기기를 한번에 제어하는 ‘삼성 원 리모컨’ 기능과 음성 인식 기능이 소개됐다.

공부방과 침실에서는 TV 화면이 꺼져 있을 때 검은 화면 대신 소비자가 원하는 콘텐츠와 생활 정보를 제공하는 ‘매직스 크린’ 모드와 가늘고 투명한 선 하나에 TV 전원선과 주변기기 선을 모두 통합한 ‘매직케이블’이 중점 소개됐다.

삼성전자 중동총괄장 명성원 부사장은 “삼성전자는 그동안 중동 지역 전체 TV 시장 점유율이 금액 기준으로 36%, 65인치 이상이 49%로 1위 자리를 유지해 왔다”며 “올해는 더욱 진화한 2018년형 QLED TV로 프리미엄 TV 브랜드 1위의 위상을 더욱 견고히 할 것”이라고 말했다. /정은미 기자

유통산업의 DT 핵심키워드 ‘개인화된 경험’

(디지털 변화)

SK C&C

AI 기반 유통 DT 서비스 개발중
매장 위한 첫번째 기술 ‘비전AI’

쇼핑물에 들어서자 AI(인공지능)가 방문객의 얼굴을 인식해 나이와 성별, 고객 정보, 감정을 인식한다. 안내로봇의 방문객의 나이에 맞는 인사를 건네고 상품 소개와 간단한 물건을 선보인다. 고객이 특정 상품에 대해 문의하자 로봇이 상품이 있는 곳까지 길을 안내해준다. 골프코너를 지나가는 사람에게는 신형 드라이버 광고 메시지를 보낸다. 이런 식으로 쌓인 고객의 방문 기록과 구매내역 데이터는 추후 마케팅 자료로도 활용된다.

SK(주) C&C가 구상하는 미래 유통현장의 모습이다. 고객이 매장에 들어온 순간부터 상품 구매 후 매장을 떠나는 모든 과정에서 개인화된 쇼핑 경험을 선사한다는 게 목표다.

SK(주) C&C 이재현 전략DT 추진팀장은 15일 SK서린빌딩에서 열린 ‘IT 현안 설명회’에서 “유통산업의 디지털 변화(DT·디지털 트랜스포메이션)의 핵심은 어떻게 하면 고객 한 명 한 명에게 개인화된 경험을 제공해 줄 것인가에 달려 있다”고 말했다.

SK(주) C&C는 자사의 인공지능 플랫폼 ‘에이브릴’과 클라우드 서비스 ‘클라우드 제트’를 기반으로 국내 유통업체들과 유통 DT 서비스를 개발 중이다.



SK(주) C&C 이재현 전략DT 추진팀장이 출입기자 대상 IT 현안설명회에서 SK(주) C&C의 에이브릴·클라우드 제트 기반의 다양한 유통 DT 서비스를 소개하고 있다. /SK(주) C&C

실제로 글로벌 리테일 시장을 보면 백화점과 마트 등 전통적인 리테일 시장은 2013년 이후 마이너스 성장을 기록하고 있는 반면 인공지능·클라우드 등 DT 신기술을 활용한 온라인 시장은 매년 10% 가까이 급성장하고 있다. 이는 온라인 시장이 온라인 쇼핑과 챗봇 등을 활용해 개인별로 상품을 추천해주는 등 개인화된 경험을 제공한 덕분으로 해석된다.

SK(주) C&C는 DT에 기반한 유통산업 혁신의 분수령이 오프라인 매장의 변화에서 시작될 것이라고 내다봤다.

SK(주) C&C가 제시한 오프라인 매장의 개인화된 쇼핑 경험을 위한 첫번째 기술은 ‘비전 AI’다.

비전 AI는 동영상과 사진으로부터 열

굴을 검출해 성별과 연령 추정은 물론 고객이 누구인지까지 알려준다.

이를 통해 개인 맞춤형 이벤트·프로모션·상품 추천은 물론 얼굴 인식 결제가 가능해지고 로봇을 통한 매장 안내, 제품 소개, 개인 선호 상품 추천, 외국인 대상 통역 서비스 등 다양한 쇼핑서비스를 쉽게 구현할 수 있다.

편의점을 중심으로 떠오른 무인 점포도 주목할 만하다. SK(주) C&C가 그리는 미래 스토어에서는 고객이 매장에 들어서는 순간 고객을 인지해 매장 내에 위치한 안내 로봇이 인사를 건넨다.

이어 고객의 성향에 맞는 쿠폰과 상품 추천 서비스가 제공되며 상품의 인식과 결제도 객체 인식 기술을 활용해 자동으로 진행된다.

고객에 대한 서비스 향상뿐 아니라 매장 내 직원의 업무 효율성 향상에도 큰 힘이 될 것으로 봤다.

SK(주) C&C가 소개한 ‘스텝 어드바이저’는 매장 직원이 궁금한 내용을 자연어로 물어보면 즉시 대답을 해준다.

예컨대 매장을 방문한 고객이 특정 브랜드 중 세일이 가능한 품목을 물을 경우, 매장 직원은 스텝 어드바이저를 통해 오늘의 세일 상품 목록을 문의하면 스텝 어드바이저가 고객에게 할인이 가장 많이 되는 상품을 추천하는 방식이다.

해당 상품의 위치와 재고 상태를 파악해 알려줘 업무에 익숙하지 않은 관리자와 매장 신입 직원들에게 도움을 줄 것으로 기대된다. /구서윤 기자 yuni2514@



LG전자 모델들이 트윈워시 세탁기 하단에 위치한 4kg용량의 트롬 미니워시를 소개하고 있다. /LG전자

LG전자, 세탁용량 늘고 시간은 단축... 트롬 미니워시 신제품 3종

77만9000~87만9000원

LG전자가 트윈워시 하단에 위치한 4kg 용량의 트롬 미니워시 신제품 3종(모델명: F4BC, F4VC, F4WC)을 16일 출시한다고 밝혔다.

이 제품은 2008년 이후 생산된 15kg 이상 21kg 이하 용량의 트롬 드럼세탁기 및

14kg 용량의 트롬 건조기와 결합해 사용할 수 있다.

신제품 용량은 기존 3.5kg에서 500g을 늘려 수건을 2~3장 더 세탁할 수 있다.

온수를 사용하면 ‘소량세탁’ 코스의 경우 기존 50분대에서 30분대로 세탁 시간이 줄어든다. 제품 좌측엔 액체세제 투입구, 우측엔 유연제 투입구를 각각 탑재해

관리한다.

고객이 ‘소량세탁’이나 ‘면속옷’ 코스를 이용할 경우 30도, 40도, 스팀 60도 등 세탁물에 맞는 물 온도를 설정할 수도 있다.

특히 스팀 60도로 세탁하면 황색포도상구균, 폐렴간균, 녹농균 등 옷감에 묻은 세균을 99.9% 제거할 수 있고, 한국의류 시험연구원으로부터 인증도 받았다.

또 이 제품은 무선인터넷을 탑재해 고객들이 스마트폰의 스마트싱크업으로 집 밖에서도 세탁을 시작하거나 세탁 진행 상황을 실시간으로 확인할 수 있다.

회사 측은 “10년 무상 보증하는 슬림 인버터 DD 모터를 비롯해 블랙 강화 유리 소재 도어를 탑재해 내구성도 강하다”고 설명했다.

색상은 블랙 스테인리스, 실버 스테인리스, 화이트 등 3종이며 가격은 출하가 기준 77만9000~87만9000원이다. /정은미 기자