

AI로 똑똑해진 '히트펌프 건조기'... LG전자, 북미시장 공략

'KBIS 2025'서 건조기 라인업 전시
친환경성·설치 용이성에 관심 ↑

AI DD모터로 무게·습도 등 분석
건조시간 줄이고 옷감 손상 최소화

LG전자가 모터 등 핵심 부품 기술력(코어테크)에 인공지능(AI) 기술을 더한 프리미엄 건조기 제품들로 북미 시장 공략을 강화한다.

LG전자는 미국 라스베이거스에서 25~27일(현지시간) 열리는 북미 최대 주방·욕실 전시회 'KBIS 2025'에서 AI를 더한 핵심 부품 기술력(코어테크)으로 옷감 손상을 최소화하고 에너지 효율이 높은 히트펌프 건조기 라인업을 집중 전시한다고 13일 밝혔다.

히트펌프 건조기는 컴프레서로 냉매를 압축해 만든 건조한 공기를 내부 순



LG전자 히트펌프 건조기(오른쪽)가 세탁기와 병렬로 설치돼 있다.

LG전자

환시켜 저온제습하는 방식이다. 가스·전기 히터로 공기를 가열하는 '배기식 건조기'보다 에너지 소모량이 낮고 옷감 손상도 적을 뿐 아니라, 습증기 배출용 배관을 벽에 뚫을 필요 없어 설치도

편리하다. 국내에서 대세로 자리잡은 히트펌프 건조기의 친환경성·설치 용이성 등 장점이 부각되면서 세계 최대 프리미엄 가전 시장인 북미에서도 관심이 높아지

고 있다.

LG전자가 이번 전시에서 선보이는 히트펌프 건조기는 북미 시장 최초로 AI DD모터를 탑재한 제품이다.

세탁조·건조통(드럼)과 모터를 직결한다는 의미의 DD(Direct Drive)모터는 벨트로 드럼을 감아 돌리는 방식에 비해 내구성이 높고 섬세한 움직임을 구현한다. 특히 세탁물의 무게·습도·옷감 종류 등을 분석하는 AI 기술을 적용해 세탁·건조 강도를 세탁물에 맞게 자동 조절한다.

LG전자는 세탁기에 먼저 탑재한 AI DD모터를 지난해부터 건조기에도 업계 최초로 적용했다. 건조통이 움직이는 속도를 섬세하게 제어, 드럼 내 세탁물의 낙차를 줄여 한 방향으로 정속 회전하는 일반 건조기보다 옷감 수축을 개선한다.

또한 건조통 내 습도·전류량 등을 분석해 옷감의 종류와 무게에 최적화해 건조함으로써 건조시간을 줄이고 옷감 손상도 최소화한다.

LG전자는 이번에 전시하는 히트펌프 건조기 전 라인업에 실린더가 2개인 듀얼 인버터 히트펌프를 적용했다. 듀얼 실린더 방식은 싱글 실린더 대비 냉매 압축·순환 효율이 높아 건조 성능과 에너지 효율이 뛰어나다.

LG전자는 AI 및 핵심 부품 기술력을 기반으로 급성장 중인 히트펌프 건조기 시장을 선점한다는 계획이다. 시장조사업체 데이터인테로에 따르면, 전세계 히트펌프 건조기 시장 규모는 2023년 약 38억 달러에서 연평균 약 14% 성장해 2032년 약 125억 달러에 이를 것으로 예상된다.

/구남영 기자 koogija_tea@metroseoul.co.kr

중진공, 청년 AI 개발자 145명 배출

이어드림 스쿨 교육생 졸업식
23명, IT 기업에 졸업 전 취업
오는 23일까지 5기 교육생 모집

중소벤처기업진흥공단이 스타트업 인공지능(AI) 기술인력 양성사업을 통해 청년 AI개발자 145명을 배출했다.

중진공은 13일 서울 강남구에 위치한 아모리스 역삼에서 '이어드림 스쿨 제4기 교육생 졸업식'을 개최했다.

이어드림 스쿨은 AI 분야 스타트업의 개발자 인력난 해소를 위해 미취업 청년을 AI분야 실무인력으로 양성해 취·창업을 연계 지원하는 사업이다.

이번 4기 교육생들은 지난해 3월에 입교해 12월까지 초급 이론 교육부터 기초 및 심화 단계로 구성된 AI 직무 특

화과정, 인턴십 등 스타트업 연계 실천 프로젝트까지 취·창업에 중점을 둔 10개월간의 교육 과정을 수료했다.

특히 실천 프로젝트를 통해 구글(Google)이 운영하는 글로벌 AI경진대회 플랫폼인 '캐글(Kaggle)' 대회에서 은메달 1개, 동메달 3개를 수상했다.

또 한국국제협력단(KOICA)이 주관하는 '2024년 국제개발협력 AI 데이터 활용 공모전'과 인천창조경제혁신센터에서 주최한 'ICCE x innovation 창업 IR 경진대회'에서 각각 대상과 최우수상을 수상하는 등 국내외 AI 경진대회에서 연이어 우수한 성과를 거뒀다.

4기 과정을 수료한 145명 중 23명은 중소기업과 스타트업을 포함한 내실 있는 IT 기업에 정규 교육과정 졸업 전

취업에 성공했다. 4기 취업자의 73%인 17명은 AI분야 비전공자 교육생이다.

중진공 조한교 인력성장이사는 "AI 분야의 세계적인 기술·사업 영역의 확대도 향후 개발자 인력 부족이 이어질 것으로 예상된다"며 "앞으로도 이어드림 스쿨을 통해 우수한 청년 개발자를 양성하고 국내 AI 스타트업·중소기업과의 일자리 매칭에 최선을 다하겠다"고 밝혔다.

한편, 중진공은 이달 23일까지 이어드림 스쿨 5기 교육생을 모집한다. 이를 통해 비대면 온라인 과정 150명과 대면 현장 집합 과정 50명 등 총 200명을 양성한다. 학력·전공 관계없이 39세 이하 대한민국 미취업 청년이라면 누구나 지원할 수 있다.

/김승호 기자



충북 증평군 증평장뜰시장은 문화관광투어 '장뜰애(愛) 가자' 프로그램을 진행하면서 가족 단위 고객들이 부쩍 늘었다.

증평장뜰시장에 부는 '새바람' 주변 관광지 연계로 인파 '복직'

'장뜰애 가자' 1800여명 다녀가
5년간 관광지 방문객 92.6% ↑
시장 상인·관광객 만족도 높아

"엄마, 여권 주세요. 제가 스탬프 찍을게요."

한 가족이 여권을 들고 충북 증평군에 있는 증평장뜰시장 곳곳을 누빈다. 주변에 있는 관광지를 다녀온 사람들도 삼삼오오 짝을 이뤄 스탬프 투어를 즐기고 있다.

증평의 대표 전통시장인 증평장뜰시장이 2년간 운영한 문화관광투어 '장뜰애(愛) 가자' 프로그램에서 쉽게 만나볼 수 있는 풍경이다.

'장뜰애 가자'는 지역 문화여행지 16곳 가운데 8곳 이상을 여행하고 증평문화여권에 스탬프를 찍어 인증하면 증평장뜰시장 축제에서 쓸 수 있는 온누리상품권으로 교환해주는 프로그램이다.

소상공인시장진흥공단이 운영하는 '문화관광형시장 육성사업'에 선정된 증평장뜰시장은 관광객이 점점 늘어나는 추세에 맞춰 주변 관광지와 가까워 편리하게 찾을 수 있다는 지리적 이점을 고려해 문화관광투어를 기획했다.

실제 증평군은 풍부한 관광 자원을 바탕으로 최근 5년간 주요 관광지 방문객 수가 92.6% 늘며 2023년에 100만명을 돌파하는 등 관광도시로 주목받고 있다.

증평장뜰시장 축제와 연계한 문화관광투어 '장뜰애 가자'는 지난해 5월부터 10월까지 총 6회 운영해 1800여명이 다녀가며 성공적으로 마무리했다.

특히, 중소기업부의 동행축제와 어린이 장보기 체험과도 연계해 지역 경제 활성화와 상권 발전에 기여하며 증평장뜰시장과 관광지를 잇는 새로운 모델을 제시했다는 평가다.

고객들은 증평의 새로운 매력을 발견하는 동시에 온누리상품권을 받아서 좋고, 주민과 상인들은 관광객을 유치하고 상권에 활기를 더할 수 있었다.

참가자를 대상으로 한 조사 결과 만족도가 95%에 달했다. 시장 특화 요소 브랜드 인지도 역시 92% 개선되는 등 긍정적이었다.

이같이 문화관광투어가 성과를 거둘 수 있었던 데에는 지역사회와의 협업을 통해 다양한 연계 사업으로 확대 운영하는 데 집중된 증평장뜰시장의 노력이 빛을 발했다.

또한, 증평장뜰시장을 방문하는 고객들에게 깨끗한 시장의 모습을 보여주기 위해 장뜰클린데이 '흔들어주세요'를 운영했다. 상인들은 자발적으로 시장 구석구석을 청소하고 방역을 실시하는 등 위생, 청결 개선과 고객만족도 향상을 위해 노력했다.

/김승호 기자

LX판토스 초대형 물류센터 인수 이커머스 경쟁력 강화

LX판토스가 인천 청라지구에 위치한 초대형 물류센터를 사들였다.

국내 최대 규모의 자가 풀필먼트센터를 확보함으로써 이커머스 사업 경쟁력을 본격 강화해 나가겠다는 계획이다.

LX판토스는 인천 서구 원창동 393-50번지에 위치한 초대형 풀필먼트센터를 인수했다고 13일 밝혔다.

대지면적 2만6025㎡, 연면적 14만2852㎡에 총 11개 층으로, 축구장 20개를 합친 것과 맞먹는 규모다.

신규 물류센터는 인천국제공항과 인천북항-내항-신항에 인접해 항공·해상물류에 최적의 입지 조건을 갖추고 있다.

LX판토스는 신규 물류센터를 'K-컬처 플래그십 센터'로 삼아 이커머스 사업 경쟁력을 본격 강화한다는 계획이다. K-컬처 제품의 역직구 수출이 지속 증가하는 추세에 맞춰 이커머스 고객들을 위한 풀필먼트-해외배송 연계 사업을 추진한다.

/김승호 기자

LX하우시스 '전·월세 인테리어 패키지'

바닥재·벽지 제품 조합 구성

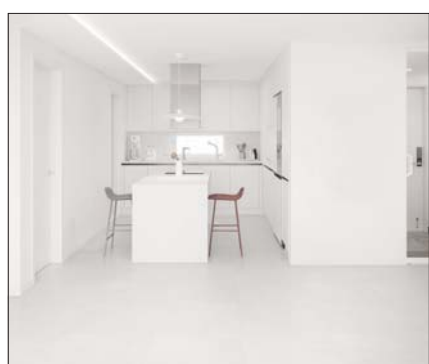
LX하우시스가 인테리어 성수기인 봄을 앞두고 전·월세 고객을 대상으로 'LX Z:IN 전·월세 인테리어 패키지' 상품을 출시했다.

13일 LX하우시스에 따르면 이번에 내놓은 '전·월세 인테리어 패키지' 상품은 전·월세 임대인과 임차인이 계약 시 가장 많이 협의하는 인테리어 공사가 바닥 및 도배 공사임을 감안해 바닥재·벽지 제품 조합으로 구성했다.

'전·월세 인테리어 패키지'는 베스트 셀러 제품인 '지아자연애-그레이콘 크리트'와 '베스피-테라코타 화이트'로 조합, 최근 대세로 떠오른 화이트·그레이 계열의 색상 맞춤으로 깔끔하면서도 공간이 더 넓어 보이는 톤온톤(Tone on Tone; 유사 컬러 배치) 인테리어를 연출할 수 있다.

두 패키지 모두 최근 시장에서 가장 인기를 끌고 있는 트렌드와 디자인을 조합한 ▲미니멀 스타일 ▲내추럴 스타일 ▲모던 스타일 등 3종으로 구성했다.

대표 패키지 상품인 '일반형·미니멀



LX하우시스가 인테리어 성수기인 봄을 앞두고 'LX Z:IN 전·월세 인테리어 패키지' 상품을 출시했다.

스타일'의 경우 '지아자연애-그레이콘 크리트'와 '베스피-테라코타 화이트'로 조합, 최근 대세로 떠오른 화이트·그레이 계열의 색상 맞춤으로 깔끔하면서도 공간이 더 넓어 보이는 톤온톤(Tone on Tone; 유사 컬러 배치) 인테리어를 연출할 수 있다.

'전·월세 인테리어 패키지' 상품 관련 상담 및 구매를 원하는 고객은 LX Z:IN 브랜드 사이트를 통해 신청할 수 있다.

/김승호 기자