

차안에서 집안 온도조절하고, 집에서 차 시동 끄고

이통사, 車↔집 양방향 연결... 커넥티드카 공략 가시화

SKT·KT, 자동차 업계와 손잡고 K7프리미어에 카투홈·홈투카 탑재 이달말부터 다른차종도 확대 적용

SK텔레콤, KT 등 이통통신사가 스마트폰을 넘어 자동차까지 서비스 영역을 넓히고 있다. 향후 5세대(5G) 이통통신 시대에는 자동차가 주요 플랫폼으로 부상할 것으로 전망되기 때문이다. 이에 따라 이통사들은 자동차 안에서 집안의 기기를 제어하거나 집안에서 자동차의 시동을 끄고 켜는 서비스 개발에 경쟁적으로 나서고 있다.

24일 SK텔레콤은 이날부터 판매되는 기아자동차 K7 프리미어 차량에 홈 IoT 전자기기를 자동차에서 원격 제어하는 '카투홈' 서비스와 집에서 자동차를 제어할 수 있는 '홈투카' 서비스를 탑재한다고 밝혔다.

카투홈은 SK텔레콤 스마트홈 시스템과 기아자동차 커넥티드카 서비스 유보(UVO)를 연동했다. 이를 통해 집이나 사무실의 스마트플러그, 가스차단



모델들이 카투홈 서비스를 선보이고 있다.

기, 조명, 에어컨, 보일러 등의 홈 IoT 기기를 원격으로 제어한다.

이 서비스는 유보 앱에서 SK텔레콤 스마트홈 계정을 연결하면 쓸 수 있다. 이를 통해 SK텔레콤 스마트홈과 차량이 연동된다. 기존 스마트폰 앱에 연결돼 있는 홈 IoT 기기 목록을 불러온 후 차량의 내비게이션 화면을 터치하거나 음성명령으로 집에 있는 IoT기기를 제어할 수 있다.

반대로 집에서 자동차의 기능을 원격으로 끄고 켤 수 있는 '홈투카' 서비스도 선보인다. 집이나 사무실에 있는 인

공지능(AI) 스피커 '누구'에게 음성명령을 내리면 자동차의 시동, 문잠금, 경적, 비상등, 온도 조절 등을 원격으로 제어할 수 있다.

홈투카 서비스는 이미 기아차 K3, 스포티지와 현대차 투싼 등에 제공되고 있다. K7 출시에 맞춰 블루링크와 유보 서비스가 적용돼 있는 현대기아차 대부분의 차종에서 사용할 수 있도록 서비스를 확대할 예정이다.

앞서 KT도 기아자동차 K7프리미어에 카투홈 서비스를 탑재한다고 밝힌 바 있다. KT의 '기가지니' 홈 IoT 서비



/각사

스를 이용하는 운전자는 차량 내비게이션의 '카투홈' 메뉴를 선택한 후 기가지니 계정로그인하면 서비스를 이용할 수 있다.

KT는 카투홈 서비스 외에도 다양한 커넥티드카 서비스를 현대기아차와 함께 제공할 계획이다. 카투홈 서비스는 내비게이션 업데이트를 통해 기존 차량에서도 이용할 수 있게 확대할 방침이다.

지난해 기아 스포티지 더 볼드, 현대 투싼 모델에 최초 탑재해 출시한 홈투카 서비스 또한 이달 말부터 확대 적용할 예정이다. 현대기아차의 커넥티드카

서비스 블루링크, 유보 서비스가 적용된 현대 쏘나타, 그랜저, 쉐리세이드 등 14종, 기아 K9, 쏘타페, 카니발 등 11종이 대상이다.

더 크게는 미래 신산업동력인 커넥티드카 시장 확대에 전념할 방침이다.

커넥티드 카는 정보통신기술과 자동차를 '연결' 시킨 것을 뜻한다. 구글, 애플 등 글로벌 정보기술(IT) 기업은 이미 차량용 운영체제(OS) 구축 등을 통해 커넥티드카 산업에 뛰어들었다.

글로벌 시장조사 기관 IHS마킷에 따르면 글로벌 커넥티드카 판매량은 지난 2015년에 2400만대 규모에서 2023년에는 7250만대까지 증가할 것으로 전망된다.

SK텔레콤은 지난해 6월 'T맵X누구' 서비스에 음성으로 스마트홈 기기를 제어하는 카투홈 기능을 처음 선보인 이후 최근 T맵 주차서비스를 시작한 데 이어 완성차의 커넥티드카 서비스에 카투홈 및 홈투카 서비스를 기본 탑재해 '연결'을 확대하겠다는 방침이다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

LG 세탁기, 유럽서 최고 성능 재증명

꽃 잡지사, 佛 가전유통채널 기본성능부터 편의성 등 호평

LG전자 세탁기가 유럽에서 다시 한 번 성능을 인정받았다.

24일 LG전자에 따르면 영국 소비자 잡지 위치는 최근 LG 드림세탁기 12kg 제품(FH4G1BCS2)에 89점을 부여하고 '지금껏 테스트한 세탁기 중 최고'라고 평가했다.

위치는 세탁과 행균, 탈수 등 기본성능뿐 아니라 저소음, 사용 편의성과 스마트 기능까지 탁월하다고 봤다. 이에 따라 LG전자 세탁기는 3년 연속 1위를 지켰다.

프랑스 가전유통채널 프낙 다르티도 LG전자를 애프터서비스 지표 세탁기 부문 공동 1위에 올렸다. 프랑스 환경에너



프랑스 프락 다르티 매장에 전시된 LG전자 세탁기. /LG전자

지관리청(ADEME)와 함께 조사했다.

LG전자 세탁기는 지난해 조사에서도 톱3에 선정된 바 있다. 애프터서비스 사례와 구매 고객 피드백, 부품 공급 가능성 등을 종합한 결과다. 특히 LG전자 세탁기는 구매 후 2년간 고장률이 가장 낮았다.

/김재용 기자 juk@

LG, 서비스 엔지니어 근무질 개선 박차

신규차량 추가공급, 장비보강 한창

LG전자가 서비스 엔지니어를 위해 근무 환경 개선 작업을 진행 중이라고 24일 밝혔다.

우선 LG전자는 이달 말까지 신규차량을 2000여대 추가로 공급할 예정이다. 관련 교육도 이어간다. 안전하고 편리하게 차량을 이용할 수 있도록 하기 위함이다.

장비 보강 작업도 한창이다. 안전모와 안전화, 보안경 등 개인 보호구와 위험물 보관함, 안전 펜스 등을 최신 제품으로 교체 중이다. 안전 전담 조직을 신설하고 안전기준 준수 모니터링도 강화했다.



LG전자가 서비스 엔지니어 근무 환경을 개선하면서 질을 높이기 위해 다양한 제도를 도입 중이다. /LG전자

앞서 LG전자는 지난달 2단 세탁기와 대형 TV 등 지정 품목에 '2인 1조 서비스'를 도입했다. 작업을 안전하면서 더 빠르게 할 수 있는 제도다. 향후 품목을 더 확대할 계획이다.

/김재용 기자

제네시스, 호주에 해외 첫 '브랜드 체험관'

제네시스 브랜드·G70·G80 론칭 프리미엄 자동차 시장 공략 강화

현대자동차의 고급차 브랜드 제네시스가 해외 첫 전용 브랜드 체험관을 오픈하고 글로벌 판매 확대에 힘을 싣는다.

제네시스는 24일(현지시간) 호주에서 제네시스 브랜드와 중형 스포츠 세단 G70, 대형 세단 G80의 론칭을 알린다. 또 호주 시드니의 럭셔리 브랜드 밀집 지역인 '피트 스트리트 몰'에 해외 첫 제네시스 전용 브랜드 체험관인 '제네시스 시드니 스튜디오'를 개관할 예정이다.

제네시스 시드니 스튜디오는 2016년 국내에서 처음으로 선보인 제네시스 브랜드 체험 공간처럼 차량 판매를 비롯해 각종 전시물, 고객 체험 콘텐츠 등을 제공한다.

제네시스가 해외 브랜드 체험관을 호주에 처음 설치하는 것은 프리미엄 자동차 시장의 성장 가능성 때문이다.



제네시스 G70.

호주의 지난해 자동차 판매량은 110만대 수준이지만, 프리미엄 자동차는 11만6000여대로 약 10%를 차지한다. 호주는 1인당 국민소득이 세계 10위권이며, 인구의 주력 구성원이 구매력이 높은 20~50대가 차지한다.

호주 시장에 진출한 제네시스는 내년에는 멜버른과 브리즈번에도 제네시스 스튜디오를 열고 프리미엄차 시장 공략을 강화할 방침이다.

이는 글로벌 시장에서 제네시스 브랜드 인지도 상승을 판매로 이어가기 위함이다. 제네시스 브랜드 3개 차종의 글로벌 판매(공장판매 기준)는 2016년 5만8916대, 2017년 7만8889대, 지난해 8만5381대 등으로 매년 큰 폭으로 늘었다.

올해도 역대 가장 일찍 연간 판매 3만대를 넘어섰으며 1~5월 판매는 3만7493대로 지난해 같은 기간보다 14.4% 늘었다.

/양성운 기자 ysw@

'고성능N'의 즐거움, 짜릿한 메가스톰과 만나다

(캐리비안베이 인기 슬라이드)

현대차-캐리비안베이 공동마케팅 8월 18일까지 'N 브랜드 존' 운영

현대자동차의 고성능 브랜드 N과 워터파크 캐리비안베이가 함께 신개념 공동 마케팅을 진행한다.

현대차는 캐리비안베이와 이달 28일부터 8월 18일까지 여름 성수기 동안 캐리비안베이의 최고 인기 슬라이드 '메가스톰'을 현대차 고성능 브랜드 N을 체험할 수 있는 'N 블루서킷 인 캐리비

안베이'로 꾸며 고객들에게 색다른 재미를 선사할 계획이라고 24일 밝혔다.

올 여름 성수기 기간에 현대차 고성능 브랜드 N의 브랜드존으로 운영되는 메가스톰은 빠른 스피드와 짜릿한 코너링의 레이싱 콘셉트 슬라이드로 캐리비안베이 내에서도 최고 인기 어트랙션이다.

현대차는 고성능 브랜드 N과 캐리비안베이 메가스톰이 즐거움과 짜릿한 경험을 전달한다는 공통된 콘셉트를 기반으로 이번 연계 마케팅을 기획했다고

설명했다. 메가스톰에 마련되는 'N 블루서킷'은 캐리비안베이 방문 고객들이 자연스럽게 N 브랜드를 체험할 수 있는 다양한 콘텐츠로 구성된다.

우선 현대차는 벨로스터 N 실제 차량을 여름철 분위기에 맞게 분수 형태의 조형물로 제작한 '벨로스터 N 전시존'을 마련했다. 슬라이드 탑승을 대기하는 동안 피약별을 피할 수 있는 'N 선셰이드(Sunshade)존'과 'N 파라솔'도 운영된다.

/양성운 기자