확 바뀐 안성탕면…쫄깃한 면발이 내 입맛에 안성맞춤

농심, 안성탕면 리뉴얼 출시

쌀 첨가·두께 증가…더 쫄깃한 면발
국물에 쌀 성분 배어 구수한 된장맛
감각적 패키지 디자인…젊은층 어필

라면 시장의 스테디셀러인 안성탕면이 더 쫄깃하고 깊은 맛으로 업그레이드 됐다.

농심은 면에 쌀을 첨가하고, 면발을 더 두껍게 만들어 구수한 맛과 식감을 한층 살린 안성탕면을 새롭게 출시한다고 15일 밝혔다. 굵은 면발, 프리미엄 라면 열풍으로 높아진 소비자들의 입맛을 만족시킬 수 있도록 제품을 업그레이드 하면서 가격은 그대로 유지했다. 안성탕면은 농심이 '라면 맛은 스프 맛'이라는 철학으로 1982년 안성스프전문공장을 설립하고 만들어낸 제품이다. 1983년 출시되고 이듬해 200억원 이상의 매출을 올릴 정도로 큰 인기를 얻었다. 또한 안성탕면은 국내시장에서 30%대의 시장점유율로 2위를 유지하던 농심을 1등의 자리로 끌어 올린 일등공신이다. 농심은 안성탕면 출시 이후 1년6개월만인 1985년 3월 점유율 40.4%를 기록하며 업계 1위의 자리에 올라섰다.

●쌀 첨가해 더 쫄깃, 두께 늘려 더 풍성한 식감

새롭게 바뀐 안성탕면은 면에 쌀을 첨가해 더 쫄깃해진 것이 특징이다. 쌀 전분은 밀가루 전분보다 찰진 특징이 있어 면을 쫄깃하게 해주지만, 끓이는 과정에서 쉽게 퍼지는 단점이 있다. 농심은 고유의 쌀면 제조기술을 적용해 최적의 쌀 함량을 찾아냈다. 이 덕분에 맛은 더욱 좋아졌다. 일반 가정에서 쌀뜨물로 더욱 맛좋은 국과 찌개를 끓이듯, 면속 쌀 성분이 국물에 배어들어 안성탕면의 구수한 된장맛을 한층 돋운다. 면의 두께도 1.6mm에서 1.7mm로 늘려 식감을 더욱 풍성하게 했다.

농심 관계자는 "안성탕면을 즐겨먹는 마니아라면 더 굵고 쫄깃해진 변화를 단번에 느낄 수 있을 것"이라며 "출시 전 소비자 조사에서도 새로운 면에 대한 만족도가 매우 높게 나타났다"고 밝혔다.

●새로운 패키지 디자인으로 젊은 감각 살려

패키지 디자인도 새로워졌다. 농심은 주황색 배경과 양은냄비 등 안성탕면 고유의 아이덴티티는 유지하되, 감각적 디자인 요소를 더해 젊은 고객에게 가깝게 다가가고자 했다. 농심은 기존 패키지에서는 브랜드명 뒤에 가려졌던 조리예 이미지를 앞으로 드러내 국민 라면으로서 친근한 안성탕면의 이미지를 부각시켰다. 동시에 안성탕면 고유의 한자 표기를 감싸고 있던 원을 곡선으로 처리해 기존의 틀을 벗어나 젊은 감각으로 새롭게 뻗어나가는 이미지를 형상화했다.

새로운 농심 안성탕면은 면에 쌀을 첨가해 구수한 된장 국물맛을 한층 더 살렸고, 면의 두께를 1.6mm에서 1.7mm로 늘려 보다 풍성한 식감을 구현했다. 사진제공 | 농심

광고도 바뀐다. 농심은 기존 안성댁을 중심으로 하는 광고 포맷에서 과감하게 벗어난 새로운 광고를 선보여 안성탕면의 변화를 알리고 화제를 불러 모은다는 계획이다.

농심 관계자는 "더 맛있어진 면발로 새로운 모습을 갖춘 안성탕면으로 높아진 소비자의 기대에 부응하며, 라면시장 스테디셀러로서 자리를 지켜나갈 것"이라고 말했다.

●라면시장의 판도를 뒤바꾼 안성탕면

라면에 최초로 '탕(湯)'의 개념을 적용한 깊은 국물 맛의 안성탕면은 출시 3개월 만에 41억원의 매출을 기록했고, 이듬해인 1984년에는 연매출 200억원을 넘어서는 진기록을 수립했다. 안성탕면이 인기를 끌자 라면시장에는 '영남탕', '호남탕', '서울탕' 등의 미투(모방) 제품이 잇따라 등장하기도 했지만, 안성탕면의 인기를 따라잡진 못했다. 안성탕면의 선전으로 2위 기업이던 농심은 역전의 전기를 마련했고, 결국 농심은 1985년 3월 마침내 점유율 40.4%를 기록하며 시장 1위의 자리에 올라서게 됐다.(2위 삼양식품 39.6%) 1987년 매출 442억원, 점유율 12.9%로 삼양라면을 제치고 시장 1위 브랜드로 올라선 안성탕면은 1991년 사나이 울리는 매운 맛 '신라면'에게 1위 바통을 넘겨줬고, 이후에도 꾸준히 신라면과 함께 투톱 체제를 유지해왔다. 1997년 이후부터는 매년 연 매출 1천억원 이상을 기록하는 등 라면시장 선두주자의 자리를 굳건히 지키고 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com

재도약 나선 엠게임 "멀티플랫폼으로 승부"

모바일RPG 크레이지드래곤 24일 서비스
갤럭시 커맨더 등 VR 적용 게임도 개발중

"멀티플랫폼을 통한 사업 다각화와 해외 진출로 새로운 성장동력을 만들겠다."

지난 몇 년 동안 구조조정 등 뼈를 깎는 노력으로 실적을 개선한 엠게임이 이제 본격적인 재도약에 나선다. 엠게임은 15일 서울 여의도 글래드 호텔에서 기자간담회를 갖고, 다양한 플랫폼의 신작을 소개하는 한편 2016년 사업계획을 발표했다. 권이형(사진) 엠게임 대표는 "2016년을 중장기 성장 모멘텀을 구축하기 위한 원년으로 삼고 다양한 플랫폼에 대응해 신규 매출을 확보하는데 총력을 다 할 것이다"고 말했다. 이날 권 대표는 모바일게임 6종과 함께 가상현실(VR) 타이틀 3종, 멀티플랫폼 타이틀 1종, 웹게임 1종 등 신규 라인업을 발표했다. 기존 PC온라인게임의 서비스 다각화로 안정적 매출을 확대하는 한편 모바일게임과 소셜카지노, 콘솔, VR 등을 통해 신규 매출을 확보한다는 전략이다.

먼저 모바일게임 시장에 도전장을 냈다. 첫 주자는 2년 동안 개발한 올해 최고 기대작 '크레이지드래곤'으로 24일 서비스를 시작할 예정이다. 드래곤 탑승 전투를 구현한 역할수행게임(RPG)으로 영웅과 용병이 상호 육성을 하는 독특한 시스템 등이 특징이다.

크레이지드래곤

그 밖에도 다양한 장르의 모바일게임을 준비 중이다. 올해 상반기 중에는 손가락으로 화면에 선을 그려 공을 탈출시키는 캐주얼게임 '롤링볼즈'와 주사위를 던져 맵을 이동하며 미션을 수행하는 보드게임 '크레이지어드벤쳐', 카드를 소환해 다양한 전략 전투를 펼치는 카드게임 '써먼 워리어즈' 등을 선보인다. 하반기엔 인기 PC온라인게임 '홀릭2'의 지적재산권(IP)을 활용한 액션RPG '판타지 홀릭(가칭)'과 슬롯머신 등 모바일과 PC에서 소셜 카지노게임을 즐길 수 있는 해외시장 공략용 '세븐칩스'도 출시할 계획이다.

차세대 게임 플랫폼으로 주목받고 있는 VR 사업에도 나선다. 올해 상반기엔 음성인식을 통해 진영 배치 및 전투가 가능한 실시간 전략게임 '갤럭시 커맨더(가칭)'를, 하반기엔 카지노게임을 즐기며 자신만의 월드를 구축할 수 있는 '카지노 VR(가칭)'로 해외 시장 공략에 나선다. 기대작으로 꼽히는 '프린세스메이커 VR'은 내년 상반기 중 플레이스테이션4를 통해 첫 선을 보일 예정이다. 이 뿐 아니다. 중국과 대만 등에서 웹게임 돌풍을 일으키고 있는 '열혈강호전'을 올해 상반기 중 국내에서 출시할 계획이며, 엠게임의 대표 브랜드인 '열혈강호 온라인'을 콘솔과 웹게임 등 멀티플랫폼 버전으로 바꾼 '진 열혈강호(가칭)'도 하반기 서비스를 목표로 하고 있다.

권이형 대표는 "PC온라인에서 모바일로 넘어가는 시장에서 실기한 부분이 없지 않나 많은 고민을 했다"며 "앞으로는 VR 등 신규플랫폼은 물론 중국의 콘솔 시장 개방 등의 시장 변화에 더욱 발 빠르게 대응해 갈 것이다"고 말했다.

김명근 기자 dionys@donga.com

하이트진로, 저알코올 탄산주 '이슬톡톡' 출시

하이트진로가 21일 신제품 '이슬톡톡(사진)'을 출시하며 탄산주 시장에 본격 진출했다. 이슬톡톡은 알코올 3.0도의 복숭아맛 탄산주다. 하이트진로는 그동안 수차례에 걸쳐 실시한 소비자 조사결과에서 가장 좋은 반응을 얻은 복숭아 향을 택했다. 도수가 낮고 탄산 특유의 청량감이 좋아 가볍게 즐길 수 있다. 패키지 디자인에도 신경을 썼다. 깨끗한 이미지의 투명 유리병에, 여성들이 선호하는 베이비 핑크 컬러를 입혀 맛과 제품의 특성을 상징적으로 표현했다. 이강우 하이트진로 마케팅실 상무는 "탄산주 시장 본격 진출을 계기로 다양한 제품 포트폴리오를 확보해 나가겠다"고 밝혔다.

이야기원격평생교육원, 2차 개강 수강생 모집

학점은행 교육기관 이야기원격평생교육원이 3월 2차 개강을 맞아 수강생을 모집한다. 상담진행 후 사회복지사 및 보육교사, 건강가정사 과정을 패키지로 구입하면 5% 추가 할인해준다. 신규 수강생에게는 전문 플래너가 2:1로 최적화된 학습플랜을 설계해주며 수강과목 교안 파일을 무료로 제공한다. 개강 하루 전인 28일까지 신청을 받는다.

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com

1+1 39,800원

"봄바람에 꼭 착용해야 하는 점퍼"

봄 골프 누빔점퍼! 2점 39,800원!!

"성원에 힘입어 3차물량 2,000점 긴급 공수"

얇으며 강력해 라운딩시 편안함을 극대화 하는 점퍼!

가벼운 착용감이 탁월한 점퍼 출시! 야외 활동을 하는 시기 봄이 왔다. 만물이 소생하는 봄이지만 시샘하듯 朝夕의 일교차와 변덕스러운 날씨를 품고 있는 계절이기도 하다. 이런 계절에 맞게 착용 할 점퍼는 따로 있다. 경량으로 제작해야하며, 몸을 찬 바람으로부터 보호하고 매우 가벼워 봄 야외 활동에 제약을 받지 않는 점퍼 선택이 필수적이라 하겠다

골프 OK! 아웃도어 OK! 평상복 OK! 라운딩 할때만 입는 자켓이라면 큰 오산이다. 라운딩용 자켓은 활동성에서 뛰어나게 만들기 때문에 다른 아웃도어 활동은 물론 근무복, 평상복으로 착용해도 손색이 없다. 또한 캐쥬얼이나 정장바지에도 환상의 콤비를 자랑하며 가벼운 착용감으로 찬바람 속에서 최적의 활동성을 자랑한다.

다양한 색상과 두 가지 패턴 두 가지 종류로 제조한 점퍼는 항아리패턴과 바둑판 패턴으로 디자인해 선택의 폭을 넓혔으며, 그날그날 골라 입는 재미가 있다. 두종류의 패턴은 두께 또한 조금씩 달라 날씨의 상황에 맞게 착용이 가능하다. 또한 다양한 색상으로 어떠한 아웃도어 활동이나 평상복으로도 착용이 가능하다. 너무싼 금액으로 행사를 한다고 우습게보면 큰 오산이다 점퍼로써 활용도는 물론이거니와 윈드브레이커 대용으로도 으뜸인 점퍼인 것이다.

활동성과 입는 분의 품격까지 생각한 점퍼 입체 압축 누빔 패턴으로 입는 순간 살아나는 핏감이 좋으며 따뜻하며 활동성을 자랑한다. 골프는 물론 평상복 다른 아웃도어 활동시에 착용가능한 전천후 점퍼라 하겠다. 믿을 수 있는 기업 원프로톤사 에서 런칭해 독점으로 판매한다. 제품 불만족 시 100% 환불을 약속한다 한다.

• 사이즈 95 / 100 / 105 / 110 • 2점 ~~128,000원~~ → 39,800원 • 3점 ~~192,000원~~ → 59,000원
(배송비 2,500원 고객부담, 3점이상 무료배송)

입금계좌 〈농협〉 302-0851-6991-11 예금주 김주기(원프로톤)
쇼핑몰 www.OPTOP.co.kr 문의전화 1644-3606