

빅스비 생태계 확장 가속도 “2년 내 수십억 기기에 AI 탑재”

삼성 '빅스비 개발자데이'

'기기·언어·서비스'
세가지 확장성 제시
AI 등에 24.8조 투자



삼성전자 무선사업부 정의석 부사장이 '삼성 빅스비 개발자 데이'에서 기조연설을 진행하고 있다. /삼성전자

삼성전자가 '빅스비'를 삼성의 소프트웨어 비전으로 제시했다.

삼성전자는 20일 서울 영등대로 인터컨티넨탈 서울코엑스 코엑스에서 국내에선 처음으로 '빅스비 개발자 데이'를 열고 빅스비의 비전과 전략을 공유했다.

빅스비는 삼성전자의 인공지능(AI) 비서로 작년 3월 스마트폰 '갤럭시S8·8플러스'에 처음 적용됐다.

삼성전자 무선사업부 정의석 부사장은 기조연설에서 "삼성은 이미 대규모 투자를 통해 미래 계획을 구체적으로 실현 중이고 빅스비로 대표되는 기능이 미래 경쟁력이라고 확신한다"고 말했다. 이어 "2020년까지 삼성이 출시하는 모든 제품에 빅스비를 탑재할 계획"이라고 밝혔다.

삼성전자는 매년 5억대 가량의 제품을 판매하고 있는데 이런 흐름이 지속된다면 2020년에는 빅스비가 수십억개의 제품에서 동작하게 된다.

또 그는 "삼성은 AI, 5G 등에 2020년까지 220억달러(24조8000억원)를 투자할 예정"이라며 "이런 투자를 통해 보다 빠른 혁신적인 기술 개발과 상품화가 이뤄질 것으로 기대한다"고 말했다.

정 부사장은 삼성전자 무선사업부에서 빅스비의 개발을 이끌

어온 인물이다. 그에 따르면 '빅스비가 추구하는 미래'는 세 가지의 확장성을 통해 구현될 전망이다.

첫 번째는 '기기의 확장'이다. 스마트폰, 태블릿과 같은 모바일 기기에서 시작했지만 앞으로는 TV, 냉장고, 에어컨 등 삼성의 모든 기기에서 빅스비를 이용할 수 있게 된다. 다른 회사의 제품일지라도 빅스비를 탑재할 수 있도록 개방형 플랫폼으로 발전해나간다는 계획이다.

두 번째는 '언어의 확장'이다. 빅스비는 현재 한국어, 미국 영어, 중국 베이징어를 지원하는데 삼성은 몇 달 내로 영국 영어, 독일어, 프랑스어, 이탈리아어, 스페인어를 추가적으로 선보일 예정이다. 정 부사장은 "향후 개발자들이 특정 언어로 출시한 앱을 전 세계로 확장하는 데 도움 될 것"이라고 말했다.

세 번째는 '서비스의 확장'이다. 삼성은 개발자와 함께 성장하기 위해 사용하기 편한 개발 환경과 도구를 만들어 개발자에 제공함으로써 전문성과 창의성이 발휘되도록 꾸준히 지원할 예정이다.

삼성전자 무선사업부 이지수 상무는 "삼성이 빅스비에 전문화된 투자를 하고 세계 각국에 AI 센터를 건립하는 이유는 '인터랙션 패러다임'의 급격한 변화 때문"이라고 말했다. 이어 "지금은 기술의 변화를 알아차리기 어렵지만 20년 후 젊은 세대가 2018년 현재 사람들이 스마트폰을 다루는 영상을 보면 '과거 사람들은 이렇게 작은 화면을 보면서 손가락으로 일일이 터치하면서 살았구나'라고 생각할 것"이라며 "삼성은 AI 같은 새로운 도전과 기회를 바탕으로 혁신적 개발을 통해 편리한 세상을 만들어 나가겠다"는 뜻을 밝혔다.

삼성전자 비브랩스 최고기술책임자(CTO) 아담 사이어 상무는 "(빅스비와 같은) 인공지능 어시스턴트가 앞으로 웹이나 모바일만큼이나 중요해질 것"이라며 "지능형 어시스턴트 마켓은 아직도 젊고 미성숙한 새로운 아이디어와 혁신을 기다리고 있다"고 강조했다.

기조연설 후에는 다양한 강연과 체험 프로그램이 진행됐다. 기술·비즈니스 세션에서는 빅스비 개발자 도구 활용 방법, 빅스비 사용자 경험(UX) 설계, 개인화 서비스 구현 등 인공지능 플랫폼으로서 새로워진 빅스비의 차별화된 부분이 상세하게 논의됐으며 고플레이트, 벅스 등 파트너사들의 협업 사례 등도 공유됐다.

현장에 참석한 개발자들이 빅스비 개발 도구를 활용해 주어진 미션을 수행하면서 직접 개발 환경을 체험해 보는 코드랩 프로그램도 진행됐다.

/구서윤 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr



'삼성 빅스비 개발자데이'에 참석한 개발자들이 빅스비 코드 프로그램을 체험하고 있다. /구서윤 기자

KT, '5G 시대'도 협력사와 함께 걷는다

2018 파트너스 데이

KT가 중소협력사들과 함께 하는 5G 시대를 꿈꿨다.

KT는 20일 서울 덕계호텔에서 '2018년도 파트너스 데이'를 개최했다고 밝혔다.

파트너스 데이는 2014년부터 매년 열리는 KT와 협력사간 행사다. 협력사를 격려하고 협력사 우수 기술 전시를 통해, 신규 사업 아이템을 발굴하고 협업을 강

화하는 자리다.

특히 올해 KT는 협력사에 4차 산업혁명 시대를 함께하자는 의지를 강조했다.

5G 론칭이 열흘 앞으로 다가온 가운데, '투자방향 및 동반성장 추진계획'을 발표한 것. '임금격차 해소운동' 협약도 체결하면서 분위기를 돋웠다.

KT는 동반성장 추진 계획으로 3가지 방향을 제시했다. 5G 사업 초기부터 중소기업과 협력을 강화하고, 플랫폼을 전면 개방하

며, '글로벌 사업 협의체'를 통해 해외 진출을 돕는 등이다.

황창규 KT 회장은 "KT는 12월 1일 시작하는 5G 상용화 서비스를 대한민국 4차 산업혁명의 '결정적 기회'로 만들기 위해 다양한 노력을 기울이고 있다"며 "또한 중소 파트너사들과 적극적인 협업을 통해 국가 경쟁력을 높이고 국민들이 필요로 하는 '5G 서비스'를 지속적으로 선보이겠다"고 말했다.

/김재용 기자 juk@



현대모터스튜디오오양 1층에는 현대차의 주력 제품들이 전시돼 있다.

Q 르포 | 현대모터스튜디오오양 가보니

생산 과정부터 시승까지 현대차의 모든것 한곳에

자동차 생산과정 한 눈에
에어백 등 안전기술 체험
현대차 주력 라인업 전시



충돌테스트 마친 차량 모습. /정연우 기자

"20시간에 걸친 작업과 철저한 검증을 통해 한 대의 차량이 생산된다."

현대자동차 울산공장에서는 하루 5400대의 차량이 생산되고 있다. 충돌과 주행을 포함한 20가지 테스트를 진행한 끝에 한 대의 차량이 만들어진다. 그만큼 안전에 주의를 기울인다는 것.

현대모터스튜디오오양은 현대자동차의 공장 연구소를 옮겨놓은 것처럼 강판생산, 용접, 도장, 조립 등으로 이어지는 차량 제작의 전 과정을 재현하고 있다.

자동차 생산과정을 관람하며 용접을 담당하는 지능형 로봇에 눈길을 갔다. 사람 팔처럼 관절을 가진 기계가 능숙한 솜씨로 차체를 다루고 있었다. 자동차 생산에서 강판생산과 용접, 도장작업은 로봇이 담당하지만 조립과정은 세부 작업이 필요하기 때문에 사

람이 함께 참여한다.

현대모터스튜디오 안에서는 현대차가 생산한 에어백 작동과 정도 직접 보고 체험할 수 있었다. 전시장 벽에 걸린 에어백을 손으로 누르니 수축이 되고 손을 떼자 다시 팽창했다. 에어백이 터지는 시간은 약 0.03초다. 에어백은 운전자의 생명을 좌우하는 중요한 부품인 만큼 철저한 점검이 필요하다.

1층에 있는 전시장에서는 현대자동차가 특별히 채용한 자동차 전문가 '구루'가 관람객들에게 현대차의 주력 제품들을 고객들에게 설명하고 있었다. 제네시스 G70의 문을 열고 운전석에 앉으니 구루가 다가왔다.

그는 "G70은 시속 100km에 도달하는데 4.8초 밖에 걸리지 않을

정도로 국내에서 가장 빠른 차로 정평이 나 있다"며 차종의 특징에 대해 친절히 설명해 주었다.

4층에 있는 루프테라스 공간은 2~30대를 위한 문화, 예술 행사가 진행되고 있다. 자동차 생산 과정과 안전 기술을 체험할 수 있는 어린이 체험프로그램도 있다.

관람객들로부터 반응이 좋은 프로그램은 월드랠리챔피언십(WRC) 랠리를 4D로 즐기는 라이딩 체험이었다. 놀이기구를 타는 듯한 장치와 스크린을 통해 실감나게 상영되는 3D 영상이 WRC 랠리에 참가한 것 같은 느낌을 준다.

한편 현대모터스튜디오오양은 지난해 4월 정식 개관했다. 연면적 6만3861㎡로 지하 5층~지상 9층 규모다. 현재까지 누적 관람객은 26만명이다.

현대모터스튜디오오양은 다양한 연령대 고객들의 만족도를 충족하기 위해 어린이 투어 확장 프로그램, 중·고등학생 대상 직업 체험 투어, 테마 시승 등 맞춤형 프로그램을 계획하고 있다.

/정연우 기자 yw964@

사납금 없는 신개념 택시... '마카롱' 초읽기

KST모빌리티 12월 출시예정
월급제에 인센티브제도 운영



마카롱 택시.

국내 택시업계가 카카오 카풀 논란과 요금인상 등으로 여전히 뜨거운 감자다.

4차 산업혁명 시대에 맞춰 다양한 서비스가 새롭게 등장하고 있지만 기존 택시업체들의 반발에 부딪혀 진입하지 못하고 있다. 이런 상황에서 신개념의 혁신적인 택시 전문 브랜드가 서비스 출시를 앞두고 있어 업계 관심이 집중되고 있다. 택시 전문 브랜드 '마카롱 택시'다.

택시 기반의 스마트모빌리티 서비스를 제공하는 KST모빌리티(대표 이형열, 이하 KSTM)는 인공지능(AI)과 빅데이터 분석 기술을 기반으로 전문 드라이버와 예약 중심의 호출앱, 각종 부가서비스를 제공하는 '마카롱 택시'를 12월에 출시한다고 20일 밝혔다.

마카롱택시는 우선 양질의 고객

마카롱 택시 기사들의 급여체계는 월급제를 기반으로 한다. 여기에 이용자들의 서비스평가와 데이터 수집을 통해 기준을 충족할 경우 인센티브가 더해지는 방식이다.

KSTM 관계자는 "바쁘게 더 많은 손님을 태우지 못해도 안전하게 더 적은 운행을 하는 것이 사고율과 고객만족도 측면을 고려하면 오히려 더 높은 수익을 기대할 수 있다"면서 "운행품질 외에도 불필요한 말걸지 않기, 내비게이션대로만 운전하기, 좁은 골목길 앞에서 내려주지 않기 등 고객들의 크고 작은 불만들을 세심하게 해결해 낼 수 있을 것"이라고 밝혔다.

전기, 수소택시도 적극적으로 도입할 계획이다. 자율주행과 수요응답형 운송수단을 준비하는 완성차 업체와도 활발한 논의를 진행하면서 런던의 블랙캡과 같은 택시 전용모델까지 추진하고 있다.

/양성문 기자 ysw@