

친환경 타고 달리는 전동킥보드… 지역·협업 모두 늘린다

이산화탄소 배출량 車 1~2% 불과
씽씽, 킥보드 올해 3만대까지 확대
지구터, 서울 대신 지방 먼저 공략

공유 전동킥보드 업체들이 기기 수를 늘리고, 서비스 지역을 넓히면서 사업을 공격적으로 확장하고 있다. 회사 및 대학교와의 MOU도 활발하게 체결하는 등 전동킥보드를 친환경 교통수단으로 강조하는 모습이다. 올해 전동킥보드 업계는 전동킥보드의 대중화를 위해 적극적으로 나설 것으로 보인다.

17일 업계에 따르면 씽씽은 올해 전동킥보드를 3만대까지 늘릴 계획이다. 2019년 5월 시장에 진출한 씽씽은 서비스 출시 1년 6개월 만에 서울, 수도권을 포함해 6대 광역시에 진출했다. 현재도 추가 지역 확장을 위해 운영 사업자를 상시 모집 중이다.

씽씽과 업체 1위를 다투는 지구터는 전동킥보드 시장이 포화상태인 서울 대신 지방을 먼저 공략하는 전략을 택해 이용자를 빠르게 늘리고 있다. 빅데이터 분석 플랫폼 모바일인덱스에 따



시민들에게 전동킥보드 탑승 방법을 안내하고 있다.



빔모빌리티 전동킥보드.

대학생 전용 요금제와 특별 이벤트 등 다양한 상품 개발과 마케팅에 나설 예정이다. 더 나아가 네이버 길 찾기, 네이버 예약 등 온라인과 오프라인을 연결하는 방안도 모색한다.

공유 전동킥보드 이용자는 늘고 있다. 씽씽에 따르면 지난해 월평균 대여 건수가 2019년 대비 약 40배 증가했다. 또 앱 다운로드 후, 가입으로 이어진 고객은 전체의 60%에 달했다. 또한 지난해 국내 공유킥보드 이용자수는 월평균 17% 이상 성장했으며, 특히 4분기 기준으로는 전년 동기보다 5.1배 늘었다.

늘어나는 전동킥보드 속에서 안전 규정이 미비하다는 지적도 나온다. 지난해 전동킥보드 관련해 도로교통법이 두차례나 개정됐지만 전동킥보드 이용자가 빠르게 증가하는 상황 속 안전을 보장하지 못한다는 비판이다. 업계 관계자는 “주차구역 지정, 속도 제한, 안전모 필수 착용 등 안전에 대한 교육이 필요하다”며 “업체에서 자체적으로 올바른 주차와 안전 캠페인을 진행하는 등 노력을 하고 있다”고 말했다.

/구서윤 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr

/라임코리아

/빔모빌리티

르면 지난해 12월 28일부터 이달 14일 까지 월간 이용자수(MAU) 1위는 지구터, 2위는 씽씽이다. 킥고잉, 알파카, 빔모빌리티, 라임, 디어가 3위 자리를 다투고 있다.

라임코리아는 연말까지 전동킥보드를 3만대까지 늘릴 계획이다. 현재 라임은 1만 6000여 대의 전동킥보드를 운영 중이다. 라임은 전동킥보드를 늘리는 동시에 올해 1분기까지 수원, 김포, 고양, 대구 등으로 서비스를 확장하고 이후 창원, 청주, 전주, 여수, 제주 등에 진출해 전국 5개 지역 19개 도시에서 서비스를 제공한다는 목표다.

라임코리아 권호경 지사장은 “지난 해가 국내 공유 전동킥보드의 본격 도입과 확산 기간이었다면, 올해는 공유 모빌리티 관련 정책과 실제 서비스가 균형을 이루며 보다 성숙한 성장을 이루는 해가 될 것”이라고 전망했다.

빔모빌리티는 최근 부산과 울산 지역에 진출한다고 밝혔다. 빔모빌리티 역시 전동킥보드가 친환경 교통수단임을 강조하고 있다. 빔모빌리티 관계자는 “이산화탄소 배출량이 자동차의 1~2%에 불과한 전동킥보드의 진출이 친환경 교통수단과 탄소중립에 관심이 많은 부산과 울산시의 녹색 인프라 성

장에 도움이 될 것”이라고 말했다.

영남권 대학들과의 협업 기회도 늘린다. 빔모빌리티는 지난달 한양대학교 일반대학원 총학생회와 한양대학교 서울캠퍼스 내 공유 전동킥보드 운영에 대한 업무제휴협약(MOU)을 맺었다. 국내 대학 캠퍼스 내에서의 건강한 공유 전동킥보드 문화 정착에 앞장선다는 계획이다.

킥고잉은 최근 네이버와 MOU를 맺었다. 우선 네이버 본인인증과 모바일 운전면허증 인증 서비스를 도입할 계획이다. 뿐만 아니라 킥고잉 이용자의 70%가 MZ세대인 만큼 젊은 층을 위해

기아, 진화한 'K8' 공개… 새 엠블럼 적용

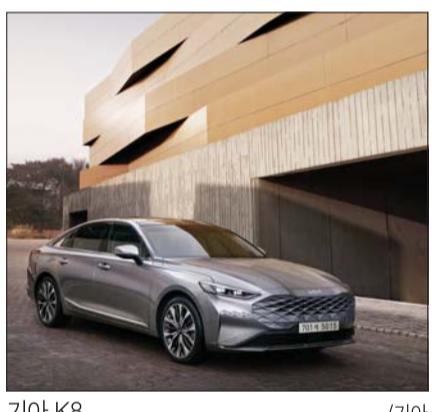
브랜드 최초 알루미늄 소재 엠블럼 전장 사이즈, 더욱 커진 5.015mm

기아가 K8을 내놓고 모빌리티 기업으로의 여정을 시작한다. 기아는 17일 K8을 공개했다. 사명을 기아로 바꾼 후 첫 모델이다.

K8은 K7 후속 모델이다. K7이 2009년 '디자인 기아' 대표 모델로 출시돼 누적 50만대 이상 판매되면서 시장 입지를 강화해왔던 상황, 혁신 이미지를 계승하면서 기아 브랜드 정수를 담아 새로운 모델명을 K8로 확정했다.

K8은 디자인과 크기, 상품성 등 모든 면에서 K7보다 한 단계 진화한 준대형 차로 개발됐다. 전장도 5.015mm로 늘렸다.

우선 디자인은 기아의 새로운 정체성



기아 K8.

/기아

을 반영해 요소간 대비와 조화를 골고루 표현했다. 전면부에는 브랜드 최초 알루미늄 소재 신규 엠블럼을 적용하며 기아의 첫번째 모델임을 알리며, 테두리 없는 범퍼 일체형 라디에이터 그릴과 '스타 클라우드 라이팅' 등 요소들이 고급감을 배가한다.

측면부는 고급요트에서 영감을 받은 유선형으로 디자인됐고, 긴 후드와 짧은 전방 오버행, 트렁크 끝까지 이어지는 루프라인으로 쿠페에서 볼 수 있는 비율도 구현했다. 도어 하단부 크롬 장식은 리어램프로 상승하며 창문 하단부 일직선 장식과 대비를 이뤘다.

후면부는 안정감을 토대로 강인하고 미래지향적인 이미지를 표현했다. 좌우 리어램프와 이를 잇는 리어램프 클러스터가 넓은 차체 폭을 강조하고, 리어 스포일러와 기아 엠블럼, K8라고 등이 강조되며 안정감을 더한다.

기아 관계자는 “새로운 차명 K8에 걸맞은 실내 공간, 주행 성능, 첨단 주행 보조 기술 등을 향후 순차적으로 공개 할 예정”이라고 말했다.

/김재웅 기자 juk@

기아, 베테랑 영업맨 '영업이사 직급' 임명

영업이사 제도 신규 도입

기아가 영업이사를 직급을 신설한다.

기아는 17일 첫 영업이사로 대치갤러리지점 박광주 영업부장과 망우지점 정송주 영업부장을 임명했다고 밝혔다.

박 이사는 1994년 입사해 누적 1만 2800대 이상을 판매하며 20년 연속 전국 판매 상위 10명에 오른 베테랑이다. 정 이사는 1994년 생산직으로 입사해 1999년 영업직으로 전환, 15년 연속 판매왕에 등극하는 등 7000여대 누적 판매를 기록한 입지전적 인물이다.

영업이사는 영업직과 일반직 대상 사

내강사로 활동하며 오랜 영업 현장 경험을 임직원들에 전달하며 영업현장 이해도를 높여주는 역할을 하게 된다.

기아는 영업직에 비전을 제시하고 동기를 부여하기 위해 영업이사 제도를 신규 도입했다고 설명했다.

기아 관계자는 “영업 현장에서의 자긍심 고취 및 비전 제시를 위해 영업이사 제도를 신설했다”며, “기아는 새로운 브랜드 지향점과 전략을 바탕으로 고객의 라이프 스타일을 고려한 맞춤형 판매 서비스와 다양한 프로모션 이벤트를 실시해 고객 만족도를 극대화하겠다”고 말했다.

/김재웅 기자

SKT '5G 옵션4' 백서 발간

SK텔레콤이 5G 차세대 규격을 담은 백서를 발간하며 글로벌 5G 진화를 위한 기술 개발 선점에 나선다.

SKT는 독일의 도이치텔레콤, 영국의 BT 등 글로벌 통신기업과 함께 운영 중인 'NGMN 얼라이언스(Alliance)'를 통해 5G 차세대 규격인 '5G 옵션(O ption)4' 백서를 발간했다고 17일 밝혔다. NGMN 얼라이언스는 2006년 도이치텔레콤 등 글로벌 이동통신사 등이 조직한 표준화 단체로, 모바일 네트워크 표준 가이드를 만들어 장비 개발사에 제공하고 있다.

/김나인 기자

SK에너지, '울산CLX' 디지털전환 성공

약 1000만건 이상 설비 관리 데이터

SK에너지가 차세대 설비관리 시스템 구축을 통해 울산CLX를 디지털 전환하며 일 하는 방식의 효율성을 제고한다.

SK에너지는 SK이노베이션 울산Complex(울산CLX)가 약 1000만건 이상의 설비 관리 데이터를 디지털로 전환하는데 성공했다고 17일 밝혔다. 이에 따라 세계 최대 규모를 자랑하는 석유화학 단지의 친환경 역량 및 효율성 제고 측면에서 혁신적인 변화가 예상된다.

울산CLX는 약 250만평의 부지에 약 60만 기의 공정 설비가 서로 견고하게 맞물려 가동 중이다. 또한 설비 관련 데이터도 방대한 양이 복잡하게 얹혀있어 이를 한눈에 파악하기 어려운 상황이다. 그동안 특정 설비의 과거 이력을 찾기 위해서는 시스템과 문서를 개별적으

로 찾아야 했고, 설비의 정비 이력과 운영 노하우는 선배에게 직접 경험으로 전수해왔다.

2015년 울산CLX는 비용 효율화를 위해 설비 공정 운영 관련 데이터를 분석하는 과정에서 디지털 전환에 대한 필요성을 느끼고, 이후 2019년부터 독자적으로 디지털 전환을 위한 시스템을 직접 설계 및 개발을 진행해 마침내 약 2년 만에 결실을 맺게 됐다.

차세대 설비관리 시스템인 오션-허브(OCEAN-H)는 SK에너지 차세대 설비관리 시스템 구축 Unit을 주축으로 한다. 이에 따라 울산CLX 생산 현장 구성원들의 철저한 검증 과정을 거쳐 현재 80% 이상 데이터가 정제 및 구축 완료돼 오는 6월 가동할 예정이다.

오션-허브가 시행되면 현장의 배관을 포함한 전체 공정설비, 건물 및 차량까지 울산CLX 전 공정의 디지털 통합 관리가 가능해진다./김수지 기자 sjkim2935@

LG U+, 글로벌 협의체 'TM포럼' 우수상'

LG유플러스는 네트워크 운영 시 인공지능(AI)/머신러닝(ML)을 활용하는 표준제정에 기여해 글로벌 협의체 'TM포럼'으로부터 '우수상'을 받았다고 17일 밝혔다.

TM포럼은 전 세계 통신사 또는 장비 제조사들이 공동 협력해 새로운 기술을 검증하고 사례를 발굴하는 글로벌 산업 협회다. 매년 글로벌 통신업계 협력 프로그램인 'TM포럼 카탈리스트 프로젝트'를 진행하고 있다.

앞서 LG유플러스는 지난해 TM포럼의 eTOM 표준 프레임워크 기반으로 모

바일방, 유선 가입자망, IPTV망, 백본, 광랜, 광동축전합망(HFC), 전송망, 전화망 등 8개망을 통합 관리하는 차세대 운영시스템을 개시한 데 이어 AI를 적용해 네트워크 품질관리 업무의 효율성을 높이는 노력을 지속해왔다.

LG유플러스는 글로벌 소프트웨어·시스템통합 전문기업 코마치 등과 컨소시엄을 구성해 AI가 네트워크 장애원인과 품질을 예측하고, 고객별만의 원인을 검출해 이를 해결하기 위한 장애조치 가이드를 제공하는 자동화 과정을 주도했다./김나인 기자 silkn@