

“뤼튼 3.0 통해 진정한 생활형 AI로... ‘1인 1AI’ 시대 열 것”

신규서비스 ‘뤼튼 3.0’ 주요내용 공개
AI 서포터, 감정교류 EQ레이어 기반
개별 사용자 정보 학습해 맞춤화

돈이 되는 AI, 기준 간소화 미션 제공
네이버 등 페이서비스 금융모델 염두

“생성형을 넘어 진정한 생활형 AI(인공지능)로 거듭나겠다. ‘1인 1AI’ 시대도 열겠다.”

최근 성공적 투자 유치로 실탄을 확보한 뫼트테크놀로지스는 8일 서울 포시즌스호텔에서 간담회를 열고 신규서비스 ‘뤼튼 3.0’ 주요 내용을 공개했다.

이세영 뫼트 대표는 인사말을 통해 “인터넷과 모바일이 그러했듯 AI 역시 우리 삶의 일부가 되고 있다”며 “뤼튼은 창업 당시부터 AI 대중화를 위해 계속 노력해왔으며, 이번 뫼트 3.0 출시를 통해 모두의 일상 속 깊숙이 자리잡는 진정한 데일리 AI 서비스로 나아가고자 한다”고 설명했다.

그는 “새로운 뫼트 3.0 서비스의 핵심인 AI 서포터는 일반인에게 다소 어렵



이세영 뫼트 대표가 간담회에서 뫼트3.0을 소개하고 있다.

/최빛나 기자

고 생소했던 AI 에이전트와 달리 이용자 각 개인에게 최적화된 외형과 말투, 이용자 정보, 장기 기억력을 결합해 감정적 교류를 유도하는 EQ레이어를 기반으로 한다”고 강조했다.

뤼튼은 ‘생활형 AI 시대를 이끌어 나갈 뫼트 3.0’을 주제로 뫼트의 신제품·핵심 기술·서비스를 발표했다. 4월 내로 서비스되는 ‘뤼튼 3.0’은 ‘1인 1AI’

시대를 내세워 개인화한 AI를 전면에 내세우고 있다.

제성원 뫼트컴퍼니인 서비스파트장은 “전국민 1인 1AI 시대, AI 서포터” 발표를 통해 “우리 국민 5000만명에게 각 개인에 맞는 5000만개의 AI를 보급하겠다”며 “AI 서포터는 단순한 비서나 보조자를 넘어 이용자 각 개인과 정서적으로 친밀하면서도 개인 최적화된 형

태로 업무와 여가 활동을 돕는 AI 조력자의 의미한다”고 전했다.

1인 1AI의 핵심으로 내세운 ‘나만의 AI 서포터’는 개별 사용자의 정보를 학습해 말투와 스킨까지 맞춤화해 감정적 교류가 가능한 서비스를 표방했다. 이를 위해 10배 좋아진 메모리를 통해 사용자와 모든 대화를 AI가 기억하게 된다.

기능 개선을 ‘뫼트 알아서 해주는 AI’에 주안점을 두고 의도 파악을 통해 적당한 도구를 추천하고, AI 모델 자체를 자체적으로 오케스트레이션 하고, 검색 여부까지 알아서 판단하는 AI로 성능 개선이 이뤄진다.

돈이 되는 AI는 기존 리워드를 제공하는 앱과 유사하되 한층 기준을 간소화하는 각종 미션들을 제공할 예정이다. 기존 포인트 성냥을 캐시로 전환, 1캐시를 1원처럼 현금으로 사용할 수 있게 한다.

현재까지 확보한 제휴사는 20~30개 정도이고, 그중에서 모바일이나 지류 상품권으로 현금처럼 사용가능한 업체만 우선 공개한다는 방침이다.

뤼튼은 이를 통해 장기적으로는 네이버와 카카오 등의 페이서비스 등 금융모델을 염두에 두고 있다고도 확인했다.

이동재 뫼트 CPO는 “이번 진화 테마는 생활형에서 생활형으로 나아가는 도약으로 ‘생활형’을 들었을 때 단어부터 생소하고 어렵다”며 “이렇게 하기 위해 3가지 혁신으로 1인 1 AI 시대를 열어 모든 사람에게 유의미한 사용처로 무료를 넘어 소득까지 제공하는 서비스로 거듭나겠다”고 설명했다.

뤼튼 박민준 컴퍼니인 AI 파트장은 “1인 1AI를 가능하게 한 기술적 배경과 성능 업그레이드는 ▲이용자 의도 파악과 도구 추천 알고리즘 ▲최신 AI 모델 활용 ▲검색 데이터베이스(DB) 현지화 ▲검색의 자동화 ▲모델 오케스트레이션의 이용자 선호도 반영 등을 통해 이용자 사전 조사 결과 약 35%의 만족도 향상이 이뤄졌다”고 강조했다.

한편 뫼트테크놀로지스는 이달 중 AI 에이전트 서비스와 관련해 별도 오픈소스 사업을 공개할 예정이다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

통신3사, 혜택강화로 고객 이탈방지 ‘총력’ ‘갤럭시 S25 크룩스 토이스토리 에디션’ 판매

알뜰폰, 올해 1000만 회선 돌파 전망
멤버십, 결합할인, 고객관리 박차
신규 유치보다 기존고객 유지 ‘집중’

가입자 정체기에 접어든 통신사들이 경쟁적으로 혜택을 강화하고 나섰다. 이동통신 3사 가입자가 알뜰폰(MVN)으로 이탈하는 현상이 가속하고 요금 인하 압박이 거세지자 멤버십 혜택 확대, 고객 서비스 경험 차별화 등으로 기존 고객을 잡아두려는 전략이다.

8일 업계에 따르면 통신 3사는 최근 자사 멤버십 혜택을 대폭 강화하고, 회선 결합 범주를 넓히며 기존 고객 이탈 방지에 집중하고 있다.

과학기술정보통신부에 따르면 알뜰폰은 2025년 1월 기준 955만 8016개의 회선을 확보하고 있다. 올해 중 1000만 회선 돌파가 예상된다. 2021년 609만 2800여 개였던 알뜰폰 회선 수는 2022년부터 2024년 사이에 300만 개 이상 늘어나며 제3의 시장 지대를 형성하고 있다.

이통 3사는 알뜰폰으로 이탈하려는 기존 고객을 붙잡기 위해 멤버십 혜택 강화와 가족 결합 회선 상품 확대, 고객 서비스 경험 차별화 등을 선택했다.

이달 SK텔레콤은 ▲SPC그룹 브랜드 제품을 구매할 수 있는 ‘해피오더’ 앱 ▲프리미엄 아이스크림·커피 브랜드 백미당 ▲북합리조트 파라다이스시티 ▲스킨케어 브랜드 셀퓨전씨 등 4곳과 신규 제휴를 체결하며 T멤버십 혜택을 확대했다. 또한 멤버십 정기 이벤트인 ‘T 데이’ 론칭 7주년을 맞아, 4월 한 달간 다양한 이벤트를 전개한다.

KT는 이달 1인 가구 증가에 대응해 ‘따로 살아도 가족 결합’ 상품을 확대 개편, 실질적인 통신비 절감 효과를 기대할 수 있도록 했다. 지난해 6월 무선 회선 수를 최대 7회선으로 늘렸을 당시 소비자의 긍정적인 반응을 반영해, 최대 10회선까지 결합할 수 있도록 확대했다. 또 ‘싱글인터넷 베이직’ 상품에도 모바일 결합 혜택을 추가 적용해, 인터

넷 요금 5500원 할인에 모바일 결합 할인까지 받을 수 있도록 했다.

LG유플러스는 지난달 AI를 활용해 소비자의 서비스 불만을 사전에 탐지하고 예방할 수 있는 고객 관리 시스템을 구축했다. 새롭게 도입한 ‘고객관계관리(Customer Relationship Management, CRM)’ 시스템은 고객의 개통·AS 정보, 상담 내역, 품질 정보 등을 통합 관리하고, AI가 고객의 잠재 불만과 불편을 선제적으로 감지하는 플랫폼이다. 초고속인터넷·IPTV 등 홈 서비스를 이용 중인 소비자가 불만을 표현하기 전에 미리 대응함으로써, 서비스에 대한 불만을 낮추고 차별화된 경험을 제공하기 위한 조치다.

통신 3사의 최근 마케팅 전략은 신규 고객 유치대신 기존 고객 이탈 방지로 방향을 전환하고 있다. 멤버십 혜택 강화, 가족 결합을 통한 요금 할인, AI 등 신기술을 활용한 서비스 편의 증대가 대표적인 변화다.

/김서현 기자 seoh@

KT닷컴, 500대 한정 제품

KT는 영화 ‘토이스토리’ 30주년을 맞아 크룩스 코리아, 월트디즈니 컴퍼니 코리아와 함께 ‘갤럭시 S25 크룩스 토이스토리 에디션’을 출시한다고 8일 밝혔다. 이 제품은 KT 공식 온라인몰인 KT닷컴에서만 500대 한정 판매된다.

이번 에디션은 ▲갤럭시 S25 256GB 아이스 블루 모델을 기반으로 ▲KT 전용 크룩스 케이스 ▲토이스토리 지비즈™ 5종 ▲랏소 캐릭터 스트랩 ▲랜덤 토이스토리 피규어 ▲토이스토리 안드로이드 테마 ▲크룩스 온라인몰 할인 쿠폰 등 다양한 콜라보 아이템으로 구성됐다.

제품 실물은 KT와 크룩스 주요 매장 10곳에서 전시되며, 자세한 매장 정보는 KT 홈페이지에서 확인할 수 있다.

KT는 갤럭시 S25 시리즈 구매 고객을 위한 다양한 프로모션도 함께 진행한다. ‘4월은 갤럭시 4기 좋은 달’ 프로모션을 통해 기존 갤럭시 S21 또는 폴더블3 시리즈 이후 모델을 반납하면 중고



KT가 출시한 갤럭시 S25 크룩스 토이스토리 에디션 이미지.

/KT

시세에 15만 원을 추가 보상하며, 삼성 카드로 결제 시 7% 캐시백 혜택도 제공된다.

온라인몰에서는 요금 69요금제 가입자 대상 ▲갤럭시 탭A9+ ▲갤럭시 버즈 FE ▲갤럭시 워치 7 중 하나를 100% 할인된 가격으로 제공하며, 월정액 7% 추가 할인 혜택도 제공된다.

S25 구매 고객 중 ‘갤럭시 체인지 초이스스페셜’ 또는 ‘프리미엄’ 요금제를 이용하는 경우, 단말 반납 시 최대 50% 보상이 가능한 ‘안심 체인지 New 갤럭시 AI 클럽’을 무료로 이용할 수 있다.

/김서현 기자

SKT, 보이스피싱 실시간 대응시스템 선택

스캠뱅가드, 금융·에이닷에 탑재

SK텔레콤이 자사의 AI 사이버보안 기술 ‘스캠뱅가드(ScamVanguard)’를 기반으로 통신 정보와 금융 데이터를 연계한 AI 기반 이상탐지 통합 서비스를 선보였다.

8일 SK텔레콤에 따르면, 이번 솔루션은 보이스피싱, 스미싱, 스캠 등 전자금융사기를 통합 탐지·분석할 수 있는 기술로, 통신 이력과 금융 행위를 결합한 국내 최초의 실시간 대응 시스템이다.

SK텔레콤은 스캠뱅가드를 기반으로

▲AI 미끼문자 탐지 ▲피싱 채팅 감지 ▲보이스피싱 통화 패턴 분석 ▲본인확인 분석 등 4가지 AI 기술을 고도화해 탐지 정확도를 한층 높였다.

기술은 이미 해외에서도 그 우수성을 인정받았다. 스캠뱅가드는 CES 2025에서 ‘사이버보안 부문 최고 혁신상’, MWC25 글로벌 어워드에서는 ‘커넥티드 소비자’를 위한 최고의 이동통신 서비스 부문에 선정됐다.

SKT는 지난해 9월 체결한 협약을 바탕으로, 이번 솔루션을 금융권 고객보호 시스템인 ‘SurPASS’에 탑재해 IB

K기업은행에 적용했다. SurPASS는 보이스피싱 탐지, 회선가입 정보, 단말기 정보, 위치정보 등을 통해 금융사고를 사전 차단하는 보안 패키지다.

기업은행은 정식 도입 전 2주간의 시범 운영 기간 동안 총 26건의 보이스피싱 피해를 사전 차단하고, 약 5억9000만 원의 피해를 막은 것으로 나타났다. 금융 거래가 일어나기 전 이상 패턴을 포착해 거래 자체를 차단한 사례도 포함돼 AI 탐지의 실효성을 입증했다.

이상탐지 솔루션은 SKT의 AI 서비스 ‘에이닷(A.)’에도 탑재돼 보이스피싱이 의심되는 번호로부터 수신되는 전화에 대해 경고 메시지를 제공하고 있다.

/김서현 기자

SK C&C, AI기반 공장 SHE 관리체계 구축

(안전·보건·환경)

모니터링 통해 사고 예측·예방 조치

SK C&C는 대형 산업 현장 및 제조 공장 특화 안전·보건·환경(SHE) 관리를 위한 인공지능(AI) 기반 서비스 체계를 구축했다고 8일 밝혔다.

해당 서비스는 AI와 디지털 기술을 접목해 기존 SHE 시스템을 고도화한 것으로, 제조 현장을 모니터링해 사고 위험을 예측하고 예방 조치를 지원한다.

AI와 사물인터넷(IoT) 기술을 이용해 현장에서 발생하는 각종 데이터를 실시간으로 수집·분석하고, 사고나 재

해 발생 시 즉각적인 조치를 취한다.

SK C&C 관계자는 “대형 공장 및 산업 단지는 넓은 작업 공간과 복잡한 공정이 얽혀 있어 여러 위험 요소가 존재한다”면서 “이 서비스는 고해상도 영상 분석, 진동 탐지, 가스 센서 네트워크 등의 기술을 활용해 정밀한 안전 관리를 돕는다”고 말했다.

SK C&C는 국내 주요 제조 공장에 AI DX 기반 SHE 서비스를 도입해 공정 설비와 데이터를 실시간 모니터링하는 체계를 마련한다는 계획이다.

/김현정 기자 hjk1@