

# 더 똑똑해진 ‘뉴 빅스비’… 문맥 흐름까지 이해 ‘척척’

SAMSUNG

‘갤노트9’ 탑재… 어떤 기능 생겼나

다이나믹 프로그램 제너레이션 적용  
협력사 정보데이터 융합해 이해력 ↑  
검색부터 예약·결제 한 번에 가능

삼성전자가 갤럭시노트9와 함께 선보인 ‘뉴 빅스비’는 과연 어떻게 달라졌을까. 주요 특징으로는 대화 문맥을 더 정확히 이해하고 제3자 개발자 앱 연동을 통해 편의성이 늘어난 것으로 요약된다.

삼성전자무선사업부 인공지능 전략그룹 이지수 상무는 10일(현지시간) 미국에서 열린 간담회에서 “뉴 빅스비는 이전 빅스비와 비교했을 때 체감할 수 있을 정도로 속도가 개선됐다”면서 “문맥을 이해하



뉴 빅스비 시연장면.

/삼성 공식 유튜브브 영상

는 구조는 플랫폼화돼 있어서 어떤 써드파티(개발 협력업체) 앱에 연동되더라도 똑같이 지원되게 했다”고 소개했다.

기존 빅스비가 경쟁 서비스인 구글 어시스턴트, 아마존 알렉사, 애플 시리 등에 비해 음성인식률이나 속도가 높지 않으며 외부 앱과의 연동이 부족하다는 단점을 대폭 개선한 것이다.

뉴 빅스비는 예를 들어 ‘빅스비, 오늘 날씨 알려줘’와 같은 문구로 오늘의 날씨를 듣고 나서 ‘내일은?’, ‘주말은?’ 같이 주어진 ‘날씨’를 생각해도 바로 내일의 날씨와 주말의 날씨를 알려준다. 구글 어시스턴트가 장점으로 내세운 맥락별 자동해석 기능을 강화했다.

뉴 빅스비에는 다이나믹 프로그램 제

너레이션 기술을 적용했다. 협력사가 보유한 정보와 이용자 정보 데이터를 융합, 문맥 이해력을 높이는 기술 구현이다. 특정 건축물에 대해 물으면 그 건축물이 속해 있는 지역 정보를 인식해 포괄적인 답변을 내놓는 방식이다.

또한 기존 빅스비는 해당 앱을 직접 실행했는데 뉴 빅스비는 앱에서 필요한 정보를 받아 빅스비 화면에 구현하는 방식으로 바뀌었다. 빅스비 파트너사라면 이용자가 앱을 별도로 다운로드하지 않아도 앱의 보안 수준에 따라 예약, 결제까지 이용할 수 있다. 따라서 실행속도와 메모리 점유 등에서 훨씬 나은 성능을 보이게 됐다.

이지수 상무는 “단순하게 처리할 수 있는 부분은 빅스비 화면 내에서 처리하고, 자세한 부분은 앱이나 웹을 통해 처리하도록 안내한다”면서 “사용자가 무슨 앱을 다운받아야 할지 모른다면 앱을 권해주고 새 경험을 할 수 있게 돕겠다”고 설명했다.

특정 앱이나 서비스의 이름을 직접 말하지 않아도 하고 싶은 것을 말하면 검색부터 예약, 결제까지 한 번에 끝낼 수 있다는 점이 돋보인다. 삼성전자는 갤럭시노트9 공개행사서 “뉴욕 JFK 공항에 가고 싶다”는 말 하나로 빅스비 내에서 우버를 연동해 부르는 모습을 시연했다. 국내에서는 삼성페이로 연동하거나 스타벅스 카드를 연동해놓으면 “커피 한잔 시켜줘”한 마디로 빅스비가 스타벅스 매장을 정해 결제까지 연결 가능하다.

뉴 빅스비는 갤럭시노트9 출시와 함께 서비스되며 추후 순차적으로 갤럭시S8, 갤럭시노트8, 갤럭시S9에서도 이용할 수 있다. 11월 삼성 개발자 콘퍼런스(SDC)에서 공개되는 AI 스피커 ‘갤럭시홈’에도 탑재될 예정이다.

삼성전자는 스타벅스와 망고플레이트 같이 이미 제휴한 업체들 외에도 빅스비와 연동할 수 있는 국내외 협력사를 늘리고 소프트웨어 개발도구(SDK)도 공개할 예정이다. /안병도 기자 catchrod@metroseoul.co.kr

## “폴더블폰 ‘최초’ 타이틀 놓치지 않을 것”… 고동진의 1등 수성전략

고동진 사장 기자간담회

폴더블폰이 지니는 나름의 가치 있어  
뉴빅스비, 연결성·생태계 확장 강조

삼성전자가 스마트폰 미래전략에서 폴더블폰과 뉴빅스비에 기대를 걸고 있다. 특히 완성도 높은 제품과 계속되는 혁신을 통해 사용자의 마음을 사로잡겠다는 의지를 드러냈다.

삼성전자 고동진 IM부문장(사장)은 10일(현지시간) 미국 뉴욕에서 열린 기자 간담회에서 “세계 최초보다는 진짜 소비자들이 좋아하고 받아들이는 혁신에 집중하고 있다”면서 “그렇지만 폴더블폰은 최초를 뺏기고 싶지 않다”고 밝혔다. 화웨이와 애플을 비롯해 LG전자, 샤오미가 최초를 놓고 경쟁하는 폴더블폰을 먼저 내놓겠다는 의지를 나타냈다.



고동진 삼성전자 IM부문장이 10일(현지시간) 미국 뉴욕시 콘래드호텔에서 열린 기자간담회에서 모바일 사업의 비전과 전략에 대해 설명하고 있다. /삼성전자

고 사장은 발표시기에 대해서는 “폴더블폰을 시장에 내놔야 할 때 삼성전자가 제

대로 만들었다는 말을 듣고 싶다”면서 “그동안은 품질, 내구성 때문에 말을 아꼈는데 능선을 넘고 있다. 시기가 멀지 않았다”고 대답했다.

갤럭시S시리즈나 노트시리즈에서 획기적인 혁신이 불가능하지 않냐는 질문에 대해 그렇지 않다고 부정했다. 고동진 사장은 “혁신이 쉽지 않은 것은 사실이다. 하지만 그것 때문에 폴더블폰을 준비하는 것은 아니다”면서 “폴더블폰이 지닐 수 있는 나름의 가치가 있어서 준비하고 있다. S펜, 노트 시리즈는 지속적으로 지켜나갈 생각”이라고 답했다.

이후 삼성 프리미엄 라인업이 폴더블폰으로 단일화되지는 않을 것이란 답변이다. 또한 노트 시리즈의 주된 경쟁력인 S펜이 굉장한 진화를 하게 될 것이며 2~3년 안의 발전 방향을 담은 로드맵을 갖고 있다고 설명했다.

최근 삼성이 중국, 인도 등 신흥시장에서 경쟁사에 압박을 받고 있는 것과 관련해 “중요한 것은 매출액이다. 인도는 매출 기준으로 삼성전자가 1등을 하고 있고, 수량 기준으로도 이번 2분기 샤오미를 앞섰다”고 전제하면서 “올해 초부터 전략을 상당 부분 수정해 새로운 기술을 필요하면 중가폰에도 먼저 적용하는 방식을 채택하자고 결정했다. 경쟁력 있는 제품을 내고 굳건한 1등을 지키겠다”고 다짐했다.

고동진 사장은 이런 전략수정이 앞으로 판매량보다 매출에 방점을 찍겠다는 것으로 해석될 수 있다는 의견에는 “내부에서는 매출, 수익으로 성과 지표표를 바꾼지 1년 반에서 2년 됐다”며 “매출 역시 의미 있는 혁신을 전달하면 쫓아오는 것이고 그 자체가 제가 좇을 것은 아니라고 생각한다”고 말했다.

갤럭시노트9와 함께 발표한 인공지능

서비스인 뉴 빅스비와 관련해 삼성측은 8월 5일 기준으로 3450만명이 빅스비에 가입돼 있고 가용 단말 대비 49%인 1650만 명이 한 달에 한번이라도 빅스비를 사용하는 사용자라고 밝혔다.

이후 빅스비의 발전방향에 대해 정의석 부사장은 가전제품과의 연결성과 생태계 확장을 강조했다. 정 부사장은 “현재 냉장고, TV가 1100만대, 에어컨, 냉장고 80만대 정도가 빅스비의 AI 플랫폼 지원을 받는 클라우드에 연결돼 있다. 2020년까지는 대부분 제품이 연결될 것”이라며 “다른 회사 제품까지 빅스비 지원을 받을 수 있도록 올해 11월 API와 SDK를 오픈할 것이다. 뉴 빅스비를 발표하면서 써드파티가 들어오게끔 아키텍처를 바꿨기 때문에 생태계 확장의 긴 여정이 시작됐다고 생각한다”고 기대감을 드러냈다.

/안병도 기자



행사 참석자들이 LG 시그니처 올레드 TV W를 감상하고 있다.

/LG전자

## ‘LG 시그니처’ 중남미 시장 공략 첫 발

콜롬비아 보고타서 출시 행사

LG전자의프리미엄 가전브랜드인 ‘LG 시그니처’가 중남미 시장에 진출했다. LG전자는 오는 15일(현지시간) 콜롬비아의 ‘보고타 현대미술관’에서 현지 거래처 관계자와 언론인, 오피니언 리더 등을 초청한 가운데 LG 시그니처 출시 행사를 개최한다고 13일 밝혔다.

앞서 지난 8일에는 멕시코 ‘소우마미 미술관’에 ‘LG 시그니처 갤러리’를 마

련해 제품을 전시하는 한편, 고객들이 큐레이터의 도움을 받아 직접 제품을 체험할 수 있게 했다. 특히 멕시코 행사에서는 현지 출신의 사진작가인 디에고 에세가레이가 ‘본질의 미학’을 주제로 LG 시그니처를 활용해 촬영한 사진 작품도 함께 전시했다.

또 멕시코를 대표하는 건축가와 디자이너, 요리사 등의 LG 시그니처 경험담을 공유하는 ‘LG 시그니처 토크’도 진행됐다. /김나인 기자 silkni@

## LG “G7 씽큐 ‘붐박스 부스터’ IFA서 만나요”



‘붐 유어 사운드’ 경진대회 최우수작

LG전자가 ‘LG G7 씽큐(ThinQ)’의 붐박스 스피커를 알리기 위한 이색 경진대회인 ‘붐 유어 사운드’ 최우수 작품을 독일 베를린에서 열리는 IFA 2018에서 발표한다.

이번 대회 최우수 작품은 대형 카세트 오디오를 연상시키는 디자인으로 레트로 감성을 입혔다. 재질은 일상에서 쉽게 구할 수 있는 나무 통판으로 제작됐다. 카세트테이프처럼 LG G7 씽큐를 삽입하면 스마트폰 소리가 작품 속 빈 공간을 울려 고급 스피커처럼 풍부한 사운드를 낸다. 전세계 관람객을 대상으로 공명할 수 있는 주변 사물을 활용해 풍성한 사운드를 구현하는 LG G7 씽큐의 붐박스 스피커의 장점을 알린



12일 모델이 서울 여의도에 위치한 LG트윈타워에서 붐박스 스피커 최우수 작품을 소개하고 있다. 나무 통판으로 만든 이 작품은 대형 카세트 오디오를 연상시키는 디자인으로 레트로 감성을 더했다. /LG전자

다는 취지다.

붐박스 부스터 제작 경진대회 붐 유어 사운드는 6월 15일부터 7월 23일까지 300여 응모작이 접수되며 네티즌의 호응을 받았다. 특히 톡톡 튀는 아이디어가 돋보이는 작품들이 주목을 받았다. ▲상자를 대각선으로 잘라놓은 듯한 비대칭 입체 모양 ▲위아래 접시를

맞물려 놓은 듯한 UFO 모양 ▲부피를 늘렸다 줄였다 할 수 있는 아코디언 모양 등 기발한 디자인 나왔다. 제작 동영상 900만을 넘는 조회수를 보였다.

심사위원인 수제 고급스피커제작자 한성재 장인은 “남녀노소 다양한 참가자들의 제작 솜씨뿐 아니라 영상미, 완성도까지 너무나 훌륭해서 심사를 하는 것이 어려웠다”는 심사 소감을 밝혔다.

LG G7 씽큐는 별도 스피커 없이도 스마트폰 자체에서 크고 선명한 사운드를 감상하려는 고객의 목소리를 담았다. 캠핑, 레포츠, 홈 파티 등 큰 음량으로 음악을 들을 때에도 스마트폰을 사용하는 경우가 늘고 있다는 점에 착안해 붐박스 스피커를 탑재했다. 여기에 음악에 맞춰 카메라 플래시가 반짝거리는 플래시 라이트, 음악이 플레이 될 때 손에 쥐고 흔들 때마다 진동 효과를 주는 흔들 때 진동 등 즐거움을 강조하는 재미 요소를 추가했다. /안병도 기자