

LG전자, 자율주행 AI 산업확장 위해 전방위 협력

CES 2019

MS 클라우드 플랫폼 '에저' 활용 가상 비서 솔루션으로 편의 높여 첨단 운전 보조 시스템 등도 개발

LG전자가 마이크로소프트(MS)와 함께 인공지능 자율주행차 소프트웨어를 개발한다.

LG전자는 7일(현지시간) 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 MS와 이같은 내용으로 업무협약(MOU)을 체결했다고 9일 밝혔다.

개발에는 MS의 클라우드 플랫폼 '에저'가 활용된다. 인공지능 자율주행 소프트웨어가 운전자의 다양한 움직임과 차선 및 사람 등 전방 사물을 빠르게 학습할 수 있도록 해준다. 가상 비서 솔루션을 사용할 수 있어서 자율주행 소프트웨어 인포테인먼트 시스템 편의도 높여준다. 데이터박스 서비스를 통해서 많은 데이터를 클라우드로 빠르게 업로드해 소프



LG전자는 마이크로소프트와 함께 인공지능 자율주행차 소프트웨어를 개발하는 MOU를 맺었다. /LG전자

트웨어를 더 학습시키는 순환 구조를 가능케 한다.

아울러 LG전자와 MS는 다목적 전방 카메라와 운전자 모니터링 카메라 등을 기반으로 한 첨단 운전 보조 시스템도 함께 개발한다. 전방 사물과 운전자를 파악해 경고를 보내거나 차량을 제어하는 기능이다.

김진용 LG전자 VS사업본부장 부사장은 "LG전자의 뛰어난 자동차 부품 기술력에 최고의 경쟁력을 갖춘 MS의 클라우드 인프라를 적용해 자율주행시대를 앞당기

는 차세대 자동차 부품을 지속적으로 선보일 것"이라고 말했다.

산제이 라비 마이크로소프트 자동차 사업 부문장은 "LG전자와 마이크로소프트가 미래의 교통 서비스 구축에 힘을 합치게 되어 뜻깊다"며 "양사가 협력을 통해 자동차 기업들에게 차별화된 모빌리티 경험과 새로운 서비스 및 수익 창출 기회를 제공하는 것뿐만 아니라 보다 안전하고, 지능화되며 지속 가능한 자동차 개발을 지원할 수 있을 것이라 믿는다"고 전했다. /김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr

가전·모바일·車... AI 기술개발 위해 맞손

LG전자, 美 스타트업과 파트너십

LG전자가 미래 성장 동력인 인공지능 강화를 위해 미국 실리콘밸리의 인공지능 스타트업 랜딩에이아이(Landing.AI)와 전략적 파트너십을 맺었다.

LG전자와 랜딩에이아이는 현지시간 8일 미국 라스베이거스에서 LG전자 CTO(최고기술책임자) 박일평 사장, 랜딩에이아이 CEO 앤드류 응 등이 참석한 가운데 업무협약을 체결했다. 양사는 이번 협약을 기반으로 인공지능 관련한 다양한 기술개발 및 사업협력을 진행할 계획이다.

랜딩에이아이는 인공지능 분야 스타트업으로 앤드류 응은 구글의 인공지능 연구 조직인 구글브레인을 공동 설립해 음성인식 기술 개발을 주도했다. 또 중국 최대 인터넷 검색업체 바이두의 CTO를 맡아 인공지능 운영체제인 듀얼OS(운영체제)를



LG전자 CTO 박일평 사장(왼쪽)과 랜딩에이아이 CEO 앤드류 응이 협약식 후 기념촬영을 하고 있다. /LG전자

개발한 바 있다.

LG전자는 이번 랜딩에이아이와의 협약을 통해 고객을 이해하고 고객에게 더 나은 가치를 제공할 수 있는 인공지능 기술뿐 아니라 새로운 사업 발굴, 공동 사업 화까지 폭 넓은 분야에서 협업을 진행할 계획이다.

/라스베이거스(미국)=구서윤 기자 yuni2514@

CJ헬로

'VOD 유심 요금제'로 콘텐츠 시장 공략

CJ헬로는 '헬로 VOD USIM 요금제' 4종을 출시하고, 가입자들에게 매일 1만 5000원 상당의 '헬로tv 코인'을 지급한다고 9일 밝혔다. 헬로모바일은 이 요금제를 시작으로 '콘텐츠 융복합' 시장을 전방위적으로 확장해 나갈 계획이다.

'헬로tv 코인'은 최신 영화, 지상파와 CJ ENM 등 VOD콘텐츠의 결제수단이다. 유료방송의 '빅 콘텐츠몰'인 '헬로tv VOD'를 자유롭게 이용할 수 있다.

이번에 출시되는 요금제는 모두 네 종류로 500MB부터 6GB까지 다양하게 구성됐다. 음성 50분, 데이터 500MB가 제공되는 '헬로 VOD USIM 500MB'는 기본료가 1만5000원(부가세 포함)에 불과해 VOD를 이용하는 고객이라면 TV코인 혜택(1만5000원 상당)만으로 통신비를 무료 이용하는 효과를 볼 수 있다. 기존의 결합할인(10%)과도 중복 적용할 수



있다.

'헬로 VOD USIM 1.5GB(음성200분·문자200건·데이터1.5GB)'는 2만500원, '헬로 VOD USIM 3GB(음성200분·문자200건·데이터3GB)'는 2만7500원이며 '헬로 VOD USIM 6GB(음성180분·문자180건·데이터6GB)'도 3만8500원이면 이용할 수 있다. 제휴카드를 활용하면 월 1만7000원 상당의 추가 할인도 가능하다.

/김나인 기자 silkni@

'그린타운' 안착은 지자체 보조금이 관건

(베이징자동차그룹 중형 전기저상버스)

보조금 지급땀 1억원대 가격 판매

"운수업체와 시범운영 계획 중"

베이징자동차그룹(BAIC)이 선보이는 중형 전기저상버스 '그린타운'의 국내 시장 안착은 전기자동차 보조금이 결정지을 것으로 보인다. 베이징자동차그룹은 그린타운 외에도 전기승용차 EU5, SUV(스포츠유틸리티차량) EX5 및 EX3 등의 국내 출시를 계획 중인 것으로 알려졌다.

9일 베이징자동차그룹 한국 지사인 북경모터스에 따르면 국토교통부의 자기인 등 등록 절차를 마친 그린타운의 가격은 2억5000만원에 책정될 것으로 보인다. 전기차 보조금을 지급받으면 약 1억원대 중후반의 가격에 판매된다.

2019년 전기차 국고 보조금은 이달 중 환경부 전기차 공식 홈페이지에 공개될 예정이다. 각 지자체에서도 구매 보조금을 이달 중 공개할 계획을 갖고 있다. 인종까지 3~6개월 정도 시간이 걸릴 전망이다. 북경모터스가 국내 출시를 계획 중인 그린타운은 길이 8.5m(38인승)로 '마을버스' 시장을 타깃으로 삼고 있다. 1회 충전 시 200km를 주행한다(중국기준).

북경모터스 관계자는 "기존 전기차 보조금에다 오는 2020년 정부가 중형 저상



베이징 자동차 그룹 전기버스 '그린타운'

/연협뉴스

버스에도 국고보조금을 지급한다는 내용의 법률 개정안을 준비 중인 상황이기 때문에 국내 시장을 공략할 만하다"고 전했다.

그러나 보조금을 받는다고 해도 기존 마을버스에 비해 가격이 비싼 편이기 때문에 시범운행을 통해 전기차로서의 활용가치를 인정받겠다는 게 북경모터스 측의 설명이다.

북경모터스 관계자는 "운수업체와의 시범운행을 계획 중이다"라며 "환경적 요인뿐만 아니라 소음이 없고 승차감이 훌륭하다는 점 그리고 교통약자를 위한 저상차량이라는 부분에 차별성을 둘 예정"이라고 말했다.

북경모터스는 중형 전기 승용차 EU5

도 국내에 출시한다. EU5는 지난해 북경모터스에 공개된 차로 1회 충전 시 400~500km 주행이 가능하다. 중국에서는 지난 11월에 출시돼 3000대가 팔렸다. 이어서 국내 출시를 추진 중인 중형 전기 SUV(스포츠유틸리티차량) EX5와 EX3의 주행거리 역시 EU5와 동일한 수준이다.

한편 북경모터스는 우선 EU5를 택사와 렌트카 분야에 타깃으로 잡고 일반 소비자들을 대상으로 판매에 나선다는 계획이다.

북경모터스 관계자는 "앞으로 브랜드 이미지 향상에 총력을 기울일 예정"이라며 "점진적인 성장을 통해 국내 시장에 안착되게 할 계획"이라고 전했다.

/정연우 기자 yw964@



에몬스 김경수 회장(맨 오른쪽)이 12기 에몬스 장학생들에게 장학증서를 수여한 뒤 기념촬영을 하고 있다. /에몬스

에몬스 대학 장학생들에게 장학금 6500만원

에몬스가 올해에도 대학 장학금 등을 통해 꿈나무 키우기에 적극 나섰다. 에몬스는 12기 에몬스 장학생 14명을 선발해 총 6500만원의 장학금을 전달했다고 9일 밝혔다.

또 고등학생과 대학생 자녀를 둔 사내 임직원들에게도 총 4050만원의 장학금을 지급했다. 에몬스는 매년 1억원 상당의

사의·사내 장학금을 운영하고 있다. 올해로 벌써 12년째다.

장학회 외에 문화·예술 활동에 대한 지원인 '메세나'에도 적극 나서고 있다. 지난 2007년부터 '베세도 오페라단'과 결연한 것을 시작으로 올해까지 13년간 매년 '기업과 예술의 만남 결연식'을 진행해 오고 있다. /김승호 기자 bada@

CJ ENM 디지털커머스본부 소상공인·중소 상생 콘텐츠 제작 팔 걷어

CJ ENM 디지털커머스본부는 소상공인 및 중소기업 상생 콘텐츠 제작을 위해 협력한다고 9일 발표했다.

디지털커머스본부에는 1인 창작자 지원 사업 다이아 티비(DIA TV)와 V커머스(비디오커머스) 콘텐츠 제작소 다다(DADA) 스튜디오가 속해있다.

다이아 티비는 지난해 11월부터 위메프 및 소상공인협동조합과 협업해 새로운 형식의 판로 개척과 협동조합 제품의 인지도를 높이기 위해 오리지널 콘텐츠 '입덕하우스' 시리즈 5편을 제작했다. 다이아 티

비의 오리지널 콘텐츠 전문 브랜드 '스튜디오 다이아(DIA)'가 제작을 맡았다.

이번 협업에는 푸드 분야 파트너 크리에이터 입짧은햇님·소프·홍사운드·슈기·나도 등이 참여했다. 소상공인협동조합이 엄선한 15개 식품을 직접 조리하고 시식하는 모습을 담아 한 시간 동안 라이브로 선보였다. 방송에 소개된 우수 식품을 위메프 전용 페이지로 연결해 시청자들의 구매를 도왔다.

한편, 다다스튜디오도 지난해 9월부터 중소기업 지원에 적극 나서고 있다. 1월

안에 중소기업 발굴육성 프로젝트 '프로덕트(Product) 101 챌린지'에 도전한 32개 우수 중소기업의 홍보 콘텐츠 제작을 마무리한다는 계획이다.

김도한 CJ ENM 디지털커머스본부장은 "이번 콘텐츠 협업은 CJENM-창작자-중소기업으로 이어지는 삼각상생의 연장선에서 추진됐다"며 "다이아 티비와 다다 스튜디오의 맞춤형 콘텐츠가 소상공인 및 중소기업의 판로개척과 인지도 제고에 도움이 되길 바란다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@