

“셰프 책부터 가전제품까지”... ‘흑백요리사’가 불러온 붐

도서·가전업계, 관련 상품 역주행
에스24, 셰프 저서 판매량 93% ↑
요리 만화·셰프의 요리 노트 인기
LG전자, 방송 후 매장 방문객 증가

넷플릭스 요리지널 요리 경연 프로그램 ‘흑백요리사’가 종영된 지 일주일도 넘었지만, 그 인기는 여전히 뜨겁다. 프로그램 종영 이후에도 책, 가전 등 다양한 관련 산업에서 매출이 증가하며 이른바 ‘낙수효과’를 일으키고 있다.

넷플릭스는 17일 흑백요리사가비영 어권 시리즈 중 3주 연속 글로벌 1위를 기록하며비영어권 시리즈물중세계에서 가장 많이 시청된 작품 반열에 올랐다고 밝혔다. 국내를 포함해 홍콩, 싱가포르 대만 4개국에서 1위를 차지, 총 18개국에서 TOP 10에 진입했다.

흑백요리사는 재야의 고수 ‘흑수저’ 셰프들과 대한민국에 내로라하는 ‘백수저’ 스타셰프들이오직 맛하나로 맞붙는 100인의 요리 서바이벌 프로그램이다.

프로그램의 인기에 힘입어 관련 도서도 역주행 현상이 나타나고 있



프로그램의 인기에 힘입어 관련 도서도 역주행 현상이 나타나고 있다. 특히 참가자인 최강록 셰프의 저서 중 하나인 ‘최강록의 요리 노트’의 판매량은 프로그램 방영 이후 전월 대비 1276.6% 급증했다. 위 이미지는 최강록 셰프의 도서 목록. /에스24

다. 에스24 등 도서·출판업계에 따르면, 출연 셰프들의 저서 판매량이 9월에만 전월 대비 93.2% 증가했다.

특히 요리 유튜버이자 참가자인 최강록 셰프의 저서 중 하나인 ‘최강록의 요리 노트’의 판매량은 프로그램 방영 이후 전월 대비 1276.6% 급증했다. 또한 그가 지난 2013년 ‘마스터셰프코리아2’에서 언급했던 요리 만화인 ‘미스터 초밥왕’의 판매량도 덩달아 상승했다.

셰프의 저서뿐만 아니라 ‘흑백요리사’에 출연한 다른 셰프들이 요리 영감

을 받았다고 언급한 도서들도 큰 인기를 얻고 있다. ‘만땅’으로 출연한 조광호 셰프가 영감을 받았다고 소개한 요리 만화 ‘철냄비짱!’은 판매량이 전월 대비 16배 이상 늘었다.

가전업계에서도 ‘흑백요리사’ 효과를 톡톡히 보고 있다. 백수저와 흑수저의 1:1 대결 과정에서 LG전자의 ‘디오스 오브제컬렉션 스템 얼음정수 냉장고’ 20대가 무대에 나열되면서 시청자들에게 깊은 인상을 남겼다.

셰프들이 각 대결에 사용할 재료를 고르기 위해 냉장고 문을 열었을 때, 흥



LG전자의 ‘디오스 오브제컬렉션 스템 얼음정수 냉장고’ 20대가 무대에 나열되면서 시청자들에게 깊은 인상을 남겼다. /LG전자

어, 된장, 고추장, 들기름 등의 예상치 못한 재료들이 등장하며 긴장감을 고조시킨 바 있다. 이외에도 생선을 굽는 장면엔 LG전자의 광고오브는 노출되며 눈도장을 찍었다.

업계 관계자는 “방송 이후 키워드 검색량 증가하는 등 간접 광고 효과를 누리고 있다”면서 “매장에서 제품을 찾는 사람들이 방영되기 전보다 늘었다”고 귀띔했다.

한편, 흑백요리사는 내년 하반기 공개를 목표로 ‘흑백요리사 시즌2’ 제작이 확정됐다.

/이혜민 기자 hyem@metroseoul.co.kr

KT “LTE 의존 없이 통화”

제주도 5G 오픈랜 구축

KT는 제주도 한국지능정보사회진흥원(NIA) 글로벌센터에 5G 오픈랜 시스템을 구축했다고 17일 밝혔다.

오픈랜은 기지국 장비의 소프트웨어와 하드웨어 파트를 분리하고, 장비간 인터페이스를 표준화해 서로 다른 제조사의 장비를 상호 연동하는 기술이다.

이번에 구축한 5G 오픈랜 시스템은 과학기술정보통신부와 NIA의 ‘오픈랜 실증단지 조성사업’의 결과물이다.

이번에 구축된 시스템은 고객이 사용하고 있는 5G망에 오픈랜을 구축한 첫 사례로, 5G 통화 서비스(VoNR) 기능을 지원한다. 5G 네트워크는 LTE 연결 여부에 따라 단독모드(SA)와 비단독모드(NSA)로 구분되는데, 5G 오픈랜 시스템은 SA 환경에서 구축되었기 때문에 LTE 의존 없이 단독으로 5G 통화 서비스 지원이 가능하다는 KT 측은 설명했다.

/이혜민 기자

황현식 “AI 기술, 변화 체감할 품질 혁신 우선”

(LGU+ 대표)

LGU+ 대표, 임직원 타운홀 미팅
품질경영 통해 5G·고객 경험 선도
“익시오, 고객 피드백 중심 개선 필요”

황현식 LG유플러스 대표가 AX 컴퍼니로 성장하기 위해서는 혁신을 기반으로 한 품질이 가장 중요하다고 강조했다.

지난 16일 전사 임직원들을 대상으로 타운홀 미팅(만.나.공: 만나서 나누고 공감하는 시간)을 열고 AX 컴퍼니로 성장하기 위한 전략들을 직원들과 공유했다고 17일 밝혔다.

이번 미팅은 ‘AX 컴퍼니 가속화를 위한 U+ 미래 전략’을 주제로 진행됐다. LG유플러스는 올해 ‘인공지능(AI) 전환으로 고객의 성장을 이끄는 회사(Growth Leading AX Company)’라는 새로운 슬로건을 앞세워 AX



(왼쪽) 황현식 LG유플러스 대표가 직원들의 AX 전략 관련 질문에 답변을 하고 있다. /LGU+

컴퍼니로의 혁신을 가속화하고 있다.

이날 황 대표는 “고객에게 인정받는 AX 컴퍼니로 성장하기 위해서 가장 기본이 되는 것은 결국 품질”이라며 “그 어떤 혁신적인 AI 기술도 품질이 뒷받침 되지 않는다면 진정한 고객감

동을 만들어 낼 수 없다”고 강조했다.

이어 “AI 기술이 발전하고 고객들의 기대 심리도 점점 높아지는 환경에서 기본이 되는 품질의 중요성은 커질 수밖에 없다”면서 “고객이 인정하고 변화를 체감할 수 있는 AX 서비스를 선보일 수 있도록 기본부터 챙겨 나가자”고 말했다.

황 사장의 메시지는 최근 많은 기업들의 AI 기술 경쟁이 격화되고 있는 상황에서 속도 경쟁에만 치중해 가장 기본이 되는 고객가치를 놓치지 말자는 의미로 풀이된다.

황 대표는 취임 이후 줄곧 고객가치 창출을 위한 출발점으로 품질을 강조해왔다. 지난해 말에는 여러 조직에 산재되어 있는 고객 관련 기능들을 모은 고객경험혁신센터(CX센터)를 CEO 직속 조직으로 신설했고, 올 3월에는 서울 마곡에 통합관제센터를 구축해

상품 및 서비스 품질 관련 사안들을 한눈에 모니터링 할 수 있는 체계를 만들었다. 황 대표 주재로 매월 ‘품질혁신세션’을 열어 고객 관련 품질 지표도 관리한다.

이 같은 품질경영은 성과로 이어지고 있다. LG유플러스에 따르면 최근 해외의 한 시장조사기관으로부터 ‘세계에서 5G 다운로드 속도가 가장 빠른 통신사’로 꼽혔다. 또 지난달 한국표준협회가 주관하는 디지털고객경험지수(DCXI)에서 국내 통신사 중 가장 높은 점수를 받았고, 콜센터품질지수(KS-CQI)에서도 최우수 기업으로 선정됐다.

이날 타운홀 미팅에서 LG유플러스는 출시를 앞두고 있는 통화 AI 에이전트 서비스 ‘익시오(IXI-O)’의 개발 현황과 스토리도 구성원들과 공유했다.

/구남영 기자 koogija_tea@

SK브로드밴드

기업용 전용회선 구축

IP-MPLS 방식으로 전국망 도입

SK브로드밴드는 기업 고객의 서비스 고도화 요구에 맞춘 차세대 전용회선 서비스를 제공하기 위해 IP-MPLS 방식으로 전국망을 구축한다고 17일 밝혔다.

IP-MPLS는 다양한 애플리케이션 사용 등으로 늘어나는 네트워크 트래픽을 효율적으로 관리해 주는 전송 기술 방식이다. 빠르고 안전한 통신을 보장하고, 다양한 네트워크 프로토콜을 통합할 수 있는 확장성도 가지고 있어 기업 고객이 필요로 하는 서비스 환경 변화에 유연하게 대응할 수 있는 솔루션이다.

SK브로드밴드는 지난 7월 IP-MPLS 기술 방식에 대한 성능 비교 시험을 마무리하고 전국망 도입을 결정했다. 전국 단위 망 구축으로 다중 경로 백업을 지원해 기업 고객이 가장 중요시하는 서비스 안전성을 대폭 강화한다.

특히 IP-MPLS 기술 방식을 도입함으로써 최대 400기가비트 대역폭까지 기업 고객의 상황에 맞춰 서비스 확장 제공이 가능해진다. 클라우드 확산에 따라 데이터센터 간 대역 회선용량이 필요한 초대형 기업 고객에게 안정 맞춤형 서비스이다.

또한 SK브로드밴드가 전국 단위로 기업 고객 대상 IP-MPLS 전용망을 사전 구축함으로써 투자비 등으로 인해 선택을 망설였던 중소 규모 기업도 서비스를 제공받을 수 있다. 현재 고성능, 고신뢰성, 고확장성을 보유한 IP-MPLS 방식에 대한 기업 시장 수요가 늘어나는 추세이다.

/구남영 기자

CJ올리브넷, 베트남에 스마트팩토리 짓는다 카카오, 전국 15개 지역 상권 디지털 전환

CJ올리브네트웍스가 하이테크로이 첫 해외 생산 공장인 베트남 스마트팩토리 구축 사업을 수주한다고 17일 밝혔다.

하이테크로이는 세계 주류 시장에서 브랜드 경쟁력과 외형 확장에 따른 수출 물량을 확보하기 위해 베트남에 해외 첫 생산 공장을 건립한다. 오는 2026년 완공 예정인 베트남 공장의 초기 목표 생산량은 연간 100만 상자 이상으로 동남아 시장 거점 역할을 맡을 예정이다.

CJ올리브네트웍스는 식음료 분야 스마트팩토리 역량과 CJ그룹의 다양

한 글로벌 프로젝트 경험을 보유하고 있다. 이번 하이테크로이 수주에 대해 해외에서 추진하는 첫 대외 스마트팩토리 사업이자, 공장의 생산 전 과정을 설계, 조달, 시공까지 책임지는 EPC(Engineering, Procurement, Construction)를 수행한다는 점에서 그 의미가 있다고 설명했다.

CJ올리브네트웍스는 성공적인 베트남 해외 공장 구축을 위해 주류 생산 특성을 반영한 맞춤형 자동화 설비 시스템 설계부터 통합관리 시스템 구축, 유지 보수 등을 담당한다. /김서현 기자 seoh@

카카오가 전국 7개 지역 상권에서 ‘단골거리 2차 사업’을 본격적으로 추진한다고 17일 밝혔다. 본 사업은 카카오와 카카오임팩트, 중소벤처기업부, 소상공인진흥공단, 동반성장위원회가 함께 진행한다.

‘단골거리’는 지역 상권의 디지털 전환을 지원해 소상공인들이 고객과 더 원활하게 소통할 수 있도록 돕는 상생 사업이다.

2차 사업 대상 지역은 ▲충북 청주시 소나무길 골목형상점가 ▲경기 수원시 행궁동 상권 ▲서울시 종로 북촌계동길

골목형상점가 ▲서울시 마포 방울내길 골목형상점가 ▲대구 중구 향촌동 상권 ▲경남 창원시 소리단길 상권 ▲서울시 노원 경춘선 공릉숲길 상권 등 7곳이다. 1차 사업 지역 8곳을 포함해 올해 총 15개 지역 상권을 지원한다.

참여 소상공인에게는 ▲찾아가는 1:1 맞춤 교육 ▲카카오 서비스 입점 지원 ▲카카오톡 채널 메시지 발송 지원금(상권당 300만 원, 개별 점포당 30만 원) ▲카카오맵 내 ‘사업 참여 매장’ 배너 노출 등 다양한 혜택을 지원한다.

/이혜민 기자