

집안 미세먼지 걱정? 화력 두배 '삼성 인덕션'이 대안

삼성전자, 라인업 9종으로 확대
최대 출력, 경쟁사 비 2배 높아
국내시장 판매 규모 2배 늘릴 것

삼성전자 전기레인지 인덕션은 해외에서 더 유명하다. 2008년 유럽에 처음 출시 후 10여년 만에 인덕션 본고장 독일에서 ETM 선정 성능평가 1위를 차지했고, 미국에서도 2018년 진출 2년만에 점유율 2위를 기록했다.

올해에는 '고향'인 국내 시장 공략에 나선다. 올해 국내시장 규모가 100만대로 예상되는 상황이라 판매량을 2배 늘리고 1위를 차지한다는 계획이다.

삼성전자는 12일 서울 충무로 샘표 우리맛 공간에서 '2019년형 삼성 전기레인지 인덕션 쇼케이스'를 열었다. 올해 인덕션 라인업을 4종에서 9종으로 확장한 후



삼성 클럽셰프 코리아 강민구 셰프(왼쪽)와 삼성전자 양혜순 생활가전사업부 상무가 2019년형 삼성 전자 전기레인지 인덕션과 포즈를 취했다. /삼성전자

첫 행사다.

삼성전자가 국내 인덕션 시장에 주목하는 이유는 간단하다. 인덕션 시장이 빠르게 성장하고 있기 때문이다. 가스레인지

지 열 효율이 40%에 불과한 반면, 인덕션은 90%에 달해 여름철 실내 온도 관리에도 탁월하다는 설명이다. 미세먼지도 발생하지 않는다.

삼성전자가 내세운 인덕션 경쟁력은 우선 성능이다. 출력이 최대 6800W에서 7200W로, 국내에 출시된 경쟁 제품 대비 2배 이상 높다. 해외에서 호평받은 기술을 그대로 들여왔다.

화력은 15단계로 조절할 수 있다. 마그네틱 다이얼을 활용해 미세하게 조작이 가능하고, 탈부착이 가능해 청소도 간편하다.

다양한 용기를 필요에 따라 배치해 활용할 수도 있다. 화구 1개를 4개로 분할해 사용할 수 있는 '콰트로 플렉스존' 기능을 통해서다. 넓은 용기 하나나 작은 용기 여러개를 자유롭게 놓게 했다.

LED 가상 불꽃은 안전 사고를 방지한다. 전원이 켜져있는지 여부를 직관적으로 확인할 수 있게 만들었다.

이날 삼성전자와 삼성 클럽셰프 소속 강민구 셰프를 초청해 '셰프 컬렉션 인덕션 올플렉스' 제품을 활용한 쿠킹쇼도

진행했다. 강 셰프는 제품 화력이 높을 뿐 아니라, 콰트로 플렉스존으로 다양하게 활용할 수 있어 전문적인 요리 도구로 손색이 없다고 극찬했다.

단, 아직 음성 인식 등 IoT 기능은 탑재하지 못했다. 법적인 문제와 함께 안전 우려가 남아있기 때문이라고 삼성전자는 설명했다.

사업적으로는 B2B 시장 가능성을 높게 봤다. 최근 빌트인 가전이 각광받고 있는데 따른 분석이다. 렌탈 사업에 대해서는 아직 소극적인 태도를 보였다.

양혜순 삼성전자 생활가전사업부 상품전략팀 상무는 "최근 미세먼지 등 환경과 안전에 대한 우려로 전기레인지가 필수 가전으로 자리잡고 있다"며 "강력한 화력에 요리의 맛을 살려주는 다양한 기능까지 갖춘 인덕션 신제품으로 국내 시장을 본격적으로 확대해 나가겠다"고 말했다.

/김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr

공간활용 끝판왕... LG전자 '공조솔루션'

하프코 2019서 시스템 8개 소개
미세먼지 공기청정기능 강화도

LG전자가 '한국국제냉난방공조전(하프코) 2019'에 공간 맞춤형 공조 제품을 내놓는다.

LG전자는 12일부터 15일까지 일산 킨텍스에서 열리는 하프코 2019에 450㎡ 규모 전시관을 마련한다고 밝혔다.

LG전자 공조 장치 핵심은 공간에 따라 다양한 솔루션을 적용할 수 있다는 점이다. 아파트 등 대규모 주거 공간을 위한 멀티브이 에스, 에너지 절약에 위한 멀티브이 슈퍼5, 조용한 바닥상치형 환기시스템 등 8개가 선보여진다.

인공지능 스마트기류 살내기는 LG전자의 신제품이다. 천장형 살내기 조절장치를 8개로 늘린 듀얼베인에 스마트 기능을 적용했다. 공간온도센서로 균일한



LG전자는 하프코 2019에 공간적 특성을 반영한 맞춤형 공조 솔루션을 소개한다. /LG전자

냉방을 할 수 있을뿐 아니라, 정밀한 조작성을 바탕으로 6가지 바람모드를 제공한다.

공기 청정기능도 대폭 강화했다. 카세트 천정형 살내기는 PM 1.0 필터에 5단계 공기청정시스템을 탑재했다. 특히 교육 공간 솔루션은 최대 158㎡까지 정화할 수 있도록 만들어졌다. /김재용 기자

LGU+, 오피스텔 773세대에 IoT 서비스

더블유밸리 등 시행사와 협업
올해만 2만3000여세대 계약

LG유플러스는 더블유밸리와 손잡고 강원도 원주 혁신도시 내 '에이스 더블유밸리' 773세대에 사물인터넷(IoT) 서비스를 제공한다고 12일 밝혔다.

LG유플러스는 1월부터 새롭게 분양한 청라도시개발(1004세대), 풍산건설(464세대), 성주건설(144세대) 등을 포함해 국내 최대인 누적 72개 시행사와 협업하며 IoT 오피스텔 사업에 박차를 가하고 있다. 특히 올해 1·4분기 기준, LG유플러스의 IoT 오피스텔 총 계약 수는 2만 3000여 세대에 달한다.

IoT 오피스텔은 인공지능 플랫폼 네이버 클로바를 통해 음성명령으로 실내 IoT 기기들을 관리할 수 있는 것이 특징이다. 인공지능(AI) 스피커를 연동해 스위치, 플러그 등 홈IoT 기기들과 로봇청소기, 밥솥, 가습기 등 별도 구입하는 IoT 가전을 말 한마디로 이용할 수 있다.

개별 기기뿐만 아니라 "나 나갈게"라고 말하면 실내 모든 실내 조명 및 가전을 동시에 끌 수도 있다. /김나인 기자



모델이 청라도시개발의 '포스코ICT 포레인' 모델 하우스에서 LG유플러스의 IoT 서비스를 소개하고 있다. /LG유플러스

IoT@home 애플리케이션(앱)을 활용하면 원격에서 기기의 상태를 확인하고 조작할 수 있다. 이를 활용하면 조명과 가전 제품을 외부에서 미리 켜 놓는 것도 가능해 늦은 저녁에 혼자 귀가할 때도 유용하다고 회사 측은 설명했다.

IoT 오피스텔에는 AI리모콘이 함께 설치돼 IoT 기능을 지원하지 않는 TV, 에어컨 등 일반 가전 4종까지 동일하게 음성명령으로 사용할 수 있다.

한편, LG유플러스 IoT 솔루션을 도입하는 더블유밸리의 '에이스 더블유밸리'는 오는 14일부터 분양을 시작한다.

/김나인 기자

日 도쿄서 '갤럭시 1000대' 빛난다

삼성전자, 갤럭시 쇼케이스관 개관
갤럭시S10 등 기기 체험·구매 가능

삼성전자가 일본 스마트폰 시장을 적극 공략한다. 일본에선 처음으로 스마트폰을 체험하고 구매까지 할 수 있는 공간을 선보이면서다.

삼성전자는 12일 일본 도쿄에서 갤럭시 쇼케이스 '갤럭시 하라주쿠'를 개관했다. 갤럭시 하라주쿠는 삼성전자의 휴대폰 혁신 역사를 알리는 동시에, '갤럭시 S10' 등 최신 갤럭시 스마트폰과 다양한 웨어러블 기기의 체험과 구매를 돕는 공간이다.

삼성전자는 보통 스마트폰 신제품이 나오면 도쿄를 비롯한 일본 곳곳에서 한 시적으로 체험공간을 운영했지만, 지속적으로 소비자를 만날 수 있는 공간은 이번이 처음이다.

갤럭시 하라주쿠는 총 지상 6층·지하 1층 규모로 전 세계 갤럭시 쇼케이스 중 최

대 규모로 완성됐다.

1000개 이상의 갤럭시 스마트폰으로 꾸며진 건물 외관은 '부유하는 빛의 레이어'라는 콘셉트로 미래 비전을 보여준다. 하라주쿠는 일본의 대표적인 변화가로 '젊은이들의 거리'라고 불리는 만큼 삼성전자는 갤럭시 하라주쿠를 통해 일본의 젊은 층을 공략할 계획이다.

갤럭시 하라주쿠 쇼케이스 곳곳에서 갤럭시 최신 기술을 활용한다 다양한 인터랙티브 체험을 할 수 있으며, 이곳은 향후 다양한 문화 행사를 통해 삼성전자가 추구하는 다채롭고 새로운 모바일 경험을 소개하는 장소로 활용될 예정이다.

또한 일본내 통신사업자를 통해서만 제공되던 갤럭시 기기의 수리 서비스를 갤럭시 하라주쿠에서도 제공할 예정이다.

일본 스마트폰 시장은 애플의 아이폰이 점유율 50% 이상으로 1위를 차지하고

있는 반면 삼성의 점유율은 한 자릿수에 불과해 존재감이 미미한 곳이다.

삼성전자 관계자는 "갤럭시 하라주쿠는 몇 개월 운영하고 닫는 기존 체험공간과 차이가 있다"며 "체험뿐 아니라 구매와 서비스도 받을 수 있는 만큼 일본의 밀레니얼 세대를 적극 공략할 것"이라고 밝혔다.

한편 삼성전자는 이날 개관과 함께 2020 도쿄올림픽이 500일 앞으로 다가온 만큼 올림픽의 성공적인 개최를 기원하는 기념 행사도 진행했다. 행사에는 IOC 관계자와 여러 올림픽 파트너가 참석했다. /구서윤 기자 yuni2514@



갤럭시 하라주쿠 외관 /삼성전자

더블유밸리 등 시행사와 협업
올해만 2만3000여세대 계약

LG유플러스는 더블유밸리와 손잡고 강원도 원주 혁신도시 내 '에이스 더블유밸리' 773세대에 사물인터넷(IoT) 서비스를 제공한다고 12일 밝혔다.

LG유플러스는 1월부터 새롭게 분양한 청라도시개발(1004세대), 풍산건설(464세대), 성주건설(144세대) 등을 포함해 국내 최대인 누적 72개 시행사와 협업하며 IoT 오피스텔 사업에 박차를 가하고 있다. 특히 올해 1·4분기 기준, LG유플러스의 IoT 오피스텔 총 계약 수는 2만 3000여 세대에 달한다.

IoT 오피스텔은 인공지능 플랫폼 네이버 클로바를 통해 음성명령으로 실내 IoT 기기들을 관리할 수 있는 것이 특징이다. 인공지능(AI) 스피커를 연동해 스위치, 플러그 등 홈IoT 기기들과 로봇청소기, 밥솥, 가습기 등 별도 구입하는 IoT 가전을 말 한마디로 이용할 수 있다.

개별 기기뿐만 아니라 "나 나갈게"라고 말하면 실내 모든 실내 조명 및 가전을 동시에 끌 수도 있다. /김나인 기자



모델이 청라도시개발의 '포스코ICT 포레인' 모델 하우스에서 LG유플러스의 IoT 서비스를 소개하고 있다. /LG유플러스

IoT@home 애플리케이션(앱)을 활용하면 원격에서 기기의 상태를 확인하고 조작할 수 있다. 이를 활용하면 조명과 가전 제품을 외부에서 미리 켜 놓는 것도 가능해 늦은 저녁에 혼자 귀가할 때도 유용하다고 회사 측은 설명했다.

IoT 오피스텔에는 AI리모콘이 함께 설치돼 IoT 기능을 지원하지 않는 TV, 에어컨 등 일반 가전 4종까지 동일하게 음성명령으로 사용할 수 있다.

한편, LG유플러스 IoT 솔루션을 도입하는 더블유밸리의 '에이스 더블유밸리'는 오는 14일부터 분양을 시작한다.

/김나인 기자



모델들이 '플레이송스 홈' 출시 소식을 알리고 있다. /SK브로드밴드

"B tv로 뽀로로 보고 공부도 하고"

SKB, 'TV 홈스쿨링 시대' 개막
뽀로로 등 캐릭터 교육영상 판매

SK브로드밴드가 'TV 홈스쿨링 시대'를 연다. 교육에 투자를 아끼지 않는 베이비·키즈 가구를 정조준했다.

김혁 SK브로드밴드 세그먼트트라이

브장은 12일 오전 서울 중구 삼화타워에서 열린 기자간담회에서 "그간 뽀로로와 같은 캐릭터 중심의 유아 플랫폼 시장에서 벗어나 교육을 중시하는 고객 니즈를 충족시키기 위해 TV 홈스쿨링 서비스를 제공하겠다"고 밝혔다.

SK브로드밴드는 만 3세 이하 영유아

대상 홈스쿨링 프로그램인 '플레이송스 홈'을 선보였다.

플레이송스 홈은 미국 템플대 음악치료학 교수를 비롯한 세계적인 음악치료사들과 심리학 교수진 등 영재교육 전문가들이 개발과 자문에 참여했다. 언어, 창의력, 오감을 아우르는 800여가지 융합놀이를 활용해 발달 단계에 맞는 도전과제를 해결하고, 통제능력을 키우는 커리큘럼으로 구성됐다.

플레이송스 홈은 생후 12개월부터 36개월 전후까지 6개월씩 총 5단계로 학습월령을 구분해 단계별로 주문형비디오(VOD) 24편, 사운드 워크북 및 놀이키트 6종 등 교구재, 도서 세트 등을 제공한다. 각 단계별 판매가는 월 3만8500원(이하부가세 포함, 6개월 23만1000원)으로 B tv를 통해 구매할 수 있다.

인기 캐릭터인 뽀로로와 타요가 등장하는 '뽀로로TV 놀이교실'도 B tv에서 먼저 선보인다. 누리과정 기반으로 월별 새로운 12개의 교육영상과 3종 교구재 세트가 매월 집으로 배송된다. /김나인 기자 silkni@