

소치올림픽 축제에 ‘국가대표 맥주’ 빠지면 섭섭하지

나라별 개성만점 대표 맥주들

전 세계인의 축제 2014 소치올림픽의 막이 올랐다. 소치올림픽은 5시간의 시차 때문에 경기 대부분이 한국시간으로 늦은 밤이나 새벽에 시작된다. 설원에서 펼쳐지는 스포츠 경기를 보며 응원할 때 빼놓을 수 없는 것이 바로 맥주. 지난 2012년 런던올림픽 당시 대형 마트의 평균 맥주 매출이 3.2배가량 늘었다고 하니 소치올림픽에도 맥주를 찾는 소비자들이 증가할 것으로 예상된다. 특히 최근에는 미국, 독일, 일본 등 다양한 개성으로 무장한 수입 맥주들이 인기를 얻고 있다. 긴 겨울밤, 다양한 맛과 개성 넘치는 각국의 대표 맥주와 함께 올림픽 축제 분위기를 맘껏 즐겨보자.

●러시아 발티카 ‘벌처럼 특 쓰는 청량감’

러시아에도 세계적으로 유명한 맥주가 있다. 발티카(Baltika)는 러시아를 대표하는 맥주로 러시아 점유율 40%에 이르는 인기 맥주다. 발티카는 ‘발트해’를 뜻하는 러시아어로 맥주 종류마다 숫자가 적힌 것이 특징이다. No.0의 무알코올 맥주부터 No.9까지 숫자가 커질수록 알코올 도수가 높아진다. 국내에는 대형 마트에서 No.3, 6, 7, 9가 유통되고 있다. 풍성한 거품 사이사이로 벌처럼 특 쓰는 청량감이 매력적인 맥주다. 맑고 투명한 라거 맥주의 특징을 그대로 가지고 있어 여성들이 특히 선호한다.

●독일 벡스 ‘신선한 호프의 향과 풍성한 맛’

독일의 대표 맥주인 벡스(Beck's)는 보리, 호프, 효모만 사용하는 독일 전통양조 기술을 유지하고 있는 전통적인 독일 맥주이다. 현재 유럽을 포함해 전 세계 120여 개 나라에 수출되고 있다. 벡스는 신선한 호프의 향과 맥주 본연의

맛이 풍성하게 어우러져 담백하고 깨끗한 맛을 내는 최고급 품질의 프리미엄 맥주이다. 쓴맛이 강하지 않고 전체적으로 깔끔한 맛을 자랑한다.

●미국 버드와이저 ‘흔들리지 않는 세계 1위의 맛’

1876년 탄생 이후 남자들의 아이콘으로 자리 잡은 버드와이저(Budweiser)는 130년이 넘는 긴 역사와 함께 현재 세계 80여 국에서 판매되고 있다. 단일 품목으로 부동의 세계 판매 1위를 지키고 있는 역사와 전통의 글로벌 맥주 No.1 브랜드다. 버드와이저는 질 좋은 보리, 엿기름, 쌀, 이스트, 물과 호프 등 엄선된 5가지 성분을 30일 동안 양조하고 17일 동안 ‘비치우드 에이징’ 숙성법으로 제조한다. 다른 라거 맥주보다 신선하고 깨끗한 맛이 난다.



러시아 ‘발티카’ 특 쓰는 청량감이 매력적 독일 ‘벡스’ 부담없는 담백하고 깔끔한 맛 네덜란드 ‘하이네켄’ 시원한 목 넘김이 굿 덴마크 ‘칼스버그’ 진한 향의 아로마 호프 한국 ‘가스후레쉬’ 딸 때부터 색다른 재미

●일본 산토리 더 프리미엄 몰츠, “장인의 손이 빛은 깊은 맛”

일본 최고의 프리미엄 맥주 ‘산토리 더 프리미엄 몰츠’(Suntory The Premium Malt's)는 제조법에 대한 남다른 집념과 30년에 걸친 개발과정을 거쳐 장인 정신으로 만든 프리미엄 맥주다. 맑고 깨끗한 연수, 전분이 많고 곡피가 얇은 맥아, 체코 현지에서 재배단계부터 장인이 육성해 직접 관리한 사즈(Saaz) 호프를 100% 사용하는 등 심혈을 기울인 원재료를 독특한 공법으로 제조한다. 화려한 향과 깊고 진한 맛을 자랑한다.

●네덜란드 하이네켄 “거칠고 씹살한 ‘그린’의 맛”

네덜란드가 낳은 세계 3위의 맥주 브랜드 하이네켄(Heineken)은 물, 맥아, 호프 등 최고의 천연재료를 사용해 제조된다. 특 쓰는 상쾌한 맛과 거칠고 씹살한 느낌의 라거 맥주로 맑은 색상과 시원한 목 넘김이 특징이다. 특히 하이네켄 그린으로 물든 제품 디자인과 다양한 마케팅으로 트렌디한 젊은 소비자들에게 인기를 얻고 있다.

●덴마크 칼스버그 “167년 전통의 깊고 진한 향”

덴마크 몰트 맥주 칼스버그(Carlsberg)는 북·서유럽에서 2번째로 큰 맥주회사이다. 1847년 덴마크에서 생산돼 167년의 오랜 역사를 자랑한다. 현재 동유럽 지역에서 1위 자리를 지키고 있으며 전 세계 약 150개국에서 판매되고 있는 덴마크 대표 맥주다. 칼스버그는 엄선된 보리로 만들어진 100% 프리미엄 몰트 맥주로 아로마 호프의 깊고 진한 향을 자랑한다.

●중국 칭타오 “천연광천수와 독일 기술의 만남”

중국의 칭타오(Tsingtao) 맥주는 중국 맥주를 대표하는 브랜드이자 중국에서 가장 팔리는 맥주이다. 국내에서도 많은 마니아층을 형성하고 있다. 독일이 칭타오 지역을 지배할 때 생산되기 시작했다. 맑고 깨끗한 천연광천수와 독일의 정통 기술이 어우러져 진하고 구수한 맛, 특유의 청량함으로 인기를 끌고 있다. 칭타오 지방에서는 매년 맥주 축제를 열고 있으며 해마다 50만 명의 인파가 몰린다.

●한국 카스 후레쉬, “특 쓰는 맛! 따는 재미는 덤”

카스 후레쉬(Cass Fresh)는 특유의 상쾌함과 신선한 맛 덕분에 20~30대 젊은 층이 가장 선호하는 맥주로 자리 잡았다. 첨단냉각 필터라는 미 항공우주국의 최첨단 기술을 맥주 제조에 응용해 자체 개발한 기술로 맥주의 신선하고 특 쓰는 상쾌한 맛을 향상시킨 것이 특징이다. 카스 후레쉬는 ‘후레쉬 캡’(Fresh Cap)이 장착되어 있어 맥주병을 딸 때 다른 병마개보다 훨씬 청량감이 있는 소리를 낸다. 카스의 ‘특!’ 쓰는 맛뿐만 아니라 따는 재미까지 준다.

원성열 기자 sereno@donga.com 트위터 @serenowon



전국적으로 폭설이 내리면서 도로가 눈길·빙판길로 변했다. 미끄러운 도로는 제동거리가 길어지고 차량을 컨트롤하기 어렵기 때문에 각별한 주의가 필요하다. 특히 브레이크와 기어변속에 신경을 써야 한다.

눈·빙판길선 ‘2단 기어’로 출발하세요

강한 토크로 출발 시 미끄러짐 방지 코너에선 브레이크·변속 절대 금물

전국적으로 많은 눈이 내리면서 도로 곳곳이 눈·빙판길이다. 미끄러운 도로에서는 제동거리가 길어지고 평소와 같은 차량 컨트롤이 되지 않기 때문에 세심한 주의가 필요하다. 눈·빙판길 안전 운전 요령을 살펴봤다.

●출발 전 차량 눈 제거는 필수

방새 차량에 쌓인, 반갑지 않은 눈. 귀찮다는 이유로 앞 유리창 눈만 대충 제거한 채 운행하는 차량들을 많이 볼 수 있다. 하지만 이는 본인의 안전뿐만 아니라 다른 차량의 안전까지 위협하는 행위다. 차량 속도가 올라가면서 지붕에 쌓인 눈이 뒤따르는 차량을 덮치는 경우가 다반사이기 때문이다. 전후방과 사이드미러, 지붕의 눈까지 꼼꼼히 치워야 시야를 확보할 수 있고, 결빙으로 인해 와이퍼가 작동하지 않는 등의 2차 피해를 방지할 수 있다.

●수동기어와 엔진 브레이크를 활용하라

요즘은 대부분의 차량이 자동변속기 모델이지만 자동변속기 모델에도 수동 기능이 달려있다. 눈·빙판길에서 출발할 때는 변속기를 2단에 두고 출발해야 출발시 강한 토크로 인한 미끄러짐을 방지할 수 있다. 최신 모델에는 아예 스노 모드가 달려있는 경우도 있다. 역시 2단 출발과 동일한 효과를 낼 수 있도록 하는 세팅이므로 이를 적극 활용하는 것이 좋다.

감속시에도 요령은 동일하다. 눈길에서 감속할 때는 가급적 수동 기어를 활용해 엔진브레이크와 풋 브레이크를 동시에 쓰는 것이 좋다. 눈길에서 풋브레이크만 사용해 급제동을 시도하면 타이어가 미끄러지면서 차량이 회전하는 사고가 나기 쉽다. 아무리 4륜구동을 장착한 차량이라도 해도 빙판길에서는 장사가 따로 없다.

미리 속도를 줄이지 않으면 사고를 피하기 어렵다는 것을 염두에 두자.

●커브와 회전 시에는 브레이크·기어 변속 금지

코너에서는 브레이크를 밟지 않는 것이 가장 기본적인 운전 요령이다. 코너에 진입하기 전에 미리 충분히 속도를 줄인 뒤 코너에서는 핸들링만으로 빠져나가야 뜻하지 않는 미끄러짐으로 인한 코스 이탈을 방지할 수 있다.

코너링 도중 브레이크를 밟거나 급가속을 하면 차량이 회전하면서 사고가 나기 쉽다. 기어 변속 역시 마찬가지다. 코너 진입 전 감속과 기어 변속을 마친 뒤 코너에 진입해야 사고를 방지할 수 있다.

앞 차와의 간격을 평소보다 길게 유지하고, 선두 차량이 지나간 타이어 자국을 따라가는 것도 안전 운전 노하우다.

원성열 기자

삼성, 프리미엄 태블릿 ‘갤럭시 노트 프로’ 출시

한컴 오피스 뷰어 탑재…학습·업무 최적화

삼성전자가 9일, 프리미엄 태블릿 ‘갤럭시 노트 프로’(GALAXY Note PRO)를 국내 시장에 출시한다고 밝혔다.

갤럭시 노트 프로는 지난달 미국 라스베이거스에서 열린 국제전자제품박람회 CES 2014에서 공개돼 학업과 업무용으로 최적화된 프리미엄 태블릿이라는 호평을 받았다.

309.7mm의 대화면은 A4용지 크기와 비슷한 사이즈이다. 소비자들은 초고해상도의 WQXGA(2560×1600) 디스플레이로 다양한 콘텐츠를 종이책을 읽는 것처럼 편하게, 선명한 화질로 경험할 수 있다. 학업과 업무에 최적화된 프리미

엄 태블릿이라는 평가에 걸맞게 문서 편집과 멀티태스킹과 관련해 다양한 기능을 제공한다. ‘한컴 오피스 뷰어’가 기본 탑재돼 있으며 ‘한컴 오피스 에디터’는 2월 중순 이후부터 삼성 앱스에서 무료로 다운로드 받아 사용할 수 있다.

더욱 강력해진 멀티 윈도우는 화면 4분할을 지원해 최대 4가지 업무를 동시에 진행할 수 있다. 외부에서도 언제든지 내 PC와 연결해 원격으로 콘텐츠를 편집하고 저장할 수 있는 리모트 PC 기능을 지원한다.

출고가는 88만원. 전국 디지털프라자와 전자매장, 삼성전자 온라인 스토어(store.samsung.com) 등에서 구입할 수 있다.

김명근 기자 dionys@donga.com 트위터@kimyke76



삼성전자가 출시한 ‘갤럭시 노트프로’. 학업과 업무에 최적화된 프리미엄 태블릿으로 호평을 받고 있다. A4 용지와 비슷한 크기로 눈이 편안하며 멀티윈도우 기능으로 최대 4가지 업무를 동시에 진행할 수 있다.

사진제공 | 삼성전자

경제 브리핑

사의 표명 현대차 최한영 부회장 고문 위촉

현대자동차그룹은 7일 최한영 상용담당 부회장이 사의를 표명함에 따라 사표를 수리하고 고문으로 위촉했다. 이번 인사는 현대차 상용부문 해외 진출 사업이 일단락되고, 전주공장 2교대 전환 및 증산 프로젝트가 마무리됨에 따라 후진을 위해 용퇴하겠다는 의사를 밝힌 데 따른 것이다. 이에 따라 현대차그룹은 상용영업 부문 담당에 김충호 사장을 겸임 발령했다. 또 전주공장은 국내생산총괄 담당(윤여철 부회장)이, 중국사천공장은 중국사업총괄 담당(설영홍 부회장)이 각각 관할하도록 했다.

푸조, 재구매 고객 10만km 오일교환권 지급

푸조(PEUGEOT)의 한국 공식 수입원인 한볼모터스㈜(대표이사 송승철)가 푸조 누적 2만대 돌파를 기념해 2월 한 달간 ‘재구매 고객 감사 프로모션’을 진행한다. 이번 프로모션 기간 동안 과거 푸조 차량을 구매한 이력이 있는 고객이 푸조 차량을 재구매하면 10만km 엔진 오일 교환 서비스 쿠폰을 지급한다. 대상은 국내 시장에 판매되고 있는 푸조 전 차종이다. 한볼모터스㈜ 송승철 대표이사는 “연비에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 ‘연비는 역시 푸조’라는 인식이 자리 잡아 꾸준히 성장할 수 있었다. 앞으로 고객들의 사랑과 관심에 보답할 수 있는 프로그램을 더욱 강화하겠다”고 밝혔다.

올해 제주 관광객 최단 기간 100만명 돌파

올해 벌써 제주 방문관광객이 100만명을 돌파했다. 사상 최단기간 기록이다. 제주특별자치도 관광협회는 지난 8일을 기준으로 제주를 찾은 관광객이 총 100만5302명을 기록해 사상 최단 기간에 입도 관광객 100만명을 넘어섰다고 밝혔다. 지난해 같은 기간 제주를 찾은 관광객 79만3247명과 비교하면 26.7% 증가한 규모다. 올해 입도 관광객은 내국인 86만1341명, 외국인 14만3961명이다. 도관광협회는 설 연휴 요일배열이 좋아지고 지난해보다 따뜻한 날씨로 항공 및 선박 결항이 줄어들면서 관광객 수가 급증한 것으로 파악하고 있다.

네파, 금메달 획득 시 다음날 최대 20% 할인

아웃도어 브랜드 네파(대표 김형섭)가 23일까지 태극전사들의 금메달을 기원하는 ‘프라이드 오브 코리아, 프라이드 오브 네파’(PRIDE OF KOREA, PRIDE OF NEPA) 이벤트를 실시한다. 대표팀이 금메달을 획득 시 다음날 최대 20%까지 신상품을 할인해주는 행사다. 금메달 개수

당 10%씩 할인되며, 금메달 2개 이상 시에는 최대 20%까지 적용된다. 할인 적용 제품은 2014년 봄 시즌을 맞아 새롭게 선보인 신제품이다. 전국 네파 매장과 홈페이지(www.nepa.co.kr)를 통해 진행된다.

LGU+ ‘일등문화 만들기’ 캠페인 전개

LG유플러스가 집중 근무 시간제를 도입하고 서류없이 구두로 보고하는 등 시장 선도를 위한 ‘일등문화 만들기’ 캠페인을 전개한다. ‘일등문화 만들기’는 전사에 효율적인 소통문화를 전파하고, 시장을 선도하는 조직문화를 만들기 위해 LG유플러스 사원 협의체인 블루보드가 자발적으로 기획한 캠페인이다. 캠페인의 주된 활동은 임직원 업무 몰입도를 상승시키기 위한 ‘911 문화 운동’, 사내 지식공유 프로그램인 ‘굿모닝 세미나’ 등이다. ‘911 문화 운동’은 ▲아침 9시부터 11시까지 집중 근무 시간을 설정해 몰입할 수 있는 환경을 조성하는 ‘911근무’ ▲구(9)두로 1(한)장으로 1(한)번 보고하는 ‘911 보고’ ▲9(아홉)시까지 1(한)가지 술로 1(일)차만 하는 ‘911 회식’의 세 가지 의미를 담고 있다.

롯데마트, 닭·오리 소비촉진 행사

롯데마트는 AI(조류인플루엔자)로 고통 받는 양계농가를 돕기 위해 26일까지 가금류에 대한 소비자 인식 전환을 유도할 계획이다. 또 송년 보령, 전북 익산, 충북 음성 지역의 농가에서 닭과 오리 30만 마리(약 20억원)를 긴급 매입해 26일까지 소비촉진 행사를 진행한다. 출하 지연으로 커버린 닭고기 소비촉진을 위해 무게 단위로 판매하는 ‘킬로(Kilo) 치킨’도 선보인다.

디초콜릿커피, 발렌타인데이 이벤트 실시

수제초콜릿 전문 커피브랜드 ‘디초콜릿커피’(www.dechocolatecoffee.co.kr)는 발렌타인데이를 맞아 다양한 초콜릿 선물 세트와 함께 사은품을 증정하는 이벤트를 진행한다. 발렌타인데이 한정 제품으로 요구르트 베이스의 초콜릿 제품을 판매한다. 시즌 한정 초콜릿은 총 4종이다. 요구르트 베이스에 핑크색 초콜릿 코팅 등 사랑스러운 느낌으로 제품을 구성했다. 발렌타인데이 초콜릿 선물세트 출시를 기념해 16일까지 초콜릿 3만원 이상 구매 고객 모두에게 행운의 스크래치카드를 증정한다. 스크래치카드에는 호텔 숙박권, 뮤지컬 티켓 등 다양한 경품이 숨어 있다.

편집 | 김대권 기자 bong82@donga.com 트위터 @bong82i