

첫 화면에 단 하나의 광고만... 네이버·카카오, 승부수

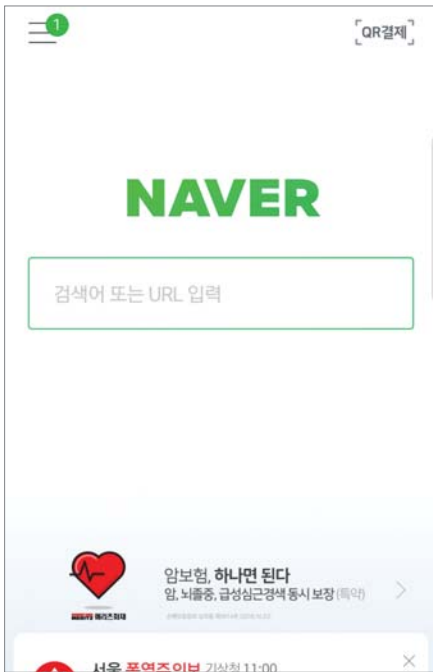
네이버, 모바일 앱 첫화면에 노출 스페셜DA 단가 평균 30% 인상
오후 6~9시 광고비 5800만원

카카오, 카톡 채팅방 최상단 노출
2개월간 CBT 진행 결과 만족
비즈보드 최고 단가 20억 달해

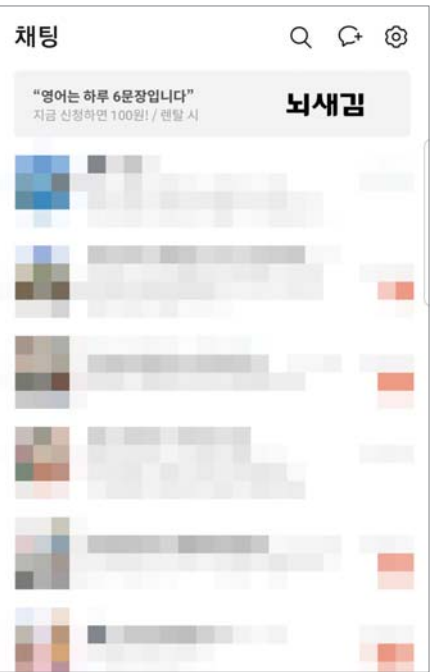
국내 양대 정보기술(IT) 기업 네이버와 카카오가 자사의 대표 플랫폼을 기반으로 광고 상품을 확대하며 수익화에 나서고 있다.

4일 관련 업계에 따르면 네이버는 모바일 앱 첫화면에서 검색창 아래로 하나의 광고를 노출하고 있다. 네이버에 따르면 모바일 네이버가 첫 등장한 2009년 35만명이었던 월간 이용자수는 현재 매일 3000만명에 이른다. 현재는 전체 방문자의 74%가 첫화면에 검색창과 광고 등을 보여주는 '새로운 네이버'를 이용하고 있다. 첫 화면에는 하나의 광고만 들어가기 때문에 사용자의 주목도가 높을 수밖에 없다.

막강한 방문자수를 바탕으로 네이버는 모바일 첫 화면에 노출하면 배너광



모바일 네이버 앱 첫 화면에 노출되는 광고 모습(왼쪽)과 카카오가 카카오톡에서 새롭게 선보인 광고서비스 '카카오톡 비즈보드'.



/구세윤 기자

고 '스페셜DA' 단가를 이달부터 평균 30% 인상했다. 스페셜DA는 모바일 첫 화면과 뉴스판에 노출하는 광고로, 3시간 단위로 단가가 책정된다. 가장 비싼 시간대는 오후 6~9시로 이 시간대의 광고비는 4500만원에서 1300만원 오른 5800만원이다. 다른 시간대의 광고단가도 200만~1400만원 인상됐다.

첫 화면 광고 외에 네이버는 쇼핑을 성장동력으로 잡고 쇼핑 광고 확장에도 주력하는 모습이다. 네이버는 모바일 첫 화면 개편에서도 쇼핑을 뉴스와 동등한 위치에 놓는 등 커머스 영역을 강화했다. 첫 화면에서 오른쪽으로 넘기면 나오는 웨스트 랩에서 패션, 뷰티 아이템 등 다양한 쇼핑몰이 나열된다. 네

이버는 사이트 검색광고, 쇼핑검색광고, 콘텐츠검색광고, 브랜드검색 등 다양한 광고 상품을 보유하고 있다.

올해 1분기 네이버 쇼핑에 입점한 스마트스토어 수도 26만개로 전년 동기 대비 30% 늘었다. 스마트스토어 1곳당 거래액도 꾸준히 증가하는 추세다. 지난 1분기 실적에서도 커머스의 성장 가능성을 입증했다. 비즈니스 플랫폼 사업은 쇼핑 검색 광고와 검색형 상품 확대에 따라 전년 동기 대비 12.9%, 전 분기 대비 1.6% 증가한 6693억원을 기록했다.

카카오는 카카오톡을 이용한 광고에 집중하는 모습이다. 2010년 3월 서비스를 시작한 카카오톡 이용자는 현재 4300만명을 넘어 국민 메신저로 불리기도 한다. 카카오가 카카오톡에서 새롭게 선보인 광고서비스 '카카오톡 비즈보드(이하 톡보드)'에 대해 자신하는 이유다.

톡보드는 모든 카카오톡 사용자의 채팅방 목록 최상단에 광고를 노출하는 방식이다. 지난 2개월간 한정된 파트너를 대상으로 클로드 베타 테스트를(CBT) 진행한 결과, 내부적으로 만족할만한 성과를 얻은 것으로 알려졌다. 시범 테스트 기간 중 비즈보드 최고 단가는 20억원에 달했다. 노출 확정형으로 최

대 30일간 4억회 노출을 보장한다. 올해 3분기 중에는 오픈 베타테스트(OBT)로 전환해 광고주를 늘린다는 목표다.

이종원 카카오 사업전략팀장은 "톡보드가 기존 광고대비 효과가 좋기 때문에 지난 2분기 기업설명회(IR)에서 밝힌 매출 50% 향상이라는 목표는 충분히 달성 가능하다"며 "정식 오픈 후 성과에 대한 기대감으로 두근두근한 상태"라고 말했다.

톡보드 광고상품은 보장형과 CPC(클릭당 과금)형으로 나뉜다. 보장형은 20억·5억·2억원으로 나뉘며 노출 횟수를 보장한다. 가장 비싼 20억 상품은 최대 30일의 집행 기간과 4억회의 배너 노출을 보장한다. CPC형 광고는 클릭 회수에 따라 과금하는 방식으로 최소 200원에서 시작해 입찰 방식으로 가격을 정한다.

이에 따라 톡보드를 통해 카카오가 본격적인 수익 창출을 이룰 것이라는 전망이 우세하다. NH투자증권 연구원은 "카카오톡의 4400만 MAU와 트래픽을 활용한 광고 매출이 3분기부터 발생하면서 수익성 개선의 신호탄이 될 것"이라고 내다봤다.

/구세윤 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr

삼성 '비스포크 냉장고' 해외서도 호평

美 패스트컴퍼니 등 주요매체
"가장 아름다운 냉장고" 극찬

삼성전자 비스포크 냉장고가 해외에서도 뜨거운 반응을 확인했다.

4일 업계에 따르면 비스포크 냉장고는 최근 미국 경제지 패스트컴퍼니에서 '세상에서 가장 아름다운 냉장고'라는 제목 기사로 다뤄졌다.

패스트컴퍼니는 비스포크 냉장고를 기존 관념을 탈피한 제품이라며, 추상화 작가 피에트 몬드리안이 디자인한 장식장 같아 보인다고 극찬했다.

리뷰 전문매체 리뷰닷컴도 비스포크 냉장고를 기능적인 동시에 아름답다고 소개했다.

디자인 매체 AD도 비스포크 냉장고가 한국과 미국 트렌드에도 부합하는 제품이라며 의미를 부여했다.

중남미 주요 매체들도 지난 3일 서울 강남 '프로젝트 프리즘' 쇼룸을 방문해 비스포크 냉장고를 체험하고 호평을 이



삼성전자 비스포크 냉장고가 해외에서도 호평을 받고 있다. 중남미 주요 매체가 국내에 프로젝트 프리즘을 방문한 모습. /삼성전자

어갔다.

앞서 삼성전자는 지난 2월 라스베이거스에서 열린 KBIS와 4월 밀라노 가구 박람회에서도 비공개 부스에서 비스포크 냉장고를 선보여 좋은 평가를 받은 바 있다. 다양한 조합이 가능하고 도어 패널이 간편하며, 키친핏 디자인이면서도 빌트인보다 큰 용량이 높은 점수를 받았다.

/김재용 기자 juk@

ESS·태양광발전, 빅데이터로 효율 높인다

SK(주) C&C

현대일렉트릭 발전분석 플랫폼 추진

퍼블릭 클라우드 기반의 빅데이터 분석 서비스를 활용한 'ESS(에너지저장장치)·태양광 발전 혁신 플랫폼'이 나온다.

SK(주) C&C는 '아큐인사이트 플러스 퍼블릭 서비스'와 연계한 '현대일렉트릭 ESS·태양광 발전 빅데이터 분석 플랫폼 구축' 사업을 진행한다고 4일 밝혔다.

이번 사업은 현대일렉트릭이 구축·운영 중인 72곳의 ESS 연계형 태양광 발전소에서 쏟아지는 방대한 발전 설비 및 기상 데이터 등을 기반으로 안정적인 태양광 발전 환경을 확보하면서도 발전 수익을 늘리기 위해 추진됐다.

이를 위해 SK(주) C&C와 현대일렉트릭은 태양광 발전 수익성을 높이기 위한 '태양광 발전량 분석·예측 시스템'을 구축한다.

현대일렉트릭의 프라이빗 클라우드에 수집된 발전 설비 관련 데이터와 기상·환경 정보를 아큐인사이트 플러스 퍼블릭 서비스로 가져와 현지 발전소에 맞는 최적의 '태양광 발전량 데이터 분석·예측 모델'을 만들어낸다.

예측 결과를 현대일렉트릭의 IoT(사물인터넷) 플랫폼 '인티그릭'에 연계해 ESS 충·방전 운영 효율성도 높인다는 계획이다.

태양광 발전은 일조시간과 발전시간 뿐만 아니라 계절에 따라 봄·가을에 가장 발전량이 높고 여름에는 높은 온도로 인해 효율이 떨어져 수요와 공급에 따른 판매 수익에 큰 차이가 나타난다. 태양광 발전량 분석·예측 시스템을 활용하면 계절, 날씨, 시간 등에 따라 발전량을 실시간 분석하고 예측해 발전소와 연계된 ESS의 출력을 최적으로 제어할 수 있어 발전 수익을 극대화할 수 있을 것으로 기대된다.

SK(주) C&C는 ESS의 배터리 온도는 물론 전압, 온습도, 전력계측 정보 등 ESS의 성능과 안전에 영향을 줄 수 있는 다양한 인자를 실시간 분석하는 '헬스 인덱스(건전지표)'도 개발한다.

ESS 운전 데이터를 바탕으로 과거 사고·이상 유형과 유형별 원인 인자를 분석해 이상징후를 확인한다. 예를 들어 충·방전시 발생하는 온도, 전압 등의 이상 현상을 감지할 경우 전류를 빠르게 차단하고 폭발·화재의 위험을 예방할 수 있도록 도와준다.

현대일렉트릭은 아큐인사이트 플러스 퍼블릭 서비스 연계를 통해 태양광 발전 빅데이터 분석 플랫폼 개발 및 적용에 들어가는 시간과 비용을 최소화하면서도 IT 코딩이나 전문적인 빅데이터 지식이 없이도 현장에서 언제든 믿고 바로 적용 가능한 서비스가 확보될 것으로 기대하고 있다.

/구세윤 기자

LS산전, PCS신제품 국내 첫 인증 취득

태양광 연계 ESS사업 집중공략

LS산전이 에너지저장장치(ESS) 기술력을 다시 한 번 증명해냈다.

LS산전은 최근 750kW, 1.5MW급 전력 변환장치(PCS) 신제품이 한국스마트그리드협회 ESS용 PCS 인증 에디션 3.0을 취득했다고 4일 밝혔다. 국내 최초다.

신제품 PCS는 국내 태양광 연계 ESS 발전 시장을 겨냥해 만들어졌다. 개

발 단계에서부터 기준을 강화해 인증을 통과할 수 있었다.

LS산전은 신제품과 함께 500kW급 PCS를 PEBB로 병렬 연결하는 '모듈러 스케일러블 PCS'도 개발해 제품 라인업을 총 12종으로 확대했다.

LS산전은 신제품과 기술력, 발전소 구축 노하우 등을 기반으로 국내외 태양광 연계 ESS 사업을 집중 공략한다는 방침이다.

/김재용 기자

KT, 한국토지주택공과 스마트홈 구축

KT는 한국토지주택공사와 2019년도 분양주택 스마트홈 플랫폼 연동 및 통합앱 구축을 위한 사업 협약을 체결했다고 4일 밝혔다.

이날 경기도 성남시 분당구 LH 경기지역본부에서 진행된 협약식에는 KT 마케팅부문장 이필재 부사장, LH 김한섭 공공주택본부장 등 양사 관계자들이 참석했다.

양사는 LH가 2019년에 공급 혹은 준공하는 약 2만1000세대에 KT의 인공

지능 스마트홈 서비스를 적용할 계획이다.

우선 올해 10월 준공 예정인 시흥은계 B1블록을 시작으로 LH 입주민들에게 KT 인공지능 서비스와 아파트 단지 특화 서비스를 본격 적용해 나갈 예정이다.

입주민들은 스마트폰 애플리케이션(앱)을 통해 거실 조명 제어, 난방 등 세대 내 빌트인 기기를 제어하고 공지사항 조회, 주민투표 등 커뮤니티 특화 서



4일 경기도 성남시 분당구 LH 경기지역본부에서 진행된 협약식에서 KT 마케팅부문장 이필재(오른쪽) 부사장, LH 김한섭 공공주택본부장이 기념촬영을 하고 있다. /KT

비스 등을 이용할 수 있다.

/김나인기자 silkni@