

E스쿠터·전기트럭 등 ‘생활 밀착형 모빌리티기업’ 도약

대동모빌리티, S-팩토리 준공

대동그룹이 미래 먹거리인 스마트 모빌리티 사업을 위해 대구에 대규모 공장을 지었다.

대동그룹 자회사인 대동모빌리티는 대구 국가산업단지 부지에 연간 14만 5000대 규모의 스마트 모빌리티를 생산할 수 있는 ‘S-팩토리’를 준공하고 23일 기념식을 가졌다.

대동그룹은 지난해 스마트 모빌리티 시장 진출을 선언했다. 1962년 국내 최초로 경운기를 만든 회사가 스마트 모빌리티를 통해 미래 먹거리를 찾기 위해 본격적으로 나선 것이다.

이날 준공식을 가진 신공장은 연면적 약 3만㎡(9100평) 공간에 900억원 가량을 투자해 지난해 11월 착공해 1년간의 공사 끝에 모습을 드러냈다.

S-팩토리에선 연간 3만 5000대 규모의 E-스쿠터를 비롯해 골프카트, 서브 콤팩트 트랙터, 승용잔디깎기, 전기 트럭 등도 연 2만대까지 생산할 수 있다.

특히 0.5톤 전기트럭과 스마트 로봇 제어 등의 생산을 위해 2026년까지 3개 라인을 증설해 연 최대 14만 5000대의 모빌리티 생산 능력을 구축할 계획이다.

E-스쿠터(GS-100)는 배달 라이더를 겨냥한 제품으로 시장 조사를 통해 기존 전기 이륜차의 문제점인 ▲충전 대기 시간 ▲잡은 시동 on/off의 불편



대동모빌리티 대구 공장 전경. 대동그룹 계열 대동모빌리티는 23일 대구 국가산업단지에서 신공장 ‘S-팩토리’ 준공식을 가졌다. 참석자들이 테이프 커팅을 하고 있다. /대동그룹



대동모빌리티 S-Factory 준공식. 참석자들이 테이프 커팅을 하고 있다. /대동그룹

대구 국가산단에 3만㎡ 규모 조성
골프카트·컴팩트 트랙터 등 생산

2026년까지 3개 라인 증설 통해
연 최대 14만 5000대 능력 구축

카이스트와 기본 구동플랫폼 기반
전동화 스마트모빌리티 개발 박차

함 ▲배달콜을 위한 휴대폰 거치대 ▲운전 피로감 ▲관리 서비스의 번거로움 등의 요구 사양을 반영해 개발했다.

대동모빌리티는 올해부터 내년까지 E-스쿠터, 골프카트, 서브 콤팩트 트랙터, 스마트 로봇 제어(모모)의 양산 체계를 구축해 시장을 공략한다는 계획이다. 기존 사업 품목인 골프카트, 서브 콤팩트 트랙터는 올해부터 S-팩토리에

서 본격적으로 생산해 국내외 시장에 공급한다.

이 가운데 골프카트는 올해 하반기 선보인 HG-200(5인승) 모델의 고급형을 내년에 추가로 개발해 출시할 예정이다. E-스쿠터와 스마트 로봇 제어는 내년 상반기에 수도권 및 대구 지역에서 실증 사업을 진행해 고객 평가를 들어 상품 가치를 한 단계 더 끌어올리면서 사업 전략을 점검한 이후 하반기에 본격 양산한다.

스마트 로봇 제어는 스쿠터, 자전거, 퀵보드보다 안전하고 편리하게 사용할 수 있는 퍼스널 모빌리티 제품으로 남녀노소를 겨냥했다. 옴니휠을 적용해 조작이 쉽다. 최대 속도는 시속 12km로 8시간 완속충전으로 최대 25km까지 주행할 수 있다.

S-팩토리는 대동그룹의 핵심역량인 우수한 제품 설계, 탄탄한 제조 역량,

다품종 소량생산 역량을 기반으로 국내 최고 수준의 생산 환경과 공정 기술을 갖췄다. 대동모빌리티에 최적화된 전자 자원관리시스템(ERP), 제조실행시스템(MES), 공급망 관리를 도입해 유연한 생산체계 구축이 가능한 미래형 스마트 팩토리 시스템을 구축한 것이 특징이다.

종합관제상황실을 구축해 생산 전 과정을 실시간 모니터링하고 발생한 모든 빅데이터를 수집·분석해 이를 기반으로 생산 효율 및 제조 품질 극대화 방안을 지속적으로 도입할 방침이다.

대동모빌리티는 지난달 모빌리티 사업 활성화를 위해 조직 개편을 단행했다. 이번 S-팩토리 준공으로 ▲제품 설계 및 디자인 ▲핵심 기술 개발 ▲생산 및 품질 관리 ▲영업 네트워크 ▲고객 관리 및 서비스 등 핵심역량을 구축한 데 이어 본격적인 제품생산 기반도 구

축하게 됐다.

아울러 현재 초소형, 소형, 중형, 대형, E-바이크 전용 등 5개의 기본 구동 플랫폼을 기반으로 한 상품을 출시하기 위해 카이스트(KAIST)와 손잡고 자동화·전동화·지능화 등의 스마트 모빌리티 기술과 제품 개발에도 박차를 가하고 있다.

대동그룹 김준식 회장은 “3대 미래사업으로 100년 기업이 되기 위해 비농업 분야로 업을 확장하며 추진한 S-팩토리는 미래농업 리딩기업으로 퀀텀 점프하는 도약대 그 이상의 의미를 갖고 있다”며 “누구나 사용하기 편한 혁신적인 스마트 모빌리티 제품으로 고객에게 이동의 자유와 윤택함을 제공해 일상을 행복하게 만드는 ‘생활밀착형 모빌리티 기업’으로 대동모빌리티를 성장시킬 것”이라고 말했다.

/대구=김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

6대 유통업체 34개 브랜드 판매수수료 실태조사

TV홈쇼핑 29.2% ‘최고’… 가장 높은 브랜드 CJ온스타일

업체별 실질 수수료를 전반적 하락
납품·입점업체 부담 다소 경감추세

34개 대형 유통업체 브랜드 가운데 CJ온스타일이 입점·판매 업체로부터 받는 판매수수료율이 가장 높은 것으로 나타났다.

공정거래위원회는 23일 TV홈쇼핑, 백화점, 대형마트, 온라인쇼핑몰, 아울렛·복합쇼핑몰, 편의점 등 6대 유통업체의 34개 주요 브랜드의 판매수수료 등 서면 실태조사 결과 이같이 나타났다고 밝혔다.

조사 결과 업체별 실질수수료는 TV홈쇼핑(29.2%)이 가장 높았고, 이어 백화점(19.3%), 대형마트(18.6%), 아울

렛·복합쇼핑몰(13.3%), 온라인쇼핑몰(10.3%) 순으로 나타났다.

실질수수료는 1년 동안 대규모유통업체가 납품·입점업체로부터 수취한 수수료 및 판매촉진비 등 추가 비용을 합해 상품 판매총액으로 나눈 값을 말한다.

실질수수료율이 가장 높은 브랜드는 TV홈쇼핑의 경우 CJ온스타일(34.1%)이었고, AK백화점(20.2%), 홈플러스(19.1%), 뉴코아아울렛(18.8%)이 각 업체별 가장 높은 실질수수료율을 부과했다.

온라인쇼핑몰 부문에선 쿠팡의 판매수수료율이 29.9%로 가장 높다. 다만, 쿠팡의 경우 판매수수료를 산정에 적용

되는 특약매입 거래비중이 3.2%에 불과해 타 업체와 판매수수료 직접 비교는 무의미하다.

업체별 실질수수료율은 전년 대비 대체로 소폭(-0.2%p~0.6%p) 하락했으나, TV홈쇼핑 분야만 전년과 동일하게 율등히 높았다.

대형 유통업체들은 대기업(공시대상 기업집단 소속 회사)인 납품·입점업체보다 중소·중견기업인 납품·입점업체에 최소 0.5%~최대 8.0%포인트 높은 수수료를 책정했다. TV홈쇼핑의 경우 공시 납품·입점 업체에는 22.0%를 부과했으나, 공시 외 업체에는 30.0%를 책정했다.

판매수수료 이외 납품·입점업체가

추가 부담하는 판매촉진비, 물류배송비 등 추가 부담비용은 대체로 증가한 것으로 나타났다.

거래액 대비 납품업체등의 추가 부담비용의 비율은 편의점(6.8%), 온라인쇼핑몰(5.5%), 대형마트(4.1%), TV홈쇼핑(0.9%), 백화점(0.2%), 아울렛·복합몰(0.1%) 순으로 높았다.

공정위는 “최근 업체별 실질수수료를 추이는 전반적으로 하락해 납품·입점업체 부담이 다소 경감되는 추세”라며 “이는 유통채널의 치열한 경쟁과 코로나19 위기 극복을 위한 상생협약 등 정부와 기업의 노력 등에 기인한 것”이라고 밝혔다.

/세종=한용수 기자 hys@

LX판토스

신선화물 항공운송 국내 최초 품질인증

LX판토스가 국내 기업 최초로 국제항공운송협회(IATA)로부터 ‘신선화물 항공운송 품질 인증(CEIV-Fresh)’을 획득했다.

LX판토스는 지난 22일 서울 마포구 가든호텔에서 열린 ‘코리아 에어카고 데이’ 행사에서 IATA로부터 ‘CEIV-Fresh’를 국내 기업 최초로 획득했다고 23일 밝혔다.

‘CEIV-Fresh’는 엄격한 콜드체인(저온물류) 관리체계 하에 ‘부패하기 쉬운 화물(Perishable Cargo)’의 안정적인 항공운송을 보장하는 국제표준 인증 제도다.

온도에 민감한 화물에 대한 운송 절차와 시설, 전문인력, 제도 등 총 11개 분야 319개 항목을 까다롭게 평가해 인증서를 발급한다.

신선화물은 일반 화물과는 달리 상온에서의 변질 우려로 저온 운송 및 냉장 보관을 필요로 하기 때문에 취급 난이도가 높다. 이번 인증은 신선화물 취급 전 과정에 있어 글로벌 기준을 충족시킬 수 있는 전문성을 갖고 있음을 의미한다.

LX판토스는 2020년 IATA로부터 ‘의약품 항공운송 품질 인증(CEIV-Pharma)’을 획득한 바 있다. 이로써 국내 물류기업 중 유일하게 콜드체인 관련 양대 국제인증증을 모두 보유하게 됐다.

/김승호 기자

SKT AI 스피커 기반 ‘두뇌톡톡’, 치매 예방 효과적

치매예방 SIB사업 1년 시행결과
치매 이환율 15%서 2%로 낮춰

SK텔레콤과 (재)행복커넥트가 함께 내놓은 AI(인공지능) 스피커 ‘누구’ 기반 기억훈련 프로그램 ‘두뇌톡톡’이 어르신들의 치매 이환율을 낮추는 효과가 있는 것으로 평가됐다.

SK 텔레콤은 부여군에 거주하고 있

는 어르신들을 대상으로 치매 예방 사회성과보상(SIB)사업 1차년도 시행결과, 인지치료 및 AI 기반 ‘두뇌톡톡’ 등을 이용한 어르신들의 치매 이환율이 2% 수준인 것으로 조사됐다고 23일 밝혔다.

‘두뇌톡톡’은 SKT와 (재)행복커넥트, 서울대학교 이준영 교수 연구팀간 협력으로 만들어졌으며, 메타기억교실

두뇌운동 프로그램을 음성기반 인공지능 콘텐츠로 고도화한 프로그램이다.

이번 사업은 3년 동안 부여군에 거주하고 있는 만 60~80세 치매 고위험군인 경도인지장애자 총 300명을 대상으로, 주의력과 기억력을 향상시킬 수 있는 오프라인 인지훈련 프로그램과 AI 스피커(NUGU Candle SE)의 치매예방 콘텐츠를 제공해, 치매로 이환되는 것

을 예방하는 사업이다.

사업평가기관인 인제대학교 산학협력단(백병원)은 1차 연도 사업 결과, 경도인지장애 어르신 50명 중 1명만 치매로 이환됐다고 밝혔다.

인제대학교 산학협력단은 “통상적인 경우 연간 치매이환율은 약 15% 수준”이라며 “치매이환율 2%는 현저하게 낮은 수치로, 아직 1차년도 사업이기는 하나 현재까지 프로그램 성과는 유효하다”고 설명했다.

/세종정 기자 echo@