

청소가전 조연서 주연으로... '슈퍼 로봇청소기' 전성시대

로봇청소기 시장 연평균 37% 성장
가성비 넘어 프리미엄으로 정조준
팻케어·AI·디자인 등으로 차별화
물걸레까지 자동... 편의성 극대화

로봇청소기 성장세가 가파르다. 5일 업계에 따르면 국내 로봇청소기 시장은 지난 3년 간 연평균 37% 성장하며 지난해 1500억 수준으로 집계됐다. 올해는 코로나19 집콕 트렌드로 식기세척기·의류건조기 등과 함께 로봇청소기가 삼신(三新)가전으로 떠오르며 2000억원에 육박하는 시장 규모가 전망된다.

이런 가운데 삼성전자·LG전자·로보락의 프리미엄 로봇청소기가 각기 다른 특징으로 시장을 선도하고 있다. 이에 로봇청소기는 가성비 보조 청소기에서 가정 내 주요 청소기 가운데 하나로 자리매김하는 모양새다.

◆삼성 '비스포크 제트 봇 AI', 팻 케어 기능으로 팻팻족 공략

최근 '비스포크 제트 봇 AI'는 삼성 전자 로봇청소기 매출의 60%를 차지한 것으로 나타났다. 삼성전자의 로봇청소기 매출은 지난 4월 말 비스포크 제트 봇 AI가 출시된 이후 8월 말까지 전년 동기 대비 4배 이상 성장을 기록하기도 했다.



삼성전자 비스포크 제트 봇 AI는 팻 케어 기능으로 팻팻족을 공략하고 있다.

비스포크 제트 봇 AI는 현재 삼성전자 공식 홈페이지에서 154만9000원에 판매되고 있다. 로봇청소기 중에서는 물론 삼성전자의 모든 청소기 가운데 가장 비싸다. 그럼에도 삼성전자는 최첨단 AI 기술로 차별화된 자율주행과 청소 성능 등으로 소비자들 사이에서 호평을 받으며 성장세를 이어가고 있다고 설명했다.

특히 팻 케어 기능은 비스포크 제트 봇 AI만의 차별점으로 꼽힌다.

삼성전자에 따르면 비스포크 제트 봇 AI 팻 케어 기능을 통해 소비자는 외출 시에도 집에 남은 반려동물을 실시간 모니터링할 수 있을 뿐 아니라 반려동물이 심하게 짖거나 장시간 움직이지 않는 등의 이상 징후를 알 수 있다. 이와

함께 반려동물 안정에 도움이 되는 음악을 들려주거나 스마트싱스에 연동된 삼성 스마트 TV에서 영상을 재생하는 기능도 갖췄다.

◆인공지능과 디자인 둘 다 잡은 'LG 코드제로 R9 오브제컬렉션'

LG전자는 지난 6월 말 'LG 코드제로 R9 오브제컬렉션' 신제품이 출시된 뒤 LG 코드제로 R9 로봇청소기 제품군의 한 달 판매량이 전월 대비 2배로 늘었다고 전했다. 이 가운데 코드제로 R9 오브제컬렉션 비중은 70%에 달한다.

코드제로 R9 오브제컬렉션은 LG전자 온라인브랜드샵 기준 129만2200원에 판매 중이다. LG전자의 청소기 라인업 가운데 비싼 축에 들어간다.

LG전자는 코드제로 R9 오브제컬렉션



LG전자의 로봇청소기 '코드제로 R9 오브제컬렉션'은 인공지능과 디자인을 둘 다 잡았다.

의 인공지능 기능과 오브제컬렉션만의 디자인을 인기 요인으로 꼽았다.

LG전자에 따르면 코드제로 R9 오브제컬렉션은 약 300만장의 사물 이미지를 학습해 실내 공간과 장애물을 더 정확하게 인지할 수 있다. 여기에 물걸레 전용 로봇청소기를 같이 사용한다면 스마트 페어링 기능으로 진공 청소 후 LG 전자 물걸레 전용 로봇청소기 코드제로 M9 쌍규가 알아서 물걸레 청소를 이어갈 수 있다.

더불어 LG전자는 자사의 인테리어 가전 라인업 '오브제컬렉션' 색상을 로봇청소기에도 적용해 집안 전체 공간 인테리어와 자연스럽게 어울리도록 했다고 설명했다.

LG전자는 "세계적인 색채 연구소 미

국 팬톤컬러연구소와 협업해 개발한 오브제컬렉션 색상이 베이비부터 MZ세대까지 모든 세대에서 고무 인기를 얻고 있다"고 평가했다.

◆'로보락 S7 플러스' 진공-물걸레 청소 가능한 '올인원' 로봇청소기

글로벌 청소가전 기업 로보락의 '로보락 S7 플러스'는 완판 행진을 이어가고 있다.

로보락 S7 플러스는 로봇청소기 '로보락 S7'과 자동 먼지비움 스테이션인 '오토 엠티 도크'가 패키지 형태로 결합한 제품이다. 앞선 삼성전자·LG전자의 로봇청소기와 비교하면 로보락 S7 플러스는 89만9000원으로 저렴한 편이지만, 과거처럼 '로봇청소기=가성비'라고 생각하기는 어려운 수준이다. 그럼에도 로보락 S7 플러스는 지난달 27일 11번가에서 진행된 라이브방송에서 준비수량 200여 대가 1분 만에 완판되는 등 소비자들 사이에서 인기를 끌고 있다.

로보락 관계자는 로보락 S7 플러스에 대해 "진공 청소와 물걸레 청소, 자동 먼지비움, 충전까지 한 번에 해결할 수 있어 사용자 편의성을 높인 기능으로 소비자들에게 큰 인기를 모으고 있다"고 말했다. 아울러 로보락은 이달 1일부터 로보락 S7 플러스 3차 사전예약 판매를 시작했다. /한창대 기자 cd1@metroseoul.co.kr

포스코, 쌍용C&E와 탄소배출 저감 '동맹'

친환경 시멘트 개발 협력하고
'2050 탄소중립' 실현 위해 맞손

포스코와 쌍용C&E가 탄소배출저감을 위해 손을 잡는다.

포스코와 쌍용 C&E는 탄소배출 저감을 위해 제철부산물 사용 확대 및 이를 활용한 친환경 시멘트 개발에 나선다고 5일 밝혔다. 양사는 이날 서울중구 쌍용C&E본사에서 '탄소배출 감축 및 ESG경영협력 MOU'를 체결했다. 이날 행사에는 지준현 쌍용C&E 전무와 김대업 포스코 열연선재마케팅실장 등이 참석했다.

양사는 이번 MOU를 통해 시멘트 생산공정에 제철 부산물인 수재슬래그사

용을 확대하기 위한 인프라를 구축하고, 친환경 시멘트 개발 및 수요 기반도 넓힐 수 있는 방안을 협의한다. 이를 통해 양사는 시멘트 생산시 발생하는 탄소 배출을 저감하고 나아가 철강 및 시멘트산업의 '2050 탄소중립' 실현을 위한 협력체계를 구축한다는 계획이다.

일반적으로 시멘트 1톤 생산 시 석회석의 열분해와 이를 위한 화석연료 사용으로 약 0.8톤의 탄소가 발생한다. 포스코가 공급하는 수재슬래그는 용광로에서 쇳물과 함께 배출되는 부산물을 모아 물을 이용해 급랭한 것으로 시멘트와 성분이 유사하다.

그동안 시멘트 업계는 수재슬래그 등 제철부산물을 첨가하면 그만큼 석회석

사용량이 줄어들어 원가절감과 함께 탄소저감 효과를 기대할 수 있지만 건설비수기 등 계절적인 영향에 따라 저장공간과 활용 방안이 여의치 않았으며, 제철소도 시멘트 업계 비수기에는 부산물 처리에 고심을 하고 있어 서로 수급에 어려움이 있었다.

이번 협력을 통해 쌍용C&E는 건설비수기에 제철소에서 발생하는 수재슬래그를 저장하고 활용할 수 있는 지역별 야드를 확보하고, 포스코는 수재슬래그 생산 확대 및 안정적인 공급을 지원하기로 했다. 또한 양사는 수재슬래그 및 기타 제철부산물을 활용한 친환경 시멘트 개발기로 했다.

/양성운 기자 ysw@

SKT, SKB에도 '이니셜' 서비스 도입

서류 제출 간소화 서비스

SK텔레콤이 '이니셜' 앱을 이용해 SK브로드밴드의 서류 제출 간소화 서비스를 돕는다.

SK텔레콤은 SK브로드밴드 유선 서비스 가입자의 상담 업무 편의를 위해 고객센터 서류 제출 간소화 서비스를 시작한다고 5일 밝혔다.

SKT는 올해 1월 자사 고객센터에 이니셜 앱을 통한 서류 제출 간소화 서비스를 적용한 데 이어, SK브로드밴드 고객센터에도 동일 서비스를 도입한다.

이번에 적용되는 대상은 본인과 법정 대리인이 가장 많이 신청하는 주요 서비스 8개 업무이며, 향후 지속적으로 적

용 범위를 확대할 계획이다.

기존 SK브로드밴드 고객은 행정기관을 방문해 구비서류를 발급받은 후 팩스 또는 이메일로 고객센터에 제출해야 했다. 특히 팩스와 이메일 이용이 불편하거나 어려운 고객은 지점 또는 대리점 내방을 해야 하는 번거로움이 있었다.

앞으로 SK브로드밴드 서비스 이용 고객은 고객센터 상담 시 필요한 구비서류의 발급과 제출을 이니셜 앱을 통해, 원 스톱(One-Stop)으로 간편히 이용할 수 있을 전망이다. 서류 신청 과정 화면엔 SK브로드밴드의 브로비 캐릭터를 활용, 고객 친화적 UI와 메시지로 고객 편의성을 한층 높였다. /강준혁 기자

KT, 웹케시와 '클라우드 경리나라' 출시

클라우드 기반 경리업무 관리서비스

KT가 클라우드 기술을 활용해 기업들의 경리업무를 지원한다.

KT는 B2B(기업간 전자상거래) 핀테크 전문기업 웹케시와 손잡고 클라우드 기반 경리업무관리서비스인 'KT 클라우드 경리나라'를 출시했다고 5일 밝혔다.

'KT 클라우드 경리나라'는 반복된 경리업무를 자동화하는 경리업무 전문 솔루션 '경리나라'를 KT 클라우드 기반으로 구현한 서비스형 소프트웨어(SaaS)다. 별도의 시스템 구축 없이 월 단위

구독형으로 이용할 수 있다는 점이 SaaS로 전환된 솔루션의 가장 큰 장점으로 꼽힌다.

주요 제공 기능으로는 ▲증빙·영수증 관리 ▲인터넷뱅킹 통합 계좌 관리 ▲급여·명세서 관리 ▲거래처 관리 ▲결제·송금 ▲AI 기반 시제·영업보고서 작성 등이 있다.

KT 클라우드 경리나라는 18개 카드사, 22개 은행, 15개 금융 플랫폼, 국세·지방세 납입 정보, 제로페이 증빙 등을 솔루션에 연동해 각 금융기관별 사이트에 별도로 접속할 필요 없이 원클릭 금융 서비스를 제공한다. 카드사 제휴를



통해 카드 사용내역을 솔루션에 연동해 지출 확인·정산·관리 경리업무 전 과정을 비대면으로 진행할 수 있다.

KT는 상품 출시를 기념해 올해 연말까지 솔루션을 신규 가입한 고객에게 3개월 무료 이용 프로모션을 제공한다. KT 클라우드 경리나라는 KT 클라우드의 비즈스토어 웹사이트에서 가입할 수 있다. /강준혁 기자 junhyuk@

LG전자, '이노베이션 카운실' 확대 운영

그룹 계열사들도 동참

LG전자가 미래 기술을 위해 그룹사들을 모았다.

LG전자는 최근 이노베이션 카운실에 디지털 헬스 케어와 사이버보안, 차세대 컴퓨팅 등 새로운 분야 글로벌 전문가를 섭외했다고 5일 밝혔다.

MIT-IBM 왓슨AI연구소 데이비드 록스 소장을 비롯해 로버트AI CTO 인로드니 브룩스와 양자컴퓨터 스타트업 아이온큐 CTO인 김정상 듀크대 교수 등이다.

이노베이션 카운실은 지난해 7월 미래 기술을 논의하기 위해 만든 협의체

다. LG전자 CTO와 박일평 사장이 의장을 맡고, 인공지능과 로봇 등 다양한 글로벌 전문가 11명을 참여시켰다.

LG전자는 이번에 논의 주제를 대폭 확대함과 동시에, LG디스플레이와 이노텍, LG유플러스 등 계열사도 카운실에 합류시켰다. 지난 1일 첫 모임을 열고 '인공지능(AI) 기술의 방향성과 활용 방안'을 주제로 의견을 나누며 활동을 다시 시작했다.

카운실은 고객가치 중심의 인공지능 기반 서비스와 솔루션을 발굴하기 위해 뉴로-심볼릭AI나 초거대AI와 같은 미래 인공지능 기술의 발전 방향을 논의했다. /김재용 기자 juk@