

# ‘팔목상대’ 친환경차... 보조금 지원 업고 수요 상승가도

신차 등록 급증... 상반기 1만1582대  
기술력 향상에 1회 주행거리 길어져  
값싼 연비·정부 지원 보조금 혜택

미세먼지에 대한 우려와 정부의 전기  
차 보조금 몰량 확대로 친환경차량인 전  
기차와 하이브리드차가 대세로 떠오르고  
있다. 지난 6월 카이즈유 데이터 연구소  
가 분석한 데이터에 따르면 전기차는 지  
난해 상반기보다 6000여대가 많은 1만  
1852대가 올해 상반기 신차로 등록됐다.

11월 자동차업계에 따르면 친환경차의  
인기요인으로 값싼 연비와 정부에서 지  
원하는 전기차 구매 보조금을 꼽고 있다.  
전기차의 경우 전기로 모터가 움직이기  
때문에 오염물질이 발생하지 않는다. 최  
근에는 기업들의 기술력 향상으로 1회 총  
전 시 주행거리가 길어지면서 수요가 점  
점 늘고 있는 추세다.



쉐보레 볼트EV.

/한국지엠

한 업계 관계자는 “전기차 수요가 증가  
한 가장 큰 이유는 정부의 전기차 구매 보  
조금 지원 확대에 있다”며 “정부가 전기차  
보조금 물량을 2만대 이상 늘린다고 발표

하면서 소비자들이 구입을 서두르고 있  
다”고 전했다.

지난달 기준 전국의 전기차 국가 보조금  
접수율은 74%로 나타났다. 9943명이 전기

차 구매 보조금을 신청한 상태로 정부가  
올해 계획한 승용 전기차 민간 보급 물량  
1만6063대 중 74%에 해당하는 수치다.

정부는 올해 추가경정예산을 통해 전  
기차 구매 보조금 1190억원을 추가 확보  
하고, 전기차 보조금 물량을 당초 2만대  
에서 2만8000대로 늘렸다. 전국 지방자치  
단체별 승용 전기차 추가 물량은 3분기  
내 배정될 전망이다.

카이즈유 데이터연구소에 따르면 쉐보  
레 볼트 EV의 경우 올해 상반기 2759대  
의 차량이 신규등록됐다. 볼트 EV는 1회  
충전 시 383km까지 주행이 가능하며 개정  
된 보조금 정책에 따라 최대 1200만원의  
보조금을 받을 수 있는 차량이다. 지자체  
에서 주는 보조금을 더하면 지역별로 최  
대 2300만원까지 보조금 혜택을 받을 수  
있다.

대표적인 하이브리드 차량인 토요타코  
리아의 캠리는 지난해 상반기 보다 3000여

대가 많은 5155대의 차량이 판매됐다. 지  
난해 10월 출시한 8세대 뉴 캠리는 총 출력  
211마력으로 복합연비는 16.7km/L(도심  
17.1km/L, 고속도로 16.2km/L)이다.

토요타코리아 관계자는 “유가상승과  
미세먼지 문제로 친환경에 대한 관심과  
연비를 중요시하는 고객들이 증가하면서  
하이브리드차에 대한 인기가 높아지고  
있다”고 말했다.

그러나 정부의 구매 보조금 지원이 없  
으면 전기차 시장에 대한 수요는 줄어들  
것이라는 우려도 나오고 있다.

업계 관계자는 “전기차 시장이 초창기  
이기 때문에 현재 정부에서 넉넉하게 지  
원하는 상황이지만 해가 갈수록 지원금  
액수는 조금씩 줄어들고 있는 추세”라며  
“고객들이 정부에서 지원금을 많이 줄 때  
차를 구입하려는 경향도 있어 전기차 시  
장의 약진이 지속될지는 모르겠다”고 말  
했다. /정연우 기자 yw964@metroseoul.co.kr

삼성전자

## 빅스비 품은 ‘패밀리허브’ 싱가포르에 첫 발 디뎠다

삼성전자가 10일(현지시간) 싱가포르  
에서 지능형 어시스턴트 ‘빅스비(Bixby)’  
를 적용한 2018년형 ‘패밀리허브’ 출시  
행사를 개최했다고 11일 밝혔다.

이 행사는 패밀리허브의 제품 콘셉트  
를 고려해 팜투데이블 식당으로 명성을  
얻고 있는 ‘오픈 팜 커뮤니티’에서 진행됐  
으며 220여명의 현지 주요 거래선과 미디  
어, 소비자가 참석했다.

삼성전자는 2016년 업계 최초로 사물  
인터넷(IoT) 기술을 접목한 스마트 가전  
패밀리허브를 한국과 미국에 도입하고  
순차적으로 유럽·중남미 등으로 확대했  
으며 동남아 지역에서는 호주와 뉴질랜  
드에 이어 싱가포르에서 선보인다.

삼성전자 측은 싱가포르의 소득 수준이  
높아 프리미엄 가전에 대한 수요가 크고 신  
기술을 적극적으로 수용하는 소비자가 많  
으며 우수한 IT 인프라를 보유해 패밀리허  
브 시장 확대에 큰 역할을 할 것으로 기대  
된다고 밝혔다. 특히 ▲음성만으로 식재료  
의 유통기한 관리와 최적의 레시피를 제시  
하는 ‘푸드 매니지먼트’ ▲화자 인식 서비  
스로 가족 구성원별 맞춤형 정보를 제공하  
고 가족 간 사진·메모 등의 공유가 가능한  
‘패밀리 커뮤케이션’ 기능이 바쁜 일상  
이 특징인 싱가포르 소비자들에게 큰 호응  
을 얻을 것으로 예상된다. /구세원 기자 yun2514@

## 11월, 美서 개발자 콘퍼런스

삼성전자는 오는 11월 7~8일 미국 샌  
프란시스코 모스콘 웨스트에서 삼성 개  
발자 콘퍼런스 2018(SDC)을 개최한다고  
11일 밝혔다.

삼성전자는 추후 콘퍼런스 주요 프로그  
램을 공개하고 참가 등록 신청을 받을 예정  
이다. 2013년 시작한 삼성 개발자 콘퍼런스는  
개발자와 디자이너, 콘텐츠 제작자 등  
업계 관계자들이 참가해 차세대 기술을 논  
의하고 교류하는 행사다. 작년 10월에 열린  
이 콘퍼런스에서는 5천명이 참가했다.

삼성전자는 작년 행사에서 기존 자사  
의 다양한 사물인터넷(IoT) 서비스를 ‘스  
마트싱스(SmartThings)’로 통합한다고  
발표했다. 또 인공지능 어시스턴트 ‘빅스  
비(Bixby) 2.0’과 소프트웨어 개발도구  
(SDK)도 소개했다. /안병도 기자

# AI 플랫폼과 무드등이 만났다... SKT ‘누구 캔들’ 선택

원하는 색 지정·애니메이션 효과 기능  
T맵×누구 편의성 높이는 ‘누구 버튼’

SK텔레콤이 인공지능(AI) 플랫폼과  
조명등을 결합한 ‘누구 캔들(NUGU Can  
dle)’을 출시했다고 11일 밝혔다.

누구 캔들은 흰색과 청색, 분홍 등 13  
가지의 일반 색과 ▲명량한 ▲편안한 ▲  
차분한 ▲달콤한 색 등 색채 치료에 쓰이  
는 4가지 색 등 총 17가지 색상의 조명등  
으로 사용할 수 있다. 누구 앱 중 지정색 설  
정 카테고리에서 별도로 새로운 색을 선  
택해 이용할 수도 있다.

또한 수유나 취침, 독서 등 특정한 용  
도에 최적화된 조명을 제공하는 테마등  
에 이용할 수 있도록 무지개나 모닥불 등  
은 오로라, 싸이키 등 4가지 애니메이션  
효과를 이용할 수 있어 ‘등’ 기능의 활용  
도를 높일 수 있다.

이 제품은 조명이 서서히 밝아지는 조  
명 효과와 선라이즈 모닝콜 기능을 선보  
인다. 선라이즈 모닝콜은 설정한 알람 시  
간 30분 전부터 조명의 밝기가 점차 밝아  
진다. 설정 시간이 되면 완전히 밝아진 조  
명과 함께 자연의 새소리를 담은 알람(A  
SMR)이 울리며 자연스러운 기상을 유도  
해 사용자의 건강 수면을 돕는다.

누구 캔들은 지름 81mm에 높이 168mm  
크기 원통 형태다. 기존 누구 미니 대비



SK텔레콤은 11일 인공지능(AI) 플랫폼과 조명 기능을 결합한 새로운 기기 ‘누구 캔들(NUGU Candle)’을 출시했다고 밝혔다. /SK텔레콤



‘T맵×누구’ 이용 편의 제고를 목표로 ‘누구 버튼(NUGU Button)’을 18일 출시한다. /SK텔레콤

출력을 3배 이상 높인 10W 출력으로 풍  
부하고 디테일 좋은 음색을 낸다. 이용자  
는 기존 누구에서 제공하는 음악감상, 날  
씨 확인, 감성대화, 라디오 청취, 치킨·피  
자 배달 등 30여개의 다양한 기능들도 동

일하게 이용할 수 있다.

누구 캔들의 가격은 14만9000원이고  
출시 이벤트를 통해 7만9000원에 구매할  
수 있다. 11일부터 11번가를 시작으로 S  
K텔레콤 유통망에서 구입 가능하다.

SK텔레콤은 ‘누구 캔들’의 출시를 시  
작으로 집안 사물에 AI를 적용해서 사용  
자가 의식하지 않고도 이용하도록 할 계  
획이다.

SK텔레콤 이상호 서비스플랫폼사업  
부장은 “SK텔레콤은 인공지능 플랫폼인  
누구를 고객이 언제 어디서나 인지하지

않아도 자연스럽게 이용할 수 있도록 하  
는 것이 목표”라며 “앞으로도 다양한 사  
물의 AI화를 지속적으로 진행할 것”이라  
고 말했다.

또한 이상호 사업부장은 “단순한 음  
성인식뿐만 아니라 실제 사용자가 목적  
으로 생각했던 기능을 낼 수 있느냐가  
중요하다. 사용자가 실수로 잘못된 것  
까지 인식해 목적을 달성하려고 한다”며  
“예를 들어 상어가족 동요를 아기상어라  
말해도 제대로 찾아서 들려준다”라고 이  
후 인공지능 사업에 임하는 각오를 드러  
냈다.

한편 SK텔레콤은 T맵×누구 이용 편  
의를 높이려는 목표로 ‘누구 버튼’을 18  
일 출시한다. 누구 버튼은 운전대에 부착  
하는 버튼 형태의 제품이다. ‘아리아’라  
는 호출어 대신 버튼을 눌러 T맵×누구  
를 이용할 수 있다. 시끄러운 환경에서 블  
루투스 연결이 안되어 있으면 T맵×누구  
가 잘 깨어나지 않기에 사용자 편의를 위  
해 개발한 제품이다.

이 자리에서 SK텔레콤측은 앞으로의  
누구 제품 계획에 대해 “이번에 출시한 누  
구 캔들은 기존 누구와 누구미니 사이에  
위치한 제품이며 기존 누구는 올해 말까  
지로 단종한다”면서 “스피커 본연의 목표  
인 음질을 추구한 또다른 인공지능 탑재  
누구 제품이 올해 말에 나올 예정”이라고  
밝혔다. /안병도 기자 catchrod@

## LG유플러스-힘펠, 알아서 환기·제습해주는 환풍기 ‘IoT휴젠뜨’

욕실 환경 실시간 확인 가능  
다른 홈IoT 기기와 연동제어



LG유플러스는 실내 공기질 전문기업 (주)힘펠과 함께 사물인터넷(IoT) 기술을 적용한 환풍기 IoT휴젠뜨를 출시했다고 11일 밝혔다. /LG유플러스

LG유플러스는 실내 공기질 전문기업 (주)힘펠과 함께 사물인터넷(IoT) 기술을 적용한 환풍기 IoT휴젠뜨를 출시했다고 11일 밝혔다.

IoT환풍기는 LG유플러스 홈IoT 플랫  
폼에 힘펠 스마트 환풍기를 연동한 욕실  
특화 상품이다. 온도·습도·청정도 센서  
가 탑재돼 있어 욕실 환경을 실시간으로  
확인 가능하다. 욕실 상태에 따라 환기·  
온풍·제습 등 다양한 기능을 자동으로 작  
동시킬 수 있어 욕실을 쾌적하게 유지할  
수 있다.

욕실 내 습도가 70% 이상일 때 IoT환

풍기가 작동하도록 설정하면 환기 및 제  
습 기능이 스스로 실행돼 여름 장마철 욕  
실 습도를 관리하기 편리하다. 욕실에 약  
취가 나면 청정도 센서가 감지 즉시 알림  
을 보내 원격으로 환풍기를 켜 환기시킬  
수 있다.

온도 센서를 통해 욕실 온도를 확인할  
수 있어 추운 겨울철에는 온풍 기능을 미  
리 켜 놓을 수 있다. 기상 시간에 타이머  
를 맞춰 놓으면 매일 아침 따뜻한 욕실을  
이용할 수 있다.

이 제품은 동시실행과 자동실행 기능  
으로 다양한 홈IoT 기기들을 서로 연동

해 동시에 제어할 수 있다. 비데를 이용하  
면 환풍기가 자동으로 켜지고, 욕실 조명  
스위치를 끄면 환풍기가 함께 꺼진다. Io  
T환풍기는 IoT@home 앱을 통해 집밖  
에서도 언제 어디서나 스마트폰으로 욕  
실 환경을 실시간 모니터링 할 수 있다.  
곰팡이와 세균발생을 방지할 수 있는 음  
이온 공기제균 기능이 탑재돼 욕실 위생  
관리에 고민이 많은 주부에게 요긴하다.

IoT환풍기 판매가는 39만6000원(부가  
세 포함)이며, LG유플러스 온라인샵과  
전국 120여개 힘펠 대리점 및 직영 온라  
인샵에서 구매 가능하다. /안병도 기자