■ 쿠팡, 가짜상품 판매로 '갑질 논란'

중소진품업체 "짝퉁 판매로 큰 피해" 쿠팡 "상표권자의 일방적 주장일뿐"

소셜커머스 기업 쿠팡이 '갑질 논란'에 휩싸였다. 가짜 상품을 판매해 진품 판매업체에 피해를 주고, 이후 판매 보증을 지키지 않아 해당업체를 도산으로 몰아넣었다는 주장이 제기된 것. 쿠팡은 이와 관련해 일방적인 주장이라며 정면으로 반박하고 나섰다. 하지만 해당업체 사장도 언론을 통해 입증할 수 있는 관련 자료를 가지고 있다고 밝히면서 논란은 당분간 계속될 전망이다.

● "무자료거래제품 판매"

14일 열린 국회 산업통상자원위원회 국정감사에서 새정치민주연합 홍영표 의원은 증인으로 출석한 박대준 쿠팡 정책실장에게 지난해 4월 가짜 등산용 소형 가방을 판매해 앞날이 유망한 중소 진품업체를 도산으로 몰아넣었다며 문제를 제기했다. 해당 배낭은 스윙고라는 업체가 특허권을 가진 제품. 하지만 홍의원에 따르면, 쿠팡은 생산자가 출고한 적이 없는 암시장의 '무자료거래제품'을 팔았다. 이후 이를 알아챈 스윙고가 쿠팡에 가품유통의혹을 제기했고, 쿠팡은 해당제품의 판매를 중단한 것으로 알려졌다. 쿠팡측은 이날 짝퉁 논란 제품의 정확한 유통경로를 입증하지는 못했다. 홍의원은 또 쿠팡측이 스윙고에 20억원 상당의 5만개 판매 보장을 제안했지만, 실제로 1500개만 팔려 결국 해당 업체가 도산했다고 밝혔다. 그리고 쿠팡 직원과 해당업체 사장이 판매 보장과 관련한 이야기를 나누는 녹취록도 공개했다.

● "일방적 주장일 뿐"

사태가 커지면서 쿠팡은 16일 자료를 내고 정면으로 반박했다. 사실이 아직 확인되지 않은 수사 중인 사건으로, 상표권자인 스윙고측 김모씨의 일방적 주장에 지나지 않는다는 것이다. 특히 사업상의 어려움으로 상표권 침해 소송을 제기하는 등 그동안 무리한 요구와 수많은 협박을 일삼아 공갈미수 혐의로 고소한 상태라고 밝혔다. 쿠팡측은 해당제품은 리빙스토리에 정상적으로 세금계산서를 발행했으며, 파산원인이라고 지적한 딜(판매)은 2일 9시간 동안 47개 판매한 뒤 주문취소금액을 반영해 55만5900원을 정산했을 정도로 미비했다고 밝혔다. 5만개 판매를 보장했다는 것도 사실과 다르다고 주장했다. 오히려 이후 스윙고와 직접 딜을 진행하는 과정에서 불합리한 요청을 계속해 해당 직원이 결국 퇴사했다고 설명했다. 아울러 계약을 해지한 뒤 상표권 침해 소송을 제기하고 소송 전 조정단계에서 무리한 합의금을 요구하는 것은 물론 언론제보와 국회 동원 등을 지속적으로 언급했다고 주장했다.

김명근 기자 dionys@donga.com

해외 다이어트 제품 주의보

식약처, 근육강화제 등 10개 제품서 유해성분 검출

인터넷을 통해 판매되고 있는 다이어트와 근육강화 기능 표방 제품에서 식품에 사용할 수 없는 유해 성분이 검출됐다.

식품의약품안전처는 해외 인터넷사이트에서 다이어트 효과(72개) 또는 근육강화(38개)를 표방하며 판매되는 식품(110개)을 수거해 검사한 결과, 10개(9.1%) 제품에서 식품에 사용할 수 없는 의약품 유사성분이 검출됐다고 16일 밝혔다. 식약처는 해당 제품들의 통관금지와 판매 사이트 차단을 각각 관세청과 방송통신심의위원회에 요청했다.

적발된 10개 제품 중 패스틴-XR 등 3개 제품에는 각성제 유사 성분인 BMPEA와 PEA 성분이 검출됐다. 베니쉬 등 2개 제품에서는 BMPEA가, 패스틴 등 5개 제품에서는 PEA 성분이 나왔다. 이들 성분은 마약, 각성제의 원료인 암페타민(향정신성의약품) 유사 성분들로 사람을 대상으로 임상시험이 실시되지 않아 안전성 입증은 물론 부작용도 알려져 있지 않다. 다만, 다이어트 효과 및 근육강화와 관련된 스테로이드제 성분(스타노졸롤), 향정신성의약품 성분(펜메트라진, 펜디메트라진), 디니트로페놀(dinitrophenol, DNP) 등은 검출되지 않았다. 식약처는 소비자가 해외 인터넷 사이트를 통해 직접 구입하는 식품은 식품에 사용할 수 없는 의약품 성분 등이 함유될 수 있어 구매에 각별한 주의가 필요하다고 밝혔다.

주영로 기자 na1872@donga.com

KT&G, 누적 수출량 5000억개비 돌파

KT&G가 15일까지 담배 판매량을 집계한 결과, 해외 누적 수출량이 5002억개비를 기록했다고 밝혔다. 현지공장 생산분까지 합치면 총 해외 판매량은 5321억개비에 달한다. 현재 KT&G는 동남아, 미주, 유럽 등 전 세계 50여 개국에 담배제품을 수출하고 있으며 세계 5위의 글로벌 담배기업으로 자리매김했다. 특히 올해는 해외 판매량이 내수 판매량을 추월하는 첫 해가 될 것으로 전망되고 있다. KT&G는 담뱃값 인상 등으로 인한 국내 수요 감소를 타개하기 위해 올해 2월 글로벌 사업 담당 조직을 재무, 인사 분야 등이 독립된 CIC(Company In Company) 체제로 개편하는 등 적극적인 수출 확대 전략을 펼치고 있다.

양형모 기자 ranbi@donga.com



금호타이어가 2015 프랑크푸르트 모터쇼 신규 글로벌 전시부스 안에 대형 LED WALL을 설치하는 등 다양한 마케팅 활동을 전개하고 있다.

프랑크푸르트(독일) 원성열 기자 sereno@donga.com

전기차 전용타이어 '와트런' 유럽도 주목

프랑크푸르트 모터쇼에 선 금호타이어

젖은 노면 제동력·탁월한 저소음 장점
오프로드 전용 XAV·XLV용도 큰 관심
유럽에 뒤지지않는 차세대 기술력 증명

금호타이어가 2015 프랑크푸르트 모터쇼(IAA) 참가를 통해 세계적인 수준의 타이어 기술력을 유럽 시장에 알렸다.

독일 프랑크푸르트 모터쇼는 1897년 세계 최초로 개최됐고, 올해로 66회째를 맞았다. 독일 자동차공업협회에서 주최하며, 자동차기술을 선도하는 독일 및 유럽의 메이커들이 중심이 되어 기술적 측면을 강조하는 기술 전시회다. 이 때문에 타이어 브랜드들에게는 유럽에서 자사가 지닌 기술력과 미래 비전을 유럽시장에 과시할 수 있는 좋은 기회가 된다.

금호타이어는 새로운 디자인의 글로벌 전시부스 안에 관람객들의 시선을 한 눈에 사로잡는 대형 LED 월(WALL)을 설치하고 다양한 마케팅 활동을 진행한다. 대표 전시 제품은 기존 제품 대비 중량을 25% 낮춘 친환경 타이어인 '와트런(WATTRUN)'이다. 이 제품은 전기차(EV) 전용 타이어로, 구동 저소음 구현은 물론 젖은 노면에서 탁월한 제동력을 발휘한다. 또한 주행 중 펑크가 나도 타이어가 스스로 봉합하는 기능을 갖춘 실란트 타이어도 선보였다. 국내 타이어업계 중에서는 최초로 출시한 제품이다. 아울러 펑크가 나도 일정 거리를 주행할 수 있는 런플랫 타이어 등의 특수 타이어도 함께 전시해 모터쇼를 찾은 유럽 및 글로벌 완성차 메이커 관계자들의 주목을 받았다.

금호타이어가 자체 개발한 쌍용차 콘셉트카 XAV, XLV용 타이어도 큰 관심을 끌었다. XAV 전용 타이어는 오프로드 전용 콘셉트 타이어다. 산양 발바닥 형태를 모티브로 디자인해 접지력을 극대화했으며, 진흙지형에 맞게 특수 설계됐다. XLV용은 젖은 노면에서의 배수성을 강화시킨 타이어다. 기능성을 부각시킨 독특한 타이어 디자인도 관심을 모았다.

15일(현지시간) 프랑크푸르트 모터쇼 금호타이어 전시장에서 만난 김철환 금호타이어 유럽 영업담당 상무는 "와트런은 미래 마케팅 전략 차원에서도 중요한 타이어다. BMW와 벤츠 등 독일 주요 완성차들과의 향후 협력 강화를 통해 유럽 시장에서 공격적인 마켓쉐어(시장점유율)를 확보해 나갈 것"이라고 밝혔다.

유럽의 타이어 시장은 글로벌 무대에서 가장 영향력이 큰 톱 브랜드들의 격전지다. 금호타이어의 시장점유율은 글로벌 메이커에 비해 상대적으로 낮지만 꾸준히 상승의 기회를 모색하고 있다. 금호타이어가 유럽의 각종 모터스포츠 대회 후원 및 출전 등을 통해 꾸준히 기술력을 과시하는 것도 이 때문이다. 프랑크푸르트 모터쇼를 통해 확인한 것은 금호타이어의 미래형 타이어를 만들어내는 기술력은 만큼은 유럽의 톱 브랜드들에 뒤지지 않는다는 점이다.

김철환 상무는 "유럽 시장에서 피부로 느껴지는 금호타이어의 브랜드 인지도, 한국제품에 대한 평가는 지속적으로 상승하고 있다. 혁신적인 제품을 지속적으로 출시하고, 모터쇼를 통해 기술력을 알린다면 유럽은 물론 글로벌 타이어 시장에서 한국을 대표하는 타이어 메이커로 성장할 수 있을 것"이라고 자신했다.

프랑크푸르트(독일) | 원성열 기자 sereno@donga.com

국내 첫 후불제 음악서비스 '지니 알뜰음악감상'

KT뮤직, 월정액 요금제 불편한점 보완
월 기본료 100원…1곡당 10원 추가요금

곡당 10원(부가세 별도)으로 스트리밍을 즐길 수 있는 후불제 음악 서비스가 나왔다.

KT뮤직은 16일 서울 광화문사옥에서 기자간담회를 갖고, 국내 최초 후불 음악감상 요금제 '지니 알뜰음악감상'을 출시한다고 밝혔다. 월 기본료 100원에 1곡 감상 시 10원씩 요금이 추가되는 방식이다. 1곡 음악감상 가격은 12원이지만, 지니 고객들은 2원 할인된 가격으로 이용할 수 있다. 60초 이상 듣지 않으면 '미리듣기'로 간주해 과금되지 않는다. 이용자는 또 음악이용 횟수를 플레이어 화면 등에서 확인할 수 있다.

KT뮤직은 모든 스마트폰 사용자가 월정액 요금제에 만족하지 않는다고 보고 이번 서비스를 구상했다. 실제로 최근 실시한 설문조사 결과 유료 음악서비스 미사용자 중 46%가 '이용료 대비 사용량이 적어 유료 음악서비스를 이용하지 않는다'고 답했다.

KT뮤직은 기존 서비스와의 카니발리제이션(자기시장잠식)이 아닌 새로운 시장을 창출한다는 목표를 세웠다. 김성욱 KT뮤직 대표는 "알뜰음악감상 출시로 비용부담 때문에 음악서비스를 이용하지 않았던 잠재고객들까지 유료 음악시장으로 편입시킬 수 있게 돼 2016년까지 시장을 10%이상 키울 수 있을 것이다"고 말했다.

한편 KT뮤직은 이날 라이프 사이클에 맞춰 디지털 음악서비스를 제공하는 '지니 라이프' 서비스도 시연했다. 다양한 IT기기로 끊김 없는 음악 서비스를 이용할 수 있다. 위치와 날씨 기반으로 음악을 큐레이션하는 '굿모닝 지니'와 스마트워치로 심박수를 측정해 맞춤 음악을 재생하는 '지니 스포츠', 음성명령으로 안전운전을 보장하는 '지니 드라이브', 음악과 소셜네트워크서비스(SNS)를 결합한 음악채팅 '뮤직허그', 스마트폰과 IPTV를 연동해 음악서비스를 이용하는 '올레TV지니' 등이다.

김명근 기자



KT뮤직이 곡당 10원으로 듣는 만큼 비용을 지불하는 국내 최초 후불 음악감상 요금제 '지니 알뜰음악감상'을 내놨다.

사진제공 | KT뮤직

노스페이스, VX재킷 출시

활동성 강화한 절개 패턴…9가지 색상



글로벌 아웃도어 브랜드 노스페이스가 가을·겨울 시즌 'VX재킷'(사진) 신제품을 출시한다. 어떤 날씨, 어떤 활동에도 최적의 신체 컨디션 유지가 가능하도록 설계됐다. 다양한 아웃도어 및 스포츠 활동에서 폭넓게 활용할 수 있다. 재킷뿐만 아니라 베스트, 코트 등 다채로운 스타일을 선보여 소비자 선택의 폭을 넓혔다.

대표 제품인 노스페이스 'VX 슬림 2 재킷(17만원)'은 몸에 밀착되는 슬림 핏과 입체적인 절개 패턴을 적용해 활동성을 강화한 것이 특징이다. 재킷 전면 상하부에 직각으로 배치된 패딩 구조와 촘촘한 퀼팅 라인이 액티브한 느낌을 배가시켜준다. 남성용은 블랙, 잉크 블루, 그레이시 베이지, 플레임 오렌지 등 9가지 색상으로 출시됐다. 여성용은 블랙, 코랄 핑크, 딥 퍼플 및 옐로우 라임 등 9가지 색상이다.

양형모 기자

편집 | 심승수 기자 sss23@donga.com