

제네시스·SM3·벤츠 리콜

타이어·연료호스·엔진후드 등 제작 결함

국도교통부는 현대자동차의 제네시스, 르노삼성자동차의 QM5와 SM3, 메르세데스-벤츠 등 총 2만9388대에서 제작결함이 발견돼 시정조치(리콜)한다고 28일 밝혔다.

제네시스는 타이어 측면 부위 미세한 틈새(크랙) 때문에 리콜된다. 2013년 12월부터 올해 2월 28일까지 생산된 제네시스 1만2848대는 주행시 타이어 공기압이 낮아질 가능성이 발견됐다. 해당 타이어는 한국타이어의 벤투스S1노블2 제품이다. 리콜대상인 타이어 로트번호는 2013~5213, 0114~5214, 0115~0715이며 타이어를 보면 제품명 아래에 확인할 수 있다. 해당 자동차는 28일부터 현대자동차서비스센터에서 타이어 4개 교환 등의 무상수리를 받을 수 있다.

르노삼성자동차에서 제작한 QM5는 연료호스 결함으로 불이날 가능성이 있어 1만237대를 리콜한다. 리콜대상은 2013년 8월9일부터 2015년 7월 6일까지 만든 자동차다. SM3는 에어백이 터질 때 운전자가 상해를 입을 수 있어 2002년 2월7일부터 2003년 2월7일까지 제작된 자동차 4418대를 리콜한다. 르노삼성자동차서비스센터에서는 30일부터 이들 자동차에 대해 무상 수리를 시작한다.

메르세데스-벤츠코리아가 판매한 차량 16종 1835대도 리콜한다. E250 BLUETEC 4MATIC 등 7개 차종 912대는 보행자 보호를 위한 다이내믹 엔진후드 결함으로 보행자의 상해 위험이 오히려 커지는 문제로, C200과 C220 BLUETEC 192대는 전조등 결함으로 반대편 차량 운전자에게 눈부심을 유발할 우려가 있어 리콜한다. E220 BLUETEC 등 7개 차종 승용자동차 640대는 연료파이프 크랙으로 연료가 새 화재 가능성이 있고, C250 BLUETEC 4MATIC과 C300 4MATIC 91대는 전동식 파워스티어링 소프트웨어 결함으로 핸들조작에 문제가 있을 수 있어 리콜한다.

원성열 기자 sereno@donga.com

CJ오쇼핑, 1인 방송제작자 선발 오디션

1인 미디어에 대한 뜨거운 관심이 발맞춰 CJ오쇼핑이 창의적이고 개성 넘치는 영상 콘텐츠 제작 능력을 갖춘 쇼핑 크리에이터를 선발하는 '쇼크 오디션'을 개최한다. 유통업계에서 차별화된 영상 콘텐츠 제작을 위해 지속적인 협업 관계를 유지할 1인 방송 제작자를 선발하는 것은 CJ오쇼핑이 처음이다. 선발된 쇼핑 크리에이터들은 6개월간 쇼핑을 소재로 한 영상을 제작해 고객에게 색다른 즐거움을 제공하게 된다. 영상 콘텐츠 제작이 가능한 1인 제작자는 누구나 지원할 수 있다. 내년 1월14일까지 CJ오쇼핑 상품을 소재로 한 영상을 업로드한 유튜브 링크를 CJ플 내 '쇼크 오디션' 이벤트 페이지에 등록하면 된다. 온라인 공개투표, 심사를 거쳐 최종 5명을 선발한다.

티몬, 연말까지 '슈퍼마트' 전 상품 10% 할인



티켓몬스터는 모바일 생필품 전문채널인 '슈퍼마트'의 전 상품을 연말까지 10% 즉시 할인하고 기존에 제공 중인 할인 쿠폰 중복 적용할 수 있는 최자가 할인행사를 실시한다. 행사기간 동안 슈퍼마트에서 10% 즉시 할인된 가격으로 햇반3입(2690원) 3개와 신라면5입(2780원) 2개, 리스테린 750ml(3590원) 2개와 옥시크린2.5L(1만1790원) 1개를 구입하면 총 3만2600원이다. 여기에 연말까지 3만원 이상 구입시 8000원의 할인쿠폰을 제공하고 있는데, 이를 중복 적용하면 실제 구매가는 2만4600원이다. 서울 시내 대형마트의 판매 가격과 비교하면 50% 이상 저렴하다.

오픈마켓 11번가, 중문 11번가 오픈



오픈마켓 11번가는 중국 고객을 대상으로 한 '중문 11번가' (www.11street.com.cn·사진)를 오픈했다. 제품 설명은 물론 결제까지 모두 중국어로 제공해 원스톱 쇼핑이 가능하다. 중문11번가에선 상품기획자(MD)가 선별한 패션, 뷰티, 유아, 생활용품 등 다양한 카테고리의 제품을 선보인다. 갤럭시와 AK플라자 등 백화점도 입점했다. 또 알리페이와 웨이보 등 현지 계정을 통해 별도 가입 절차 없이도 주문, 결제를 할 수 있도록 편의성을 높였다. 아울러 'QQ메신저'를 통해 빠른 상담 서비스를 지원하며 온라인카드와 알리페이 등 중국 고객을 위한 결제 서비스를 제공한다. 모든 상품 설명은 물론 브랜드명을 중국어로 번역해 손쉽게 검색이 가능하다.

보온·안전 중무장...이용대처럼 입고 해돋이 보자



'신년 해돋이' 이것만은 꼭

보온성 구스다운·발열재킷은 필수품
방수고소모·아이젠·스펙츠 등도 유용

새해의 시작을 해돋이 산행으로 계획하고 있다면 '보온'과 '안전'을 단단히 머릿속에 새겨두어야 한다. 희망찬 2016년을 코를 훌쩍이며 시작하고 싶지 않다면 말이다. 신년의 붉은 태양은 준비된 자에게만 쾌적한 관광을 허용한다. 겨울 설산의 풍경을 만끽하고 산 위로 떠오르는 장엄한 일출을 따뜻하게 맞이하고 싶다면 반드시 챙겨야 할 아이템들이 있다.

●온도와 습도 조절하는 스마트 발열재킷·초극세사 공기층 재킷

가장 중요한 건 추위와 바람을 막아줄 아웃도어 재킷이다. 두 달이 필요 없다. 무조건 보온, 보온이다. 노스페이스는 구스다운급의 탁월한 보온성을 갖춘 자체 개발 VX소재를 충전재로 사용한 'VX맥머도 코트'와 'VX맥머도 파카(이상 37만원)'를 추천했다. VX 충전재와 풍성한 퍼(털) 후드를 적용하고 영얼이를 덮는 길이로 제작해 추운 새벽 산에서도 극강의 보온력을 발휘한다.

블랙야크의 스마트 발열재킷 '아크온H'는 겨울 산의 혹독한 추위 속에서도 몸에 최적화된 온도를 유지할 수 있다. 발열 섬유와 함께 전원을 공급하고 의류 내부의 온도와 습도를 조절하는 등판 안쪽의 장치가 마법의 비결이다. 'P5XP1(58만원)', 'B5XP5(68만9000원)'이 주력제품이다.

아이더의 '카시미르'는 700 필파워의 헝가리 구스다운을 충전재로 적용해 가볍고 따뜻한 고기능성 헤비 다운재킷이다. 방수·방풍 기능이 탁월하고 습기에 강해 비, 눈에도 끄떡없다. 남성용 37만원, 여성용 36만원.

'알파인 다운(59만9000원)'은 밀레가 전문 산악활동을 즐기는 마니아들을 겨냥해 선보인 '레스큐 시리즈'의 대표제품이다. 산악구조대를 연상케 하는 다양한 디테일이 특징. 초극세사 섬유층 사이에 형성된 무수히 많은 공기층이 몸의 열을 붙잡아 두는 3M 신슬레이트를 덧댔다. 글로벌 아웃도어 브랜드 컬럼비아의 '엘리먼트 컨트롤 터보다운 재킷(65만8000원)'은 레드와 블랙의 투톤 배색으로 포인트를 더한 다운재킷이다. '붉은 원숭이 해'에 어울리는 색깔이다. 컬럼비아가 자랑하는 터보다운 기술이 적용됐다. 인공보온충전재인 옴니히트 인슬레이션과 천연 보온재인 구

스다운을 결합한 기술이다.

●머리보온을 위한 고소모 인기·아이젠, 스펙츠도 필수

산에서는 머리를 따뜻하게 해 주어야 한다. 머리 보온에만 성공해도 저체온증을 막을 수 있다. 노스페이스의 '하이벤트 프로히트 캡(5만6000원)'은 방수·방풍·투습기능이 뛰어난 하이벤트 원단을 사용해 번덕스러운 겨울 산에서 쓰기 좋은 방한모다. 모자 안감에 신체의 열을 반사해 보온성을 배가시키는 프로히트 원단이 들어있다.

'레보고소모(6만6000원)'는 블랙야크의 트래킹·여행라인인 TR2라인의 남녀공용 방수고소모다. 귀달이 부분에 퍼를 사용해 따뜻하다. 남녀공용 캐주얼 고소모인 '코사코고소모(6만2000원)'도 있다. 아이더의 '하이테크 패딩 고소모(6만3000원)'는 귀와 뺨은 물론 턱과 목까지 감싸주는 디자인이 특징. 얼굴 주변으로 들어오는 매서운 바람을 막아준다.

노스페이스의 '패딩 슛 글러브(6만8000원)'는 속건기능이 우수하면서도 젖었을 때 볼륨감이 떨어지지 않는 보온충전제인 프리마포트를 사용해 방한성을 높인 아웃도어 장갑이다. 방수·투습기능이 뛰어난 습식 코팅방식의 하이포라 필름을 더해 눈썰은 겨울산행에 적합하다. 블랙야크의 '고어멜트 글러브(15만9000원)'는 고

어텍스 안감을 사용해 투습·방수기능이 탁월하다. 이너장갑이 별도로 구성돼 있어 보온성과 실용성이 뛰어나다. 스마트폰 터치도 가능하다. 엠리트 '더블 패딩 글러브(7만9000원)'는 방어리 패딩장갑과 손가락 속장갑으로 구성됐다.

이밖에도 험한 산길에서 미끄러짐을 막아주는 아이젠, 체력 소모를 막고 보행의 안정감을 높여주는 등산스틱, 발과 다리의 보온과 안전을 지켜주는 스펙츠를 갖추는 것이 좋다. 아이젠은 영하에서도 고탄성을 유지하는 겨울용 제품을 골라야 한다. 코베아의 '짚신 아이젠(6만7000원)'은 영하 60도에서도 고탄력을 유지해 착용감이 우수하다. 밴드가 끊어지는 것을 막아주는 더블 체인을 적용했다. 눈으로 뒤덮였거나 비가 내리는 산을 오르는 경우 스펙츠를 착용하면 외부 습기로부터 등산화 보호하고 다리와 발의 보온에 도움이 된다. 코베아 '프리트랙폴드 스펙츠 II(3만5000원)'는 등산화 연결부위에 와이어와 하이퍼폼을 사용해 내구성이 우수하다. 입체패턴은 등산화 안으로 눈이 스며드는 것을 막아준다.

양형모 기자 ranbi@donga.com

새해 첫 날 해돋이 산행을 생각하고 있다면 겨울 산의 강추위에 맞설 준비를 단단히 해야 한다. 보온과 안전이 가장 중요하다. 구스다운급의 보온력을 자랑하는 VX 맥머도 파카를 착용한 노스페이스 브랜드 홍보대사 이용대. 사진제공 | 노스페이스



커플은 여행, 솔로는 TV시청...연말 온도차 크다

(커플 30%) (솔로 66%)

G마켓 설문결과...연말 반기는 정도도 대비

솔로 지옥, 커플 천국. 연말을 보내는 솔로와 커플의 '온도차'가 큰 것으로 나타났다. 온라인 쇼핑몰 G마켓은 최근(12/14~12/21) 흥미로운 설문조사를 진행했다. 솔로 673명, 커플 772명의 고객을 대상으로 연말 관련 설문조사를 한 결과 솔로 10명 중 6명(63%)이 '연말이 오지 않았으면 좋겠다'라고 답한 것으로 나타났다. 흥미로운 점은 커플은 반대로 10명 중 6명(66%)이 '연말이 기다려진다'라고 답했다는 것. 솔로와 커플은 연말 계획도 달랐다. 솔로는 66%가 '집에서 영화나 연말 시상식 등 TV시청을 하겠다'고 답한 반면 커플은 30%(1위)가 '여행'을 꼽았다. 연말 황금연

휴의 영향이 큰 것으로 보인다. '근사한 레스토랑에서의 식사(26%)', '영화관람(17%)', '공연 관람(16%)'이 뒤를 이었다. 솔로들은 '스스로에게 주고 싶은 연말선물'로 43%가 '겨울의류'를 꼽았다. 1인 이동수단으로 각광받는 '스마트 모빌리티(20%)', '건강식품(14%)', '가방·지갑(14%)'도 인기가 높았다. 컬럼비아 북 등 힐링이 힐링을 원하는 응답자가 9%나 있었다는 점도 눈길을 끈다. 커플은 주고 싶은 선물이 받고 싶은 선물이 달랐다. 주고 싶은 선물 1위는 남녀 모두 '겨울의류(43%)'를 꼽았지만 정작 상대방에게 받고 싶은 선물 1위는 남자의 경우 '노트북·카메라 등 디지털 제품(32%)', 여자는 커플링 등 '주얼리·시계(27%)'를 선호하는 것으로 나타났다.

양형모 기자



쌍용차 티블리, 산업부 굿디자인 마크 획득

쌍용자동차의 소형 SUV 티블리가 2015 굿디자인(Good Design) 상품에 선정됐다. 산업통상자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관하는 굿디자인은 상품 외관, 기능, 재료, 경제성 등을 종합적으로 심사하여 디자인 우수성이 인정된 상품에 GD(Good Design) 마크를 부여하는 제도로, 1985년부터 시행되고 있다. 티블리는 쌍용차의 어번 다이너미(Dynamic) 스타일을 성공적으로 표현한 점을 인정받았다. 쌍용차 관계자는 "티

블리의 디자인 우수성이 대외적으로 공인됨으로써 내년 상반기 출시를 앞둔 티블리 홍보 효과에 대한 소비자들의 기대가 더욱 높아질 것"이라고 말했다.

한편 티블리는 국토교통부가 실시한 2015년 KNCAP(Korean New Car Assessment Program, 자동차안전도평가)에서 총점 91.9점(100점 만점)으로 안전도 최고 등급을 획득하며 2015 올해의 안전한 차 우수상을 수상한 바 있다.

원성열 기자



2015 굿디자인 상품에 선정된 쌍용자동차의 소형 SUV 티블리. 사진제공 | 쌍용자동차



CJ제일제당 '즐거운 동행' 대기업-중기 상생모델 안착

CJ제일제당의 상생 브랜드인 '즐거운 동행'이 올해 11월 말 기준 매출 600억 원대를 기록하며 대기업과 중소기업간 상생 모델로 업계의 주목을 받고 있다.

CJ제일제당은 올해로 5년째 지역의 유망 중소 식품기업에 연구개발, 영업, 마케팅 등 제품 및 판매향상을 위한 기술과 유통망을 지원하고 있다. CJ제일제당이 성장을 돕고 있는 식품기업은 현재 10개 기업. 중소기업이 생산하는 '행복한 콩 콩나물'과 전남 여수 지역 농가 40여 곳에서 재배한 것으로 만든 '여수 돌산 갯김치' 등 모두 9개의 '즐거운 동행' 제품들을 전국에 유통대행하고 있다. '즐거운 동행' 제품의 전체 매출액은 지난해 대비 30% 이상 증가했다. 올해는 '밀당의 고수'라는 히트상품도 탄생했다. 떡류 전문기업인 (주)미정이가 CJ제일제당과 협업해 지난해 말 첫선을 보인 떡볶이 제품(사진)이다. CJ제일제당이 소스 개발 및 제품 품질 관리 등 노하우 전수는 물론, 제품명과 제품 디자인까지 신제품 출시를 위한 전방위적 지원에 나서 인기 제품 반열에 올랐다.

원성열 기자

편집 | 심승수 기자 sss23@donga.com