

광동제약, e-스포츠 음료 '온더게임' 출시

광동제약은 액티비티 음료 브랜드 '온더'의 두 번째 라인업 '온더 게임(On the game)'을 출시했다. '온더'는 액티비티의 장르에 따라 온더그린, 온더게임, 온더코트, 온더핏의 4개 라인업을 갖추고 있다. '온더게임'은 e스포츠를 즐기는 소비자들을 위한 액티비티 음료다. 천연 유래 카페인과 L-테아닌을 함유했다.



진화하는 AI 음성합성

“감정표현까지?...동영상에 AI 더빙 넣어볼까”

KT, 'AI 보이스 스튜디오' 서비스 100가지 목소리로 5가지 감정표현 다국어 합성·셀럽 음성 제공까지 네이버도 '클로바더빙' 서비스 제공 가상인간 로지·방송 등에 실제 활용



KT AI 보이스 스튜디오를 활용해 콘텐츠를 만들고 있는 어린이들(왼쪽)과 네이버 클로바 AI 음성합성 기술로 AI 보이스를 갖게 된 가상인간 로지. 사진제공 | KT·네이버

‘인간의 감정을 담은 인공지능(AI) 음성으로 콘텐츠를 만든다.’

AI 음성합성 기술이 진화하고 있다. 음성합성은 컴퓨터로 사람의 목소리를 기계적으로 합성하는 것을 말한다. 국내 정보기술(IT) 기업들은 AI 기술을 더해 음성을 보다 자연스럽게 만들고, 감정까지 더했다. 또 가상인간의 목소리를 만들고, 유명인들의 음성을 제공하는 서비스도 선보였다.

●KT, AI 보이스 스튜디오 출시

KT는 인간의 감정을 담은 AI 음성합성 콘텐츠를 제작할 수 있는 'AI 보이스 스튜디오' 서비스를 출시했다. 100개의 AI 목소리를 활용해 즐거움, 침착함, 중립, 슬픔, 화남의 5가지 감정으로 합성할 수 있는 'AI 보이스'와 이 AI 보이스를 활용해 영상 등 오디오 합성 콘텐츠를 제작할 수 있는 '스튜디오'로 구성됐다. 특히 AI 보이스 스튜디오엔 국내 최초로 적용된 '감정 더빙' 기술이 탑재돼 있다. 이 기능을 활용하면 AI 보이스를 낭독한 감정 그대로 더빙할 수 있어 더 생생한 AI 음성을 만들 수 있다.

또 AI 보이스 스튜디오가 제공하는

모든 AI 목소리는 한국어, 영어, 중국어, 일본어 4개 국어로 '다국어 합성'이 가능해 글로벌 시장을 겨냥한 제작자들에게 유용하다. KT는 유명인들의 음성을 AI로 제공하는 '셀럽 AI 보이스'도 준비했다. 첫 번째 셀럽 AI 보이스는 가수 윤도현이다. AI 윤도현 목소리는 오디오북을 제작할 수 있도록 낭독체와 대화체가 담겼으며, 감정 표현도 제공한다.

다만 셀럽의 권리 보호를 위해 홈페이지의 문의하기 기능을 활용해 별도 정책에 따라서 이용할 수 있다. KT는 AI 보이스 스튜디오를 체험할 수 있도록 독서 플랫폼 '밀리리서재'와 협업했다. AI 윤도현의 목소리로 인기도서 '인간관계가 힘들어서 퇴사했습니다'를 오디오북으로 제작했다.

최준기 KT AI/빅데이터사업본부장은 “KT만의 차별화된 AI 기술로 인간에 가까운 감정을 표현하는 등 AI 목소리의 가치를 향상시켰다”며 “향후 그룹사를 비롯한 다양한 파트너와 협력해 더 혁신적인 AI 보이스 스튜디오 서비스를 출시하겠다”고 말했다.

●네이버, 가상인간 '로지' 목소리 제작

네이버는 AI 보이스로 동영상을 더빙할 수 있는 '클로바더빙'을 통해 음성합성 기술을 서비스하고 있다. 클로바더빙에선 다양한 성별, 연령대, 스타일의 105개 보이스를 자유롭게 사용할 수 있다. 영어, 일본어, 중국어, 스페인어 등 외국어도 제공한다. 클로바더빙의 AI 보이스는 채널A의 '오은영의 급속 상담소',

‘요즘 육아 급속같은 내 새끼’ 등 실제 방송에서도 활용됐다. 네이버는 자신의 목소리로 손쉽게 AI 보이스를 제작할 수 있는 '보이스메이커' 서비스도 오픈했다.

네이버는 이런 음성합성 기술로 싸이더스튜디오엑스의 가상인간 로지의 목소리도 만들었다. 로지의 AI 보이스는 지난 5월 SBS 파워FM '두시탈출 컬투쇼'에서 공개됐는데, 가상 인간이 라디오 방송에 출연한 첫 사례였다. 로지의 AI 보이스는 네이버 클로바에서 자체 개발한 NES 기술을 통해 제작됐다. 약 40분 수준의 짧은 녹음만으로도 분야에 대한 제약 없이 사용할 수 있으면서, 사람에 가까운 자연스러운 목소리를 구현할 수 있는 게 특징이다.

김명근 기자 dionys@donga.com

창이통상 '번개장 숯불착화기' 론칭 기존 제품보다 내구성·안전성 높여

반영구적 주물버너 적용...점주·소비자 만족도 UP



창이통상(대표 김종락)이 고기음식 전문점의 필수 아이템인 착화기의 내구성, 경제성, 안전성을 높인 '번개장 숯불착화기'(사진)를 론칭해 주목을 받고 있다.

기존 착화기 총판을 운영하면서 파악한 문제점을 보완하기 위해 4년 여간 연구개발한 끝에 2019년 '번개장 숯불착화기'를 개발했다. 유명 외식업소에서 입소문을 타고 빠르게 공급되고 있으며 재구매율도 높다. 기존 제품의 고질적인 문제였던 버너와 배출용 모터 부분을 개선해 내구성과 성능을 끌어올렸다.

특히 국내에서 처음으로 반영구적으로 사용할 수 있는 주물버너를 사용했으며 모터도 특수냉각 팬이 달려 있는 고열형 모터 사용으로 수명을 연장했다. 착화 도중 문제가 생기면 에러코드가 뜨면서 가스 작동이 저절로 멈추는 시스템으로 특허등록까지 마쳤다. 에러코드로 문제 부분을 미리 알 수 있어 고장 시 우선으로 조치 가능하도록 효율성을 높였다.

특히 집진기능을 갖추어 재를 날리지 않으면서 재사용 숯을 정리할 수 있어 보다 쾌적한 주방 환경을 유지할 수 있다. 바쁜 시간대에 집진기능을 사용해 가스 없이 한 개의 테이블용으로 바로 피울 수도 있어 점주와 소비자 모두 높은 만족도를 보여주고 있다.

김종락 창이통상 대표는 “소비자가 만족하는 제품, 안전하고 효율성 있는 제품들을 지속적으로 출시하는데 최선을 다해 나갈 것”이라고 강조했다. 김재범 기자

애경 '리큐 진한겔 퓨어클린 허브에센스' 출시



애경산업이 '리큐 진한겔 퓨어클린 허브에센스'(사진)를 선보였다. 핀란드산 효소와 독자 개발한 계면활성제를 적용해 단백질과 피지 등의 얼룩 제거에 도움을 주는 액체세제다. 일랑일랑, 로즈마리, 라벤더 등 허브에센스를 함유해 세탁 후

기본 좋은 산뜻함을 선사한다. 플라스틱 생산 과정에서 발생한 잔여물을 재활용해 만든 PIR 소재를 제품 용기에 적용해 환경과 지속가능성을 함께 고려했다.

건강 올레길 | 우리동네 주치의의 건강학

불면증, 수면제 투약하면 내성 생겨... 비약물적 인지행동치료로 만성화 차단

사람들은 불면증이 오래되면 수면제를 가장 먼저 떠올린다. 하지만 수면제는 장기적으로 투약하면 약 효과가 점점 더 감소하는 내성이 발생하고 심리적·신체적으로 의존하게 돼 약 없이 잠들기 어려워질 수도 있다. 또 한 일시적인 기억상실이나 수면 관련 식이장애 등의 부작용도 간혹 있을 수 있어 주의가 필요하다. 수면제 외에 항우울제, 항정신병약제 등 진정효과를 지닌 약도 처방하는데 역시 인지저하, 심전도 변화, 식욕 및 체중 증가 등의 부작용 가능성을 고려해야 한다.

그래서 수면제 외에 인지행동치료를 시도해볼 수 있다. 생활습관, 수면 패턴, 왜곡된 인지, 잘못된 건강정보 등으로 인해 불면증이 만성화되는 기전을 차단하고 회복시키는 것을 목적으로 하는 비약물적 치료다.

그 외 경두개자극자극술(r-TMS)도 불면증 치료로 시도해볼 수 있다. 자기장을 이용한 비침습적인 방법으로 대뇌피질 신경세포의 각성과 긴장도를 떨어뜨려 불면증을 완화할 수 있다. 약물치료에 효과가 없거나 약물에 대한 부작용이 나타날 경우에 대안으로 시도할 수 있는 치료법이다. 환자 스스로 수면습관을 개선하는 것도 중요하다. 어제 잠을 못 잤다고 해도 누워있는 시간을 줄이고 운동 등 더 적극적인 신체활동으로 불면증이 만성화되는 것을 막을 수 있다.

천안 신경과 이연오신경과 오형근 원장

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

길기연 서울관광재단 대표 “매력특별시 서울관광 콘텐츠 개발 최선”

“거대 랜드마크로 관광객 모아야” 글로벌 마케팅 통해 서울 리브랜딩 각종 오프라인 행사도 본격 진행



18일 청계천 서울관광플라자에서 진행된 기자회견에서 엔데믹 시대 서울관광 마케팅을 역설하는 길기연 서울관광재단 대표. 사진제공 | 서울관광재단

“우리에게도 런던아이 같은 랜드마크가 필요합니다.”

서울시의 관광사업을 총괄하는 서울관광재단 길기연 대표이사가 글로벌 관광시장 선점을 위한 로드맵을 발표했다.

길 대표는 18일 서울관광플라자에서 진행된 취임 1주년 기자회견에서 서울을 파리, 런던, 바르셀로나 등과 견줄 수 있는 세계적인 관광도시로 키우겠다는 포부를 밝혔다. 길 대표는 “서울은 세계인에게 ‘경제 중심 도시’로 각인됐지만 여전히 다른 관광 경쟁 도시와 비교

하면 아쉬운 점이 많다”며 “영국 런던의 런던아이와 같은 거대 랜드마크 시설로 관광객을 끌어 모아야 한다”고 역설했다. 이어 “방한 외국인 80%가 찾는 서울

은 한국의 첫 관문으로 서울이 성장해야 지방도 성장하고 미래 관광객 유치 경쟁력이 있다”고 강조했다.

이를 위해 서울관광재단은 하반기 서울관광 리스타트를 위해 글로벌 마케팅을 본격 추진한다. 6월 공개한 서울관광 브랜드 ‘MY SOUL, SEOUL’ 홍보영상에 이어 서울명예관광홍보대사인 방탄소년단과 2022년 서울관광 대표 홍보영상을 8월 촬영한다. 국제회의 개최 세계 2위 도시 위상에 맞는 온·오프라인 마케팅으로 ‘뉴노멀 MICE 도시 서울’을 새롭게 브랜딩할 계획이다.

그동안 코로나로 진행하지 못했던 각종 오프라인 행사도 본격화 한다. 8월에 진행하는 ‘2022 서울 페스타’에서는 전 기차 경주대회(E-Priz)와 함께 서울 쇼

핑페스타를 오프라인 행사로 개최한다. 지난해 코로나 상황 속에 개최해 관람객 40만 명이 다녀간 ‘서울 빛초롱 축제’는 올해 광화문광장에서 12월 말에 약 2주간 실시한다.

특히 서울 자치구별로 특성화된 관광 콘텐츠를 발굴하여 테마관광 카운터를 육성할 계획이다. 6월 강북구서 시범운영을 시작한 도심 등산관광센터를 9월에 정식 개관하고 광진구와는 ‘반려동물 관광’을 중심으로 협력한다.

길 대표는 “취임 후 1년간은 관광업계 지원, 디지털 전환 등 코로나 팬데믹 상황에 대응했던 시간이었다”며 “하반기부터는 매력특별시 서울관광 콘텐츠 개발을 위해 최선을 다하겠다”고 앞으로의 포부를 밝혔다.

김재범 기자 oldfield@donga.com

조원태 한진그룹 회장, ‘올해의 항공화물 리더십상’ 수상

조원태(사진 가운데) 한진그룹 회장이 17일(현지시간) 런던에서 열린 ‘에어라인 스트레티지 어워드’에서 ‘2022년 올해의 항공화물 리더십’ 상을 수상했다. ‘에어라인 스트레티지 어워드’는 항공전문매체

인 플라이트 글로벌이 주관하는 시상식으로, 2002년부터 매년 뛰어난 리더십과 역량을 토대로 위기를 극복한 경영자와 항공사를 선정하고 있다.

조원태 회장은 이날 시상식에서 “코로



나19 팬데믹은 항공산업 종사자 모두에게 극복하기 힘든 위기였다”며 “대한항공은 신속하게 여객기를 화물기로 전환하는 등 오히려 기회로 활용해 상황을 반전시킬 수 있었고, 이는 모두 대한항공 임직원들의 헌신과 지원 덕분”이라고 소감을 밝혔다.

김재범 기자