

“AR·VR로 가상피팅”... 안경·주얼리 언택트구매 ‘쑥쑥’

언택트 확산으로 온라인 피팅 주목
인공지능 기반 AR·VR서비스 강화
‘안경 AR·VR’ 딥아이, 판매 2배 ↑
주얼리 피팅, 최적의 제품 추천도

코로나19로 인한 ‘언택트’ 트렌드로 안경테·선글라스, 주얼리 등의 온라인 구입이 크게 증가하면서 온라인 가상피팅 인공지능(AI) 기반 AR·VR(증강·가상현실) 서비스가 속속 주목받고 있다.

AI 안경·선글라스 AR·VR 서비스 기업인 딥아이는 코로나19 이후 가상피팅 안경·선글라스 쇼핑몰 ‘라운즈’ 판매량이 2배 이상 증가하는 성과를 거뒀다. 또 글라스매치·딥픽셀 등은 최근 안경이나 주얼리를 가상피팅하는 서비스를 시작하거나 확대했으며, AI 3D 가상피팅 솔루션 공급업체인 블루프린트랩은 안경 가상피팅 솔루션을 미국·유럽 등 기업에 공급한 데 이어 메이크업, 성형 등 분야로 확대할 계획이다.

안경알은 온라인에서 구입할 수 없는 한계 등으로 안경테·선글라스는 전통적인 오프라인 판매 방식이 우세해 온라인 판매로 확산되기 어려웠지만, 최근 코로



딥아이의 가상피팅 안경쇼핑몰 ‘라운즈’.

나19로 사람과 대면 접촉을 기피하면서 온라인으로 안경테 등을 가상피팅해보고 구입하는 소비자들이 크게 늘고 있다.

특히 코로나19 이후에도 ‘언택트’가 대세가 될 것으로 전망되면서 주얼리, 메이크업 등으로 AI+AR·VR 도 적용 분야가 확대되고 있다.

이스트소프트의 자회사인 딥아이는 지난 3월과 4월 ‘라운즈’ 판매량이 1월 대비 2배 이상 증가했다. 4월 말 기준 라운즈의 월 매출액은 1월 대비 월 134% 증가해 234%로 늘었으며, 월 판매량이 1월 대비 123% 증가하고, 매출액도 91% 늘었는데 4월에 들어서면서 증

가폭이 더 커졌다. 특히 신규 방문자 매출 비중은 전체에서 항상 50% 내외였지만, 최근 신규 방문자 매출 비중이 처음 전체의 70%를 넘어섰다.

딥아이 관계자는 “1분기 국내 산업 전반이 코로나19 확산으로 어려움을 겪었음에도 ‘언택트’ 서비스에 대한 사회적 관심이 집중되며, 안경·선글라스 가상피팅 서비스가 주목을 받았다”며 “그 결과, ‘1분기’ 라운즈’ 매출이 전년 동기 대비 56.8%나 성장하는 성과를 거뒀다”고 설명했다.

눈사람이노베이션의 안경 가상 피팅 서비스 글라스매치도 AI 안경 추천 기능과 앱 원스톱 쇼핑 기능을 도입해 AI

서비스를 더욱 강화하고 있다. 글라스매치는 현재 4만 이용자를 보유하고 있다.

AI 추천 기능은 기존 가상 피팅 서비스를 고도화한 것으로, 한 번의 촬영으로 이용자 얼굴을 상세 분석하고 가장 잘 어울리는 안경 및 선글라스 제품을 추천하는 기능이다. 이용자 얼굴형에 어울리는 제품을 추천하고 비슷한 얼굴형의 이용자가 확인한 제품 5개를 소개한다. 쇼핑 기능도 앱에서 가상 피팅한 제품을 오프라인 매장 방문 없이 스마트폰으로도 간편하게 구매할 수 있도록 업그레이드 해, 제품 추천과 가상 피팅, 사진 촬영, 쇼핑까지 앱에서 원스톱으로 제공한다. 글라스매치는 또 자사 앱을 활용해 가맹점 홍보를 할 파트너사로 참여할 안경 가맹점도 모집 중이다.

딥픽셀이 AI 기반 주얼리 가상 피팅 솔루션 ‘스타일AR’을 최근 출시했다. 온라인상에서 주얼리를 구입하기 전에 가상 착용해볼 수 있는 서비스로, 여러 제품을 착용하며 자신의 얼굴형·피부톤에 잘 어울리는지, 사이즈는 어떤 지가 능할 수 있다. 또 상품 추천으로 자신에게 어울리는 제품 추천도 해준다.

특히 주얼리는 제품 특성상 귀, 손가락 등의 신체부위를 정밀하게 인식해야

하는데, 단일 카메라로 신체나 사물 윤곽선을 정밀 인식·추적하는 기술을 자체 개발, 머리카락이나 얼굴에 가려진 귀의 위치를 정확하게 계산해 더욱 실감나는 가상 피팅 환경을 제공한다. AI 컴퓨터 비전 분야의 기술력을 갖춘 딥픽셀은 베타 서비스를 통해 최대 온라인 주얼리 쇼핑몰 수천수를 비롯해 여러 쇼핑몰업체를 고객사로 확보했다.

블루프린트랩은 지난 3월 영국 슈퍼카 브랜드 맥라렌, 프랑스 안경업체 라미와 AI 얼굴데이터 분석 기술 및 가상 피팅 솔루션 공급 계약을 갱신했으며 미국, 유럽에서 파트너사도 모집 중이다. 이들 기업은 현지에서 3D 안경 가상 피팅 서비스를 제공하고 있다.

블루프린트랩 관계자는 “최근 가상 메이크업 서비스를 위해 화장품 회사에서 솔루션 제공에 대한 요구가 늘고 있고, 성형외과에서도 성형 후 얼굴을 가상으로 보여주는 솔루션 문의가 많다”며 “앞으로 패션, 성형 등 다양한 분야로 영역을 확대해 기존 솔루션 대비 10배 이상 정확도를 보여주는 3차원 얼굴인식 및 가상피팅 솔루션을 제공할 계획”이라고 말했다.

/채윤정 AI 전문기자 echo@metroseoul.co.kr

‘몽땅 적자’ 최악의 성적표 항공업계, 2분기가 더 문제

아시아나 등 7곳 5686억 손실
이스타항공, 완전자본잠식 빠져

증권업계 “2분기 손실 확대 사실
상황 지속면 매출 30분의 1 수준”

올해 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)의 직격탄을 맞은 항공업계가 결국 대규모 적자를 피하지 못했다.

17일 업계에 따르면 국적 항공사들이 최근 올해 1분기 경영실적을 잇따라 발표한 가운데, 지난 1월 국내에 코로나19 첫 확진자가 발생하고 이후 팬데믹(세계적 대유행)이 선언되는 등 국내외 하늘길이 막혀 전례없는 최악의 성적표를 받아들었다.

항공업계 ‘큰형님’으로 꼽히는 대한항공도 영업이익 -566억원으로 전년 동기(2384억원) 대비 적자전환했고, 매출도 지난해 1분기 3조415억원보다 22.7% 감소한 2조3523억원을 기록했다.

아시아나항공은 적자만 2082억원으로 7개 국적 항공사(에어서울, 플라이강원 제외) 가운데 가장 큰 영업손실을 나타냈다. 비상장사인 에어서울과 플라이강원은 분기 실적을 공개하지 않았다. 다만 아시아나항공의 자회사로 일부 실적을 발표한 에어서울은 이번 분기 매출 391억원으로 전년 동기 대비 47% 감소하고, 당기순손실은 257억원으로 지난해 당기순이익 82억원 대비 적자전환했다.

LCC(저비용항공사) 업계 1위인 제주항공도 올해 1분기 657억원의 영업손



실로 전년 동기(영업이익 570억원) 대비 적자전환했고, 매출도 2292억원으로 지난해 3929억원보다 41.7% 줄었다. 또한 다른 저비용항공사들도 ▲진에어 -313억원 ▲티웨이항공 -223억원 ▲이스타항공 -359억원 ▲에어부산 -385억원으로 모두 적자를 기록했다.

7개 항공사 도합 적자만 5686억원을 나타낸 것이다. 손실 규모를 발표하지 않은 에어서울과 플라이강원의 적자까지 더하면 약 6000억원에 달할 것으로 분석된다.

문제는 이번 분기에 대규모 적자를 기록한 데 이어 2분기 경영실적은 더 악화할 것으로 전망된다. 금융정보업체 에프앤가이드에 따르면 국적 항공사 중 상장사의 2분기 영업이익은 각각 ▲대한항공 -2420억원 ▲제주항공 -843억원 ▲티웨이항공 -506억원일 것으로 추정된다.

매출도 ▲대한항공 2조590억원(-34%) ▲제주항공 1108억원(-64.6%) ▲티웨이항공 1028억원(-43.5%) 등 전년 동기 대비 대폭 감소할 것으로 예상된다.

증권업계 한 관계자는 “2분기에 입국 금지 상태가 4월처럼 계속 이어지면 국제 여객 매출은 10분의 1 또는 30분의 1 정도 날 것이다. 그럼 기본적으로 고정비용이 절반이거나 그보다 더 많은 편이기 때문에 고정비 이상의 손실이 날 것”이라며 “그래서 여객 사업에 많이 치중돼 있는 항공사는 1분기보다 2분기에 손실이 더 확대되는 게 사실이다”고 말했다.

아울러 일부 항공사들은 이미 자본잠식이 진행되고 있어 코로나19 사태가 장기화될 경우 파산 등의 위험도 배제할 수 없는 상황이다. 자본잠식이란 적자로 인해 기업이 원래 갖고 있던 자기자본이 줄어드는 현상을 말한다.

아시아나항공과 에어부산은 현재 각각 자본잠식률이 81%, 11%로 부분자본잠식 상태이며, 이스타항공은 자본총계가 -1042억원으로 완전자본잠식에 이르렀다. 이스타항공의 경우, 자본이 모두 소멸되고 자기자본이 마이너스로 접어들었다는 의미다.

/김수지 기자 sjkim2935@

삼표그룹 ‘초고강도 콘크리트’ 활용 확대

모양·색상·질감 등 활용폭 넓혀

삼표그룹이 초고강도 콘크리트(UHPC) 활용 확대를 위한 기술 개발에 앞장서고 있다.

삼표는 그동안 50층 이상 초고층 건축물·교량 등 토목 구조물에만 제한적으로 이용됐던 UHPC의 사용처를 3차원(3D) 프린팅 기술을 활용한 비정형 구조물·건축용 PC(사전제작형 콘크리트) 마감재 등까지 넓혀나갈 계획이라고 17일 밝혔다.

UHPC는 일반 콘크리트보다 강도가 최대 10배 강하고 유동성은 크다. 이런 특성 덕분에 일반 콘크리트보다 적게 사용해도 높은 하중을 잘 견딜 수 있어 구조물의 경량화가 가능하다. 또 철근을 쓰지 않고도 다양한 형태를 연출할 수 있는데다 원하는 색상, 질감 등 표현도 가능해 인테리어 측면에서도 활용도가 크다.

이때문에 해외에선 창의적인 건물 디



UHPC를 활용한 비정형 건축 구조물 /삼표그룹

자인을 연출하기 위한 외장재, 야외용 벤치·테이블 등 아웃도어 퍼니처 등 실생활에서도 UHPC를 이용하고 있다. 하지만 국내에선 UHPC의 쓰임새가 제한적이었다.

이에 따라 삼표는 UHPC의 활용 가능성을 높게 보고 상용화를 위한 연구 개발에 역량을 집중해 소속 삼표기술연구소가 지난달 현대엔지니어링과 ‘UHPC를 재료로 한 비정형 건축물 건설기술’을 공동개발, 실물 크기의 구조물을 시공해 기술력을 검증 받았다.

/김승호 기자 bada@

코웨이 가정의달 맞이 매트리스 할인 프로모션

코웨이는 5월 가정의 달을 맞아 ‘매트리스 할인 프로모션’을 진행한다. 17일 밝혔다.

매트리스와 프레임을 포함한 코웨이 침대패키지 전 제품을 대상으로 하는 프로모션은 침대패키지를 렌탈하는 신규 고객에게 월 렌탈료 10% 할인 혜택을 제공한다.

최근 인기를 끌고 있는 모션베드와 패밀리 침대에 대한 일시불 할인 프로모션도 진행한다. 코웨이 모션베드 프

레임과 컴팩트 메모리폼 매트리스를 묶어 일시불로 구매하거나 저상형 패밀리 침대 프레임을 일시불로 구매할 경우 10% 싸게 살 수 있다.

코웨이 매트리스는 렌탈 시 4개월에 한 번씩 위생 전문가인 홈케어 닥터가 방문해 전문 장비로 7단계의 매트리스 케어 서비스를 제공한다. 또한, 렌탈 기간 내 1~3회 매트리스 탑퍼를 무상으로 교체해줘 고객들로부터 인기를 얻고 있다.

/김승호 기자