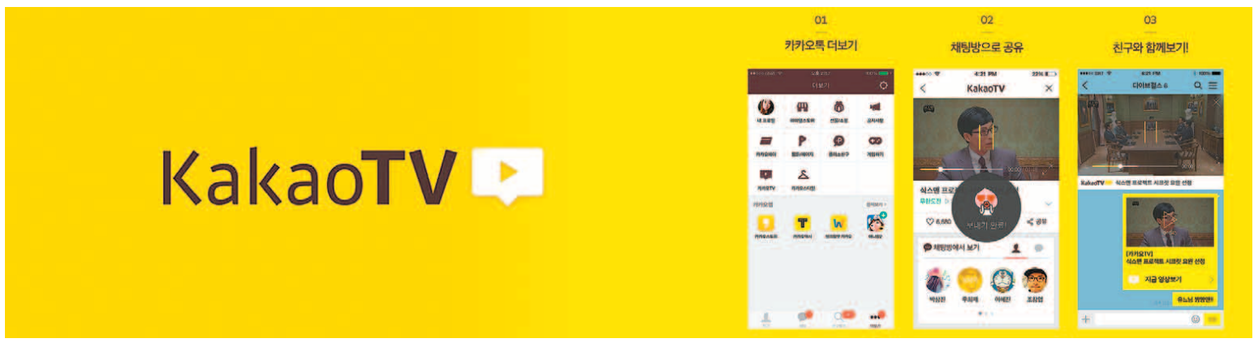

무선통신 속도가 빨라지고 데이터 요금제 출시 등으로 무선 데이터 이용이 늘면서 관련 기업들이 모바일 동영상 서비스를 강화하고 있다. 다음카카오가 16일 내놓은 모바일 소셜 영상서비스 '카카오TV'. 사진제공 | 다음카카오

이젠 '카톡'하면서 동영상 본다

다음카카오 '카카오TV' 선봬

카카오톡 채팅 중 영상 감상·공유 가능
VOD·웹드라마 등 다양한 콘텐츠 제공
네이버는 개인 방송 플랫폼 서비스 준비

모바일 '볼거리' 경쟁에 불이 붙었다. 무선통신 속도 개선과 더불어 데이터 요금제 출시 등으로 무선 네트워크 이용이 늘면서 정보기술(ICT)기업들이 동영상 서비스를 강화하고 있다. 특히 이미 동영상 관련 서비스를 해오던 인터넷 기업들은 새 서비스를 내놓으면서 치열한 경쟁을 예고하고 있다.

●'카톡'하며 동영상 본다

다음카카오는 16일 모바일 소셜 영상서비스 '카카오TV'를 내놨다. 메신저 '카카오톡'과 모바일 소셜네트워크서비스(SNS) '카카오스토리'에서 영상 콘텐츠를 공유할 수 있는 서비스다. 먼저 카카오톡 채팅방에서 대화와 동시에 동영상을 볼 수 있다. '채팅방에서 보기' 기능을 이용해 영상을 공유할 수 있고, 채팅방 안에서 카카오TV 플레이어를 통해 커뮤니케이션과 영상 감상을 이어갈 수도 있다. 짧은 방송 클립 뿐 아니라 무료영화 주문형비디오(VOD), 웹드라마, 라이브 방송까지 콘텐츠도 다양하다. 카카오TV 콘텐츠는 SNS 카카오스토리에서도 공유 가능하다. 카카오스토리 더보기에서 카카오TV를 실행한 뒤 동영상 상세화면에서 '스토리에 공유'를 누르면 '내 스토리'에 해당 콘텐츠를 게시할 수 있다. 카카오TV는 카카오톡과 모바일 브라우저에서 카카오TV 서비스 공식 웹페이지(tv.kakao.com)를 통해 이용할 수 있다. 이번 주 중 카카오스토리 더보기 탭에서도 카카오TV를 만나볼 수 있다. 한편 다음카카오는 카카오톡 업데이트를 통해 영상통화를 즐길 수 있는 '페이스톡' 기능도 선보였다.

●네이버 '플레이리그' 준비 중

네이버의 경우 지난달 모바일 메인 동영상판을 개편했다. 모바일홈 동영상판에 네이버와 제휴한 단독 콘텐츠를 소개하는 '오리지널'과 다큐멘터리 등 이색 소재 영상을 소개하는 고정 영역을 신설했다. 웹애니메이션과 웹드라마, 72초TV, 다큐멘터리 등 실험적 영상과 요일별로 과학·심리·역사·여행 등 비 예능분야 콘텐츠를 메인에 소개했다. 그 결과 이용자당 체류시간이 6%, 재생 수는 4% 증가하는 등 활용도가 높아진 것으로 나타났다. 네이버는 하반기 중 모바일을 겨냥한 개인 방송 플랫폼 '플레이리그'도 선보일 예정이다. 플레이리그는 개인 콘텐츠 제작자들이 자신만의 콘텐츠로 동영상 방송을 만들어 공유하는 서비스다.

한편, 이동통신사들도 데이터 중심 요금제를 내놓으면서 모바일 IPTV 등 동영상 시청 혜택을 강화했다. 특히 LG유플러스의 경우 동영상 이용 데이터를 추가 제공하는 비디오 관련 특화 요금제를 내놓기도 했다. 김명근 기자 dionys@donga.com

전·월세족 위한 '착시 인테리어' 대세

시공 간편·원상복구 가능·부담없는 가격
페인트·시트지·데코타일 등 판매량 증가

▼팬톤페인트

스크레치 펜▶

홈시트 샤론스톤 시트지▶

집주인 눈치를 봐야 하는 전·월세족 사이에서 시공이 간편하고 원상복구도 가능한 이른바 '착시 인테리어'가 주목받고 있다. 부담 없는 가격대의 소품을 활용해 인테리어 효과를 극대화하는 방법이다. 특히 온라인몰에서는 페인트, 시트지, 데코타일 등 관련 상품 판매가 꾸준히 증가하고 있다.

온라인쇼핑사이트 G마켓이 올 들어(1/1~6/14) 페인트 전체 판매량을 조사한 결과, 전년 동기 대비 28% 증가한 것으로 나타났다.

벽지 위에 페인트칠을 하면 분위기를 새롭게 바꿀 수 있고 이사를 갈 때 벽지를 떼어내면 티 나지 않게 처리할 수 있다. 일명 '전세 인테리어'는 이미 집에 부착돼 있는 것을 떼어내지 않고 그 위에 덧대는 방식이 주로 활용되고 있다. 이로 인해 창문 시트지, 포인트 스티커 판매가 늘고 있다. 파벽돌 다크-브라운(2500원)은 마치 벽돌을 부착한 듯한 인테리어 효과를 낼 수 있는 아이템이다.

바닥재 중에서는 시트지를 붙이는 형태로 간단하게 시공할 수 있는 데코타일 판매량이 늘고 있다. 바닥뿐 아니라 주방이나 욕실의 벽면에도 활용하면 분위기를 쉽게 바꿀 수 있다. 점착식 데코타일(2만2900원)은 타일이나 장판 위에 사용할 수 있는 제품으로 스티커 타입으로 돼 있어 간단하게 시공할 수 있다.

페인트나 시트지가 부담스럽다면 간단한 소품이나 보수용품으로 포인트 인테리어 효과를 줄 수 있다. 타일줄눈마카(5000원)는 펜 형태로 되어 있어 줄눈 위에 색칠하듯 그어주면 된다.

이사 가기 전 마루나 문지방 등에 난 흠집과 벽에 난 못 자국 때문에 난감한 경우가 있다. 이럴 때는 흠집 보수 용품을 사용하면 감쪽같이 자국을 가릴 수 있다. 스크레치 펜(9800원)은 문, 마루 등에 난 작은 흠집을 보수할 때 유용하다. 오크, 월넛, 체리 등 색상에 맞는 제품을 구매한 뒤 펜붓을 이용해 흠집을 채워주면 된다. 칠을 마무리한 후 마르기 전에 티슈나 천을 이용해 문질러주면 더욱 자연스럽다.

포인트 리페어(6840원)는 벽에 난 못 자국을 메워주는 제품이다. 화이트, 라이트 베이지 등 8가지 색상 중 골라서 구매할 수 있다.

양형모 기자 ranbi@donga.com

LGU+, '앱세서리' 공략 강화

헬스·레저·생활분야 제품 우선 출시

LG유플러스가 스마트폰과 연동해 이용할 수 있는 앱세서리 시장 공략에 나선다.

LG유플러스는 고객들이 다양한 앱세서리를 체험해 볼 수 있도록 서울 서초동 매장을 시작으로 전국에 플래그십 매장을 확대 운영한다고 16일 밝혔다. 헬스와 레저, 생활 등의 영역에서 앱세서리를 우선 출시하는 한편 향후 생활가치를 높일 수 있는 품목까지 확대해 나갈 계획이다.

헬스분야에는 활동시간과 칼로리, 보행거리 등을 측정하는 손목형 피트니스 밴드와 체성분 분석을 통해 실시간으로 관리할 수 있는 체성분 분석기 등이 있다. 레저분야에는 드론과 어군탐지기 등이 있다. 생활분야에는 스마트폰으로 촬영한 사진을 즉석에서 인화하는 모바일 포토 프린터 '포켓포토'와 '마이빔', 아웃도어용 스피커, 안경형 3D모니터 등이 있다. 김명근 기자

소비자들이 LG유플러스 플래그십 매장에서 스마트폰과 연동해 이용할 수 있는 앱세서리를 체험하고 있다. 사진제공 | LG유플러스

금호타이어, IoT 기반 생산·유통 관리시스템 구축

〈사물인터넷〉

금호타이어가 타이어 업계 세계 최초로 완제품에 이어 반제품에도 전자태그(RFID)를 적용하는 사물인터넷(IoT) 기반 생산 및 유통 통합 관리시스템을 구축했다고 16일 밝혔다.

금호타이어는 2013년부터 공장에서 생산되는 트럭버스용 타이어를 시작으로 지난해 승용차용 타이어에 이르기까지 완제품에 RFID를 부착해 제품을 관리해왔다. 이달부터는 국내 공장 반제품 공정에도 해당 기술을 적용했다. 이로써 금호타이어는 바코드 방식을 채택하고 있는 국내외 타사들과 확실한 차별화를 이루게 됐다. 금호타이어 공장에서는 반제품을 운반하는 모든 캐리어에 RFID가 부착되어 제품의 위치 및 입출고 내역, 재고관리 등을 파악할 수 있다. 이를 통해 금호타이어는 엄격한 선입선출 및 실시간 생산관리 등 한층 향상된 품질 관리가 가능해졌다. 손봉영 금호타이어 한국생산기술본부장은 "제조공정에 혁신적인 신기술을 타사보다 한발 앞서 도입하여 생산 및 물류관리의 효율성을 높이고 제품의 품질관리를 한층 강화했다. 해당 시스템을 통해 제품의 정보를 체계적으로 관리하고, 앞으로도 지속적으로 고객 만족과 생산 혁신에 힘쓸 것"이라고 말했다. 원성열 기자 sereno@donga.com

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com