

LG유플러스, 업계 최초 NFT 커뮤니티 시장 진출

가상 오피스·동물원 등 직장인·키즈 특화 메타버스 서비스

니즈 명확한 고객 타겟 서비스
AR·VR 감상기술, AI기술 적용
협업·체험 등 '액티비티' 집중
현실 경험, 가상공간으로 이전

LG유플러스가 통신사 최초로 NFT (대체불가능토큰) 커뮤니티 시장에 진출하고 직장인·키즈에 특화시킨 메타버스 서비스를 선보인다.

LG유플러스는 17일 기자간담회를 개최하고 ▲U+가상오피스 ▲U+키즈 동물원 ▲무너NFT 3가지 서비스를 공개했다. 코로나19로 재택근무가 일상화된 직장인, 놀이하듯 즐기는 학습을 원하는 어린이 등 니즈가 명확한 고객을 대상으로 꼭 필요한 기능을 갖춘 서비스를 선보여 고객 경험을 혁신하겠다는 전략이다.

이상엽 LG유플러스 CTO(전무)는 "메타버스는 지금까지 현실에서 벌어졌던 고객 경험을 가상 공간으로 이전하는 것"이라며 "동일한 물리적 공간에 머물지 않아도 같은 공간에 있는 듯한 상호작용을 할 수 있게 해준다"고 설명했다. 김민구 LG유플러스 서비스인큐베이터(Lab)장



김민구 LG유플러스 서비스인큐베이터(Lab)장 담당, 이상엽 LG유플러스 최고기술책임자(CTO) 전무, 최창국 LG유플러스 차세대기술랩(Lab)장 상무, 장준영 LG유플러스 IMC 담당(왼쪽부터)이 17일 열린 기자간담회에서 기자들의 질문에 답변하고 있다. /채윤정 기자

터Lab장(담당)은 "메타버스는 단일 기술로 융합 기술의 속성을 가지며 게임에서 가장 많이 사용된다"며 "우리는 콘텐츠에 실제 감각을 제공하는 AR(증강현실)·VR(가상현실) 감상기술을 적용했으며, 인터페이스 혁신을 위해 인공지능(AI) 기술을 적용했다"고 설명했다.

메타버스는 글로벌 컨설팅 기업 PwC에 따르면 글로벌 시장규모가 지난해 957억달러(약 113조원)에서 오는 2030년 1조5429억달러(약 1820조원)로 성장할 것으로 전망된다. 유통, 금융, 엔터테인먼트 등 다양한 산업에서 메타버스 시

장에 뛰어들며 각축전을 벌이고 있다.

LG유플러스는 메타버스를 '미래 고객 경험을 담은 생활 공간의 확장'으로 정의하고, 니즈가 명확한 타겟 고객을 위한 특화 서비스를 선보였다. 이에 앞서 LG유플러스는 지난해 11월 글로벌 최대 리얼타임 3D 콘텐츠 개발 기업인 '유니티'와 협약을 맺은 바 있다.

김 담당은 "디지털 공간에서 나를 대변하는 사람과 다른 친구들이 만날 수 있는 공간으로, 커뮤니티 성격이 강하다"며 "유대감을 높임으로써 충성도 높은 사용자 집단을 얻을 수 있으며 방문

빈도와 체류 시간이 증가하며 유료 상품 구매나 중개 수수료를 통해 수익모델 다변화도 가능해진다"고 설명했다.

LG유플러스는 아바타, 공간, 액티비티 등 메타버스의 구성 요소 중 소통·협업·체험 등 '액티비티'에 집중해 인터랙티브한 고객 경험을 제공한다.

가상오피스로 출근을 위해 먼저 아바타의 성별을 고르고 얼굴, 헤어스타일, 의상을 골라 '오늘의 출근룩'을 완성할 수 있다. 그 후 가상오피스로 출근해 자연스럽게 제스처를 선보이며 인사를 나눌 수 있고, 동료들과 업무를 할 수 있는

업무태이블을 제공한다. 오늘이 내가 속한 팀의 대성님 생일이라면 스톱톡으로 가서 생일을 축하해주는 등 친밀한 대화도 가능하다.

특히, 사적인 대화를 목적으로 프라이빗룸에 입장해 비밀대화를 나눌 수 있다. 다른 사람이 들어오지 못하게 문 잠그기 기능도 제공한다. 또 팀 회의를 진행할 때는 회의 예약은 물론 멤버들을 바로 소집할 수 있다. LG유플러스 임직원들이 U+가상오피스를 사전 체험을 진행한 결과 참가자의 60% 이상이 실제 사무실에 출근했을 때와 유사한 소속감을 느꼈다고 답했다.

LG유플러스가 또 이날 공개한 'U+키즈동물원'은 12세 이하인 알파세대들이 메타버스 공간에서 20여종의 공룡과 동물을 체험할 수 있도록 가상의 동물원 서비스를 제공한다. 이 서비스는 인터페이스 기술로 AI를 활용했다. 알파세대들이 친구들과 놀면서 배우는 학습효과를 주고 퀴즈를 풀면서 노력을 보상받을 수 있도록 했다. AI 기술은 막상 들어갔는데 친구가 없을 수 있는데, AI가 친구처럼 등장해 대화를 해주게 된다.

/채윤정 기자 echo@metroseoul.co.kr

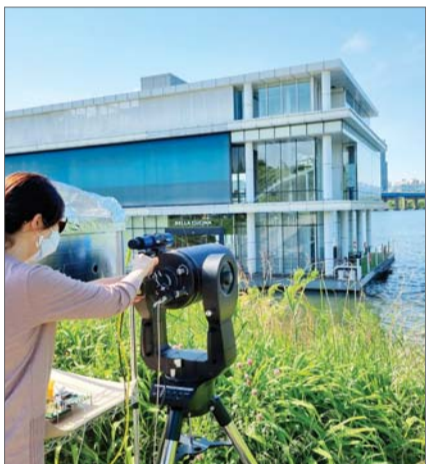
KT, 국내 최장거리 '1km 무선 양자암호 전송' 성공

장거리 정밀지향 핵심기술 확보
국방·항공 등 보안통신 기여 전망

KT가 국내 통신사 최초로 국내 최장거리인 1km 구간에서 무선 양자암호 전송에 성공했다고 17일 밝혔다.

양자암호통신은 빛의 가장 작은 단위인 광자에 정보를 담아 암호화해 전송하는 차세대 통신 기술이다. 송신자와 수신자만 해독할 수 있어 양자컴퓨터의 공격을 막아낼 만큼 보안성이 뛰어나다. 현재 글로벌 기술패권 경쟁에서 가장 중요한 기술 중 하나로 꼽힌다.

KT는 이번 한강 동작대교 북단에서 남단까지 1km 구간에서 무선 양자암호 전송에 성공해 자유공간에서의 양자전송과 장거리 정밀지향 등의 핵심 기술



KT 융합기술원 연구원들이 한강에서 무선 양자 신호를 모니터링하고 있는 모습. /KT

을 확보했다. 그간 국내에서는 300m 구간에서의 무선 양자암호통신 연구만 진행됐으나, KT는 다양한 대기 조건과

초정밀 지향의 어려움 등으로 유선보다 기술 난이도가 더 높은 무선 환경에서 기존 거리의 3배가 넘는 1km 구간에서 기술을 검증했다.

양자암호통신은 양자채널을 구성하는 방식에 따라 유선과 무선으로 나뉜다. 유선 방식은 고정된 지점 간에 광케이블을 연결해 양자암호키를 생성하고 분배하는 반면, 무선 방식은 산악지형이나 도서지역과 같이 광케이블 설치 어려운 곳이나 광케이블을 연결할 수 없는 이동체에도 양자암호통신을 제공할 수 있다.

KT가 국내 최장거리에서 무선 양자암호를 전송하는 성과를 거두면서 향후 안정성과 보안성의 우려가 큰 국방·항공·우주 산업의 확산에도 기여할 전망

이다. 특히 도심항공모빌리티(UAM)와 드론 등의 도심형 이동체는 물론 항공기 및 위성 같은 고고도 장거리 이동체용 보안 통신에도 양자암호통신을 활용할 수 있게 됐다.

이미 KT는 자체기술로 유선 양자암호통신 솔루션을 개발하고, 국내 중소기업에 관련 기술을 지속해서 이전하면서 국내 양자암호 산업 생태계를 구축해왔다. 세계 최초 ITU 국제표준화와 세계최대 국제표준 채택이라는 성과를 바탕으로 글로벌 무대에서도 기술력을 인정받고 있다.

CJ올리브네트웍스 반델란드와 손잡고 스마트 물류 고도화

CJ올리브네트웍스는 글로벌 물류 설비 제조기업 반델란드(Vanderlande)와 손잡고 본격적인 스마트 물류 자동화 사업에 나선다고 17일 밝혔다.

CJ올리브네트웍스는 지난 20여년간 물류와 유통의 다양한 시스템 및 자동화 설비를 구축하고 운영해온 노하우를 바탕으로 자동화 창고 및 풀필먼트(Fulfillment) 시스템에 차별화된 경쟁력을 보유하고 있으며, 올해 초 물류 사업에 집중하기 위해 물류사업 파트를 AI로지스틱스팀으로 확대해 신규 조직으로 개편했다.

AI로지스틱스팀은 물류센터 컨설팅, 엔지니어링, 물류 시스템 및 자동화 설비 구축, 운영 및 유지보수 등 스마트 물류센터 구축을 위한 토털 솔루션 서비스를 제공하며, 여기에 자동화 설비 확보를 위해 글로벌 물류 설비 제조사 반델란드와 파트너십을 맺었다.

반델란드는 1949년에 설립된 네덜란드 기업으로 전세계 Top 20개 공항 중 12개 공항과 아마존을 비롯한 글로벌 이커머스 기업들의 물류 설비를 구축해왔으며, 세계 물류 자동화 업체 Top5에 포함된 회사다.

CJ올리브네트웍스는 AI기반 물류 솔루션인 EliSSone을 통해 스마트 물류 자동화 컨설팅 및 구축을 통해 사업 경쟁력과 고객 만족도를 높이고 있으며, 파트너십을 통해 주문 최적화, 다퍼닝 기반의 이미지 분석, 운송로봇 자율주행 등 스마트 물류 솔루션을 고도화할 예정이다.

/최빛나 기자 vitna@

현대건설기계, 인도서 4월 굴착기 판매 1위

현대제뉴인(현대중공업그룹 건설기계부문 중간지주회사) 계열사인 현대건설기계가 지난 2008년 인도 시장 진출 이후 14년만에 처음으로 월간 굴착기 판매량 1위를 기록했다.

17일 현대건설기계에 따르면 지난 4월 한달 동안 총 382대의 굴착기를 판매, 19%의 시장점유율을 기록하며 17.3%에 그친 일본 업체를 제쳤다. 현대건설기계에 올해 인도시장서 1월 286대, 2월 382대, 3월 336대의 굴착기를 판매, 시장점유율 2~3위를 유지하며 높은 인지도를 갖춘 일본 업체와 가격 경쟁력을 무기로 한 중국 업체들과 치

열한 경쟁을 해왔다.

현대건설기계의 시장점유율 확대를 위해 소형 굴착기 대상 특별 판촉 프로그램을 실시하고, 장비 고장 등의 이슈에 경쟁사보다 빠르게 대응하기 위해 CFT(업무협업체: Cross Functional Team)를 구성, A/S를 강화하는 전략을 펼쳤다. 또 인도 현지 푸네에 위치한 생산공장을 통해 맞춤형 장비를 생산하고 영업망을 확충하는 한편, 코로나19에 대응하기 위해 디지털 마케팅을 확대하며 월간 판매량 1위에 올랐다.

현대건설기계의 굴착기 판매 외에도 부품 매출에서도 4월 한 달간 225만 달러

(약 28억 8,000억원)의 매출을 올리며 인도법인 설립 이후 최대 실적을 달성했다.

인도 시장 전망 또한 긍정적이다. 글로벌 시장조사기관인 '리서치앤마켓(Research And Markets)'에 따르면 인도 건설시장은 2024년까지 연평균 15%의 높은 성장률을 기록할 것으로 전망하고 있다.

특히 인도 정부는 현재 100조 루피(한화 약 1657조원) 규모의 대규모 인프라 계획 '가티 사크티'를 추진하고 있으며, 올해에만 인프라 개발 목적의 예산을 지난 해보다 35.4% 증가한 7조 5000억 루피(약 124조원)로 할당한 바 있다.

인프라 투자 계획을 바탕으로, 영국의 건설장비 전문 리서치 기관인 '오프



현대건설기계가 인도 현지 푸네 공장에서 생산하는 14톤 크롤러 굴착기 모델.

하이웨이 리서치(Off-Highway Research)는 인도의 크롤러(Crawler, 벨트로 묶여진 차 바퀴) 굴착기 판매대수가 연평균 7%의 성장을 지속해 2026년에는 3만대에 이를 것으로 예상하고 있다.

/양성운 기자 ysw@