

한전, 디지털 전력 생태계 ‘착착’ 허브팝 플랫폼, ‘클라우드’ 인증

공공기관 최초 확인서 취득
AI 기술 산업 전반에 확장하고
전력 빅데이터 등 구축 계획

한국전력공사가 허브팝(HUB-PoP) 플랫폼 활용으로 디지털변환 추진을 가속화한다.

한국전력은 1일 자사의 프라이빗 클라우드 서비스인 허브팝이 정보통신산업진흥원에서 주관하는 클라우드컴퓨팅서비스의 품질·성능 검증을 통과했다고 밝혔다.

허브팝 플랫폼은 전력 어플리케이션의 개발 및 서비스 운영, 빅데이터 분석에 활용하기 위해 한전이 구축 중인 클라우드 기반의 디지털 플랫폼이다. 허브팝 플랫폼은 2017년 개발에 착수해, 올해 말까지 한전의 디지털변환 추진에 필요한 모든 기능을 구축하는 것을 목표로 하고 있다.



한국전력공사. /뉴시스

한전은 지난해 허브팝의 클라우드 기능을 완성해, 사내 직원들에게 서비스를 제공하고 있으며 연구개발, 업무 시스템 개발에 활용하고 있다. 또한 전력 빅데이터를 사용한 각종 분석 프로젝트, AI 기술을 적용한 다양한 솔루션

개발, 업무 지능화 등 사내 모든 업무에 활용을 확대하고 있다.

이번에 한전이 통과한 클라우드컴퓨팅서비스 품질·성능 검증은 NIPA(정보통신산업진흥원)가 총괄하고, 한국클라우드산업협회와 한국정보통신기술협회가 품질과 성능을 엄격한 기준에 따라 심사·평가해 확인서를 발급하는 제도로서 한전은 공공기관으로는 최초로 확인서를 취득했다.

아울러 한전은 현재 허브팝 플랫폼을 기반으로 지능형 디지털 발전소(IDPP) 기술을 전력그룹사와 협력해 개발하고 있다. 향후 허브팝 플랫폼을 중심으로 전력 빅데이터를 구축하고 인공지능 기술을 전력산업 전반에 확산할 계획이다. 또한 이를 토대로 새싹기업 발굴, 중소기업 성장 지원 등 디지털 전력 산업 생태계 조성에도 기여할 것으로 전망된다.

/김수지 기자 sjkim2935@metroseoul.co.kr

중소·중견기업 해외 M&A 전략부터 과정까지 총망라

코트라, 성공사례집 발간

KOTRA(코트라)가 2일 해외 M&A 지원사업 성공사례집 ‘중소·중견기업, 해외 M&A에서 길을 찾다(사진)’를 발간한다. 이 사례집은 온라인으로도 내려받을 수 있다.

코트라는 국내 중소·중견기업이 외국기업을 인수하는 ‘아웃바운드 M&A’의 모든 과정을 직접 지원하고 있다. 해외 피인수기업 발굴, 실사·가격 협상, 딜 클로징 등을 뒷받침하며 2013년부터 지난해까지 성사된 계약은 55건이다.

해외 M&A는 첨단기술, 영업망 등 핵심 역량을 단시간에 확보해 글로벌 경쟁력을 높일 수 있는 효율적인 방법이다. 그동안 중소·중견기업은 매출정보, 노후가 부족하고 절차가 복잡해 M&A에 부담을 느끼는 경우가 많았다.

코트라는 우리 중소·중견기업이 실제 적용할 수 있는 모델과 전략을 제시하기 위해 55개 성약 프로젝트를 분석



했다. 유형·전략·성과를 정리해 우수사례 10개를 선정했다. 이번 사례집에는 M&A 추진동기, 진행과정, 인수 후 운영

실태 등 다양한 정보가 담겼다.

M&A 추진동기는 해외 영업망 확보가 전체 38%로 가장 많았고 원천기술 확보(27%), 해외 생산거점 확보(22%), 신사업 발굴(13%)이 뒤를 이었다. 또 성약건 중 90%가 중소·중견기업으로 건당 평균금액은 166억원으로 나타났다.

중소·중견기업이 M&A를 전략적 수단으로 활용한 사례도 실렸다.

김주철 코트라 투자M&A팀장은 “이번 사례집이 앞으로 우리 중소·중견기업의 M&A 길라잡이가 될 것으로 기대한다”고 말했다. /양성운 기자 ysw@

시몬스 안정호 대표, 연봉 반납... 전직원에 재난지원금

30만원씩 지급... “함께 극복할 것”

시몬스의 안정호 대표(사진)가 직원 450여 명에게 재난지원금 30만원씩을 지급한다.

시몬스는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 얼어붙은 경기를 극복해나가기 위해 임직원들에게 재난지원금을 나눠주기로 했다고 1일 밝혔다.

특히 회사 차원에서의 재난지원금 지급을 위해 안정호 대표 자신이 연봉을 반납한 것으로 전해졌다.



재난지원금 조성을 결정하게 됐다”며 “힘든 시기일수록 국민의 한 사람으로서, 또 기업인으로서 본업에 충실해 현재 처해있는 국가적 재난 상황을 함께 극복하기 위해 힘쓸 것”이라고 밝혔다.

안대표는 “코로나 19 사태 속에서도 곳곳에 각자의 자리를 지켜준 임직원 모두에게 감사의 마음을 표하기 위해 이번

한편, 시몬스는 주 52시간 시행에 맞춰 임직원들의 일과 삶의 균형을 위해 매주 금요일 오전 근무를 실시하고 있다. 또 지난해에는 130명 이상의 신규 인력을 채용한 바 있다. 이런 노력을 인정받아 고용노동부가 선정하는 ‘2019 청년친화 강소기업’으로 뽑히기도 했다.

아울러 지난 3월에는 코로나19 확산으로 인해 타격을 입고 있는 대리점주 및 위탁판매대행자를 위해 총 10억원 규모의 유통점 지원책을 실시하기도 했다. /김승호 기자 bada@

청호나이스 임영웅 모델 기념 ‘경품 평평’ 이벤트

청호나이스는 6월 한 달 간 신규 고객이나 타사 제품에서 청호나이스 정수기로 교체하는 고객을 대상으로 ‘영웅 대박 357 페스티벌’을 진행한다고 1일 밝혔다.

미스터트롯 진 출신인 임영웅을 모델로 발탁한 것을 기념해 진행되는 이벤트는 렌탈료 할인 및 경품 추첨 등 푸짐한 혜택이 제공된다. 행사 제품은 ‘청호 살균얼음정수기 세니타’를 포함해 다가오는 여름을 대비할 수 있는 얼음정수기 10종이 해당된다.

‘청호 살균얼음정수기 세니타’는 현재 TV 광고 온에어 제품으로 임영웅이 직접 부른 CM송 ‘내가 지켜줄게요’가 유튜브에서 10일만에 150만 뷰를 달성하며 큰 화제가 되기도 했다.



‘영웅 대박 357 페스티벌’ 참여 고객은 30만원 렌탈료 할인 또는 최대 5개월 렌탈료 면제 중 한 가를 선택할 수 있으며 총 777명을 추첨해 경품을 증정한다. 경품으로는 ‘청호 윌워이즈 공기청정기’ 스페셜 에디션, 임영웅 미니배너, 임영웅 포토카드 5종 세트가 각각 7명, 70명, 700명에게 주어진다. /김승호 기자

협업툴 플로우, 유료 고객사 1000곳 돌파

차별화된 제품력, 신속 응대 등 주요

업무용 협업툴 ‘플로우(flow)2’ 개발사인 마드라스체크는 플로우 서비스를 유료로 시작한 지 2년 만에 유료 도입 고객사 기업이 1000개를 돌파했다고 27일 밝혔다.

플로우는 2016년 출시 이후 매년 300%가 넘는 성장률을 보이고 있다. 회사측이 성공 요인을 분석해 본 결과,

경쟁사 대비 ‘차별화된 제품력’과 ‘신속한 고객 응대’가 경쟁력이다.

대부분 협업툴이 채팅 기능의 메신저만 제공하는 반면, 플로우는 ‘메신저’에 ‘프로젝트 협업’ 기능을 한 곳에 담은 올인원 기능을 심플하지만 임팩트 있게 제공하고 서비스형 소프트웨어(SaaS) 방식 서비스를 제공하고 있다.

플로우는 ‘실시간 상담 채널’을 운영해 2시간 내 신속한 응대를 지원하며,

매 월 2회씩 정기적으로 진행되는 오프라인 교육에서 ‘플로우 활용법’을 무상으로 교육하고 있다.

대표적인 고객사로는 현대·기아자동차, 현대모비스, JTBC, 중앙일보, 메가박스 등이 있으며, 최근 현대모비스, S-OIL, BGF리테일, 이랜드 리테일 등에서 추가로 플로우를 전사로 도입했다. ‘현대모비스’는 올 3월 전사의 80%까지 플로우 도입을 확대하면서 HR조직도, SAP 인사평가시스템, 이메일과의 연동으로 내부 협업 프로세스를 고도화했다. /채윤정 AI 전문기자 echo@

중견기업 지원사업 정보 한 눈에

중견련-산업부, 가이드북 발간

한국중견기업연합회는 ‘2020년도 중견기업 지원사업 가이드북’을 내놨다고 1일 밝혔다.

산업통상자원부와 공동 발간한 ‘가이드북’에는 금융·고용·수출·기술 등 다섯 개 분야의 140개 중견기업 지원

사업이 담겼다.

특히 코로나19로 심각한 경영 애로를 겪고 있는 많은 중견기업을 위해 ‘코로나19 특별 지원 사업’을 중점적으로 정리했다.

코로나19 특별 지원 사업에는 ▲한내라 대한민국 특별운영자금 ▲피해기업 긴급 금융 지원 등 중견기업의 유동성

위기를 해소하기 위한 금융 지원 사업을 포함해 코로나19 극복을 위한 28개의 고용, 수출 지원 사업이 망라됐다.

산업부, 고용노동부 등 정부 부처 및 유관 기관이 제공하는 금융, 고용, 수출, 기술 등 분야별 일반 지원 사업은 총 112개로 ‘중견기업 핵심인재 육성 아카데미’, ‘온라인 기술문제 해결 플랫폼’ 등 중견련이 수행하는 다양한 지원 프로젝트도 확인할 수 있다.

/김승호 기자



코웨이 “공청기 필터 맞춤 선택하세요”

코웨이는 6월부터 효과적인 실내공기질 관리를 위해 거주 환경에 맞춰 고객이 공기청정기 필터를 직접 선택할 수 있도록 ‘에어매칭필터 서비스’를 강화한다고 1일 밝혔다.

코웨이 공기청정기 에어매칭필터 서비스는 고객 거주 환경이나 계절에 따라 실내공기 오염원이 다르다는 점에 착안해 공기청정기가 각 가정에 맞춰 더욱 강력한 청정 성능을 발휘할 수 있도록 맞춤형 필터를 제공하는 것이다.

코웨이는 에어매칭필터가 탑재된 공기청정기를 대상으로 앞서 계절에 따라 맞춤형 필터를 제공하던 방식에서 고객이 직접 필터를 선택할 수 있도록 했다

에어매칭필터 신청은 서비스 전문가인 코디가 제공하는 관리 서비스 완료 후 제공되는 알림톡 내 ‘다음 방문 시

에어매칭 필터 직접 선택하기’를 클릭해 원하는 필터를 선택하면 다음 관리 서비스에 해당 필터로 교체 서비스를 제공받게 된다. 카카오톡 사용이 어려운 고객은 코디 방문 시 신청하면 다음 방문 시 교체 가능하다. 에어매칭필터는 두 달마다 교체할 수 있다.

코웨이 공기청정기 에어매칭필터는 이중탈취필터, 매연필터, 미세먼지집중필터, 새집필터로 구성된다. 제품 모델에 따라 적용되는 필터는 다르다.

/김승호 기자