

스마트 에너지 절감, 친환경이 이끄는 '그린 가전' 시대 온다

2050 탄소중립 향한 '가전 진화'

삼성, 포장재 재활용 소재 적용
LG, 전 세계에서 폐전자제품 회수
SK매직, 리사이클링 센터 건립
코웨이, 제품 '에코 패키징' 추진

기후변화와 환경 문제에 관한 관심이 고조되면서 가전제품 시장에도 변화의 바람이 불고 있다. 에너지 효율이 높고 친환경 소재를 사용한 '그린 가전'이 새로운 트렌드로 자리 잡으면서 지속 가능한 제품에 대한 소비자의 관심과 수요도 빠르게 증가하고 있다.

13일 시장조사기관마켓앤마켓에 따르면 글로벌 그린 가전 시장 규모는 내년까지 연평균 9.8% 성장해 4350억 달러에 이를 것으로 전망된다.

기후변화 대응을 위해 각국 정부는 가전산업의 친환경 전환을 촉진하기 위한 정책을 속속 시행하고 있다. 유럽연합(EU)은 '에코디자인 지침'을 통해 제품 설계 단계부터 에너지 효율성과 환경 영향을 최소화하도록 규제하고 있다.

한국 정부 역시 2050년 탄소 중립 목표에 발맞춰 가전 산업에 엄격한 에너지 절약 기준을 도입하고 있다. '에너지 효율등급제'를 통해 고효율 가전제품 구매를 장려하고 있으며, 일부 지자체에서는 그린 가전 구매 시 최대 30만원까지 보조금을 지원하는 정책을 시행



Chat GPT에 의해 생성된 전 세계에 에너지 효율이 높고 친환경 소재를 사용한 '그린 가전'이 새로운 트렌드로 자리잡은 모습을 담은 이미지.

중이다.

국내 가전업계 선두 주자인 삼성전자와 LG전자는 이미 인공지능(AI) 기술을 활용해 에너지 절감 시스템 개발에 주력하고 있다. 삼성전자의 '스마트싱스 에너지' 서비스는 AI가 사용자의 생활 패턴을 분석해 최적의 에너지 사용량을 제안한다. 삼성전자 관계자는 "비스포크 에어컨의 'AI 절약 모드'를 통해 에너지 사용량을 최대 30%까지 절약할 수 있다"면서 "고객들이 실질적인 전기 요금 절감 효과를 체감하고 있다"고 설명했다.

LG전자의 'ThinQ 에너지' 서비스 역시 AI가 사용 데이터를 학습해 전기 사용량을 제어하는 등 전력 소모를 최적화한다. 더 나아가 에어컨에 레이더 센서를 달아 사람의 움직임을 감지해 주변에 사람이 없으면 '외출 절전' 모드로 자동 전환하는 기능도 구현했다.

이들 기업은 제품 소재에서도 친환경 전환을 추구하고 있다. 삼성전자는 지난해 출시한 '비스포크 냉장고'에 재활용 플라스틱을 사용했으며, 올해 그 비율을 30%까지 높였다. LG전자 역시 '티운' 가전 라인업을 통해 재생 플라스

틱 사용을 확대하고 있으며, 2030년까지 플라스틱 사용량을 50% 줄이겠다는 방침이다.

이러한 친환경 움직임은 가전업계 전반으로 확산하고 있다. 프린터 전문 기업 애플은 '환경 비전 2050'을 통해 2050년까지 탄소배출량과 지하자원 고갈 제로를 목표로 에너지 효율이 높은 제품을 개발하거나 플라스틱 포장재를 줄이는 등 여러 방면에서 친환경 전략을 추진 중이다. 코웨이는 '그린 홈 가전' 전략을 통해 2030년까지 재활용 플라스틱 사용을 50%까지 늘리고, 제품 포장재 100% 재활용을 목표로 하는 '에코 패키징'을 추진 중이다.

그린 가전에 대한 소비자들의 반응도 긍정적이다. 한국소비자원의 최근 조사에 따르면 응답자의 78%가 환경을 고려해 가전제품을 구매할 의향이 있다고 답했다. 다만 여전히 일반 제품보다 가격이 높은 점은 과제로 남아 있다. 업계 관계자는 "그린 가전은 선택이 아닌 필수"라며 "초기 비용이 높더라도 장기적으로는 에너지 절감과 환경 보호라는 두 가지 효과를 동시에 얻을 수 있다"고 강조했다. 이어 "가전제품의 전 생애주기를 고려한 친환경 설계가 환경 영향을 최소화하려는 노력이 필요하다"고 조언했다.

/이혜민 기자 hyem@metroseoul.co.kr

SKT, '양자암호원칩' 국정원 암호모듈 검증

SK텔레콤은 케이씨에스(KCS)와 공동 개발 및 상용화한 '양자암호원칩(QKEV7)'이 국가정보원의 암호모듈 검증(KCMVP)을 성공적으로 통과했다고 13일 밝혔다.

'양자암호원칩'은 양자난수생성기 칩과 암호통신기능 칩 등 2개 칩이 하나로 합쳐진 보안칩이다. 양자난수생성기가 적용된 보안칩이 국정원의 보안 검증을 통과한 것은 국내 최

초다. KCMVP는 국가-공공기관의 중요 정보보호에 사용되는 암호 체계 안정성과 구현 적합성을 검증하는 제도다. 현재 국가-공공기관을 위한 정보보호 시스템에 탑재되는 암호모듈은 반드시 KCMVP 인증을 받아야 한다.

이번 양자암호원칩은 양자 기반 암호키 생성기술과 함께 물리적 복제방지 기술(PUF) 등이 적용됐으며 초경량, 저전력이 장점이다. 이번 인증은 국정원 KCMVP 보안수준 2등급으로, 국정원에서 암호모듈을 대상으로 부여한 인증 가운데 현재까지 가장 높은 등급이다.

SKT와 케이씨에스는 이번 KCMVP 인증을 시작으로 국방·공공 산업에 본격적 진출해 시장을 확보하는 동시에 지난 6월 출시한 차세대 양자암호칩 'Q-HSM'으로 차세대 국가 차원의 보안 관련 실증사업에도 힘을 쏟을 계획이다.

/구남영 기자 koogija_tea@

BYD, 인식전환·네트워크 확충으로 韓 시장 공략

국내 승용차 시장 진출 공식화 2025년 초 목표로 출범 준비중

"딜러사 선정도 안됐으며, 아직 서비스센터도 없습니다."

중국 전기차 브랜드 BYD가 국내 승용차 시장 진출을 공식화했지만 성공 여부를 둘러싼 논란이 확산되고 있다.

BYD코리아는 국내 시장에 승용차 브랜드 출시를 위한 검토를 완료하고 승용차 브랜드의 국내 출시를 공식화한다고 13일 밝혔다.

이와 관련해 BYD코리아는 지난 수 개월간 승용차 브랜드에 대한 국내 사업성에 대한 검토를 다각도로 진행해 왔다. 현재는 초기 승용차 판매 및 서비스를 위한 지역별 네트워크 구축과 함께, 인력 채용, 차량 인증, 마케팅 계획, 직원 교육 등 2025년 초를 목표로 BYD 브랜드의 국내 공식 출범을 위한 준비를 진행 중이라고 밝혔다.

하지만 BYD코리아가 국내 시장에서 성공할 수 있을지는 의문이다. 서비스센터 구축을 위해 부지선정을

비롯한 제반 과정을 거치면 수개월이 걸리지만 현재 이와 관련된 사전 준비가 안된 것으로 나타났다. 특히 수입차 판매의 가장 핵심인 딜러사 선정도 안된 것으로 알려졌다. 수입차는 제조사 수입사-딜러사-지점-딜러 등 4단계의 유통구조를 갖추고 있다. 수입차는 국산차와 달리 해외에서 수입해서 판매하기 때문에 재고 및 판매관리가 중요하다.

BYD의 한국 진출과 관련해 지난 12일 회사 관계자는 "현재 승용차에 대한

딜러사와 서비스센터에 대해 아무것도 확정된 내용이 없다"고 말했다.

또 BYD코리아는 국내 시장에서 중국 전기차 배터리 화재에 대한 인식을 바꿔야 한다는 숙제를 안고 있다.

BYD코리아가 가격 경쟁력을 앞세워 국내 시장 공략에 나설 것으로 보이지만 중국산 전기차 및 배터리에 대한 소비자의 인식이 좋지 않기 때문에 단 시간 해결하기 어려울 것이라는 업계의 반응이다.

/양성운 기자 ysw@

AI·신제품으로 성장 가속... SK네트웍스, 3분기 영업이익 286억

AI 중심 모델로 글로벌 협력 확대 지속적 비용 효율화 경쟁력 강화

AI 중심의 사업 지주회사의 위상을 구축하고 있는 SK네트웍스가 전년 대비 한층 향상된 수익력을 보인 3분기 성적표를 받았다. SK네트웍스는 잠정 실적 공시를 통해 연결 기준 3분기 매출 2조 428억원, 영업이익 286억원을 기록했다고 13일 밝혔다. 전년 동기 대비 매출액은 13.9%, 영업이익은 74.9% 증가한 수치다.

특히 SK매직이 신제품 출시 및 비용 효율화를 바탕으로 실적 향상을 주도했다. 올 상반기 출시한 초소형 직수정수기에 고객 호응이 지속적으로 이어졌으며, 3분기 선보인 2024년형 '코어

360° 공기청정기'도 높은 관심을 받았다. 또한 마케팅 비용 절감을 통한 운영 개선 성과도 거뒀다.

워커힐의 경우 '캠크니@포레스트파크', '파크 콘서트', '피자힐 가을 페스티벌' 등 계절에 맞는 서비스와 숙박 패키지로 방문객을 이끌며 객실 점유율을 높였다.

이와 함께 SK네트웍스는 3분기 AI 중심 사업지주사로 진화를 위한 포트폴리오 조정도 활발히 진행했다.

SK렌터카 지분 양도를 마무리하며 차입금을 상환해 현금성 자산이 확대되고, 지난 2023년 말 323%였던 부채비율은 174%까지 대폭 개선되는 성과를 거뒀다. 또한 사업별 경영 효율성 제고를

위해 지난 9월 분사한 SK스피드메이트는 분사 후 독일 자동차 데이터 기업인 DAT(Deutsche Automobil Treuhand)의 AI 차량 견적 프로그램 등 데이터 솔루션을 도입하며 AI를 활용한 사업 확장 기반을 마련했다. 트레이딩사업부의 경우 오는 12월 분사할 예정이다.

4분기 들어 SK네트웍스는 기업가치 제고를 위한 글로벌 협력 및 시장과의 소통 강화를 추진 중이다. 이와 관련 지난 10월 말레이시아 유력 그룹인 선웨이와 MOU를 맺고 ▲ AI 중심 사업 협력 추진 ▲ SK매직과 선웨이의 합작법인 설립 ▲ SK네트웍스와 선웨이 간 지분 교환 등 다양한 협업 방안을 검토키로 했다. 아울러 2026년까지 자기가



SK네트웍스 삼일빌딩 전경. /SK네트웍스

본이익률(ROE)을 현재보다 1.1%p 높은 3.5% 이상으로 끌어올리고, 연간 주당 250원 이상의 배당금을 지급하겠다는 계획을 공시했다.

엔코아는 '2024 엔코아 데이'를 개최해 기업의 AI 전환을 지원하는 데이터 관리 및 활용 방안과 생성형 AI가 적용된 자동화 기능을 추가한 데이터 솔루션을 소개했다. /차현정 기자 hyeon@

KT클라우드-MS

기술 중심 클라우드 혁신

KT클라우드가 MS와 협력해 멀티클라우드 사업 역량을 강화한다.

KT 클라우드는 12일 서울 역삼 아모리스에서 클라우드 및 데이터센터 파트너사의 동반성장을 위한 소통의 장 '2024 KT 클라우드 파트너스 데이(Partner's Day)'를 개최했다.

이 날 행사에는 최치웅 대표를 비롯한 KT 클라우드 주요 임원과 메가존클라우드, 콘텐츠브릿지, 디딤365, 진인프라 등 클라우드 분야 MSP 파트너사와 아리스타, 퍼시픽자산운용, 클루젠 등 DC(데이터센터) 분야 운운사, 설계사 등 약 60개 파트너사 대표 및 관계자 등 총 150여 명이 참석했다.

최 대표는 이날 자체 클라우드 경쟁력 제고 뿐만 아니라 MS 협력을 통한 멀티클라우드 사업 역량을 갖추고, 전략적 데이터센터 공급 확대와 함께 DC 기술 차별화 계획을 소개하며 기술 경쟁력으로 시장을 공략하는 '톱티어 기술 전문 회사'로 도약하겠다고 선언했다. 또 이러한 목표는 파트너사와 함께 해야만 이룰 수 있다고 강조하며 파트너와의 원활한 협력을 위한 지원 방안을 제시했다. /구남영 기자