



통신3사와 네이버가 힘을 합한 토종 통합 애플리케이션 장터 '원스토어'가 1일 공식 출범했다. 3000만명의 회원을 기반으로 차별화된 혜택 등을 제공해 국내 안드로이드 앱 시장에서 40%의 점유율을 차지한다는 목표다. 사진제공 | 원스토어

## 토종 '앱 장터' 통합...구글플레이 대항마 될까?

### '원스토어' 서비스 정식 론칭

통신 3사에 '네이버 앱스토어' 합류 4사 이용 합산인원 3000만명 넘어 고객혜택 강화로 시장점유율 경쟁

토종 애플리케이션(이하 앱)장터가 과연 구글플레이의 대항마가 될 수 있을까. 원스토어 주식회사와 네이버, KT, LG유플러스는 각사의 앱 장터를 통합해 1일 '원스토어' 서비스를 정식 론칭했다. 지난해 3월 통신 3사가 힘을 합쳐 추진한 통합 앱 마켓 프로젝트에 네이버 앱스토어까지 합류한 것이다. 특히 기존 통신 3사의 통합 앱마켓이 'U+스토어'와 '올레마켓', 'U+스토어' 등 각각의 브랜드는 가져가면서

시스템 통합과 상품을 동일하게 맞추는데 그쳤다면 이번엔 서비스 자체를 '원스토어'라는 브랜드로 통일하고, 약관 등도 통합했다. 또 전체적 운영과 관련해서도 원스토어라는 법인이 주도하는 방식으로 일원화했다는 점에서 좀 더 강력한 시너지가 예상된다. SK텔레콤은 올해 초 사업 구조를 재편하면서 앱·콘텐츠 마켓을 담당할 원스토어 법인을 설립한 바 있다.

원스토어는 탄탄한 유저를 기반으로 서비스를 시작한다는 점에서 적지 않은 시장판도 변화가 예상된다. 1일부터 통신사 스토어를 실행하던 원스토어로 업데이트된다. 네이버 앱스토어 이용자는 원스토어를 실행한 뒤 네이버 아이디로 로그인하면 기존 구매내역을 가져올 수 있다. 4사의 이용자를 합하면

3000만명 이상이 될 것이라 기대 원스토어 측은 설명했다.

원스토어는 3~4년 내 안드로이드 앱 시장에서 점유율 40%를 목표로 잡았다. 국내 앱 유통시장은 구글과 애플이 양분하고 있다. 업계에 따르면 구글플레이가 50% 이상, 앱스토어가 30% 이상의 점유율을 차지하고 있다. 특히 원스토어가 경쟁해야 할 안드로이드 앱 시장에서 구글플레이의 시장 점유율은 70%가 넘는 것으로 알려졌다. 통신3사와 네이버가 차지하는 비중은 20% 가량. 이를 두 배 이상 높인다는 게 원스토어의 목표다.

원스토어는 이를 위해 고객 혜택을 강화하는 방식으로 차별화를 꾀할 방침이다. 실제 지난해 통신사의 앱 장터 통합 이슈와 맞물려 출시된

인기 게임 '뮤오리진'의 경우 'U+스토어'의 적극적인 유저 혜택 지원으로 시장 점유율에 비해 큰 성과를 낸 것으로 알려졌다. 원스토어는 앞으로 경쟁 앱 마켓과는 다른 차별화된 혜택을 제공할 방침이다. 기존 할인 및 쿠폰지급 외에도 결제금액의 일률 비율을 포인트로 쌓아주는 캐시 적립 프로그램이 대표적이다. 원스토어 측은 유료결제가 활발한 게임 카테고리에 해당 제도를 도입할 방침이다.

원스토어 관계자는 "앱이나 게임, 음악, 동영상 등 디지털 콘텐츠는 물론 휴대전화 액세서리 쇼핑 등 사용자의 휴대전화 정보를 기반으로 한 맞춤형 서비스를 제공할 수 있다는 점과 로컬 시장 동향에 따라 고객이 원하는 혜택을 적시에 제공할

수 있다는 점이 원스토어의 강점이다"고 설명했다.

반면 일각에선 시장 점유율을 끌어올리기가 쉽지 않을 것이라 전망도 있다. 시장을 이미 선점한 구글플레이에 대한 유저의 충성도를 감안할 때 단기간에 성과를 내기 어려울 것이라 얘기. 한 콘텐츠 제공업체 관계자는 "콘텐츠 기업들 중엔 이미 구글플레이의 점유율이 안드로이드 시장에서 90%에 육박하고 나머지 10%를 다른 기업이 나눠 가지고 있다고 보는 곳이 많다"며 "이러한 점유율 차이를 극복하는 것은 결코 쉽지 않을 것이다"고 말했다. 이어 "그럼에도 시장이 활성화할 수 있다는 점에서 원스토어가 선전해 주길 기대한다"고 말했다.

김영민 기자 dionys@donga.com



### 쉐보레, 볼트·카마로SS 공개 GM, 프리미어 나이트서 미래전략 소개

글로벌 브랜드 쉐보레가 1일 부산 영도의 전당에서 열린 GM 프리미어 나이트 행사(사진)를 통해 쉐보레와 캐딜락 브랜드의 스토리 및 미래 성장을 위한 중장기 전략을 소개하는 한편, 볼트(Volt), 카마로SS(Camaro SS) 등 쉐보레의 혁신을 상징하는 신차를 공개했다.

쉐보레 볼트는 순수 전기차에 육박하는 18.4kWh 대용량 배터리를 2개의 전기 모터, 주행거리 연장 시스템(Range Extender)을 기반으로 구동하는 최신 볼텍(Voltec) 시스템을 탑재했다. 최대 676km를 주행할 수 있다.

기존 모델 대비 96개가 줄어든 192개의 배터리 셀을 탑재해 전체 배터리 팩 하중의 10kg을 감량하는 한편, 12%의 효율 개선을 통해 전기차 수준에 가까운 최대 89km의 순수 전기 주행거리를 확보했다.

운전석 및 조수석 무릎 에어백을 포함해 동급 최대의 총 10개 에어백을 적용했으며, 차선 이탈 경고장치와 차선 유지 시스템 등 첨단 능동안전 시스템을 탑재했다.

한편 쉐보레는 2일 예정된 부산모터쇼 프레스 컨퍼런스를 통해 6세대 카마로SS의 상세 사양 및 판매 가격을 발표할 예정이다. GM의 퍼포먼스 모델 전용 최신 개발 플랫폼을 기반으로 탄생한 6세대 카마로SS는 최대출력 455마력, 최대토크 62.9kg.m의 폭발적인 퍼포먼스를 발휘한다.

원성열 기자

### 공정위, '설빙'에 시정 명령 가맹점 현황문서 미제공·가맹금 직접 수령

빙수업계 1위 업체인 설빙이 가맹 희망 사업자에게 가맹점 현황을 제대로 알려주지 않아 제재를 받게 됐다.

공정거래위원회는 1일 가맹점을 모집하는 과정에서 인근 가맹점 현황문서를 제공하지 않은 데다 가맹금을 은행 등 예치기관에 예치하지 않고 직접 수령한 설빙에 시정 명령을 부과한다고 밝혔다.

설빙은 2015년 말 현재 가맹점 수 482개, 매출액은 122억원에 달한다. 가맹사업자도 2013년 33개에서 2014년 478개, 지난해에는 482개로 늘어났다. 공정위에 따르면 설빙은 2014년 3월부터 8월까지 인근 가맹점 현황문서를 제공하지 않고 352명의 가맹희망자들과 가맹계약을 체결했다.

인근 가맹점 현황문서는 가맹 희망자의 점포 예정지에서 가장 인접한 가맹점 10개의 상호·소재지·전화번호 등이 적힌 문서다. 가맹사업법에 는 가맹본부 계약체결일 14일전까지 가맹 희망자들에게 현황문서를 제공해야 한다고 규정하고 있다.

또한 설빙은 예치대상 가맹금도 법인계좌를 통해 직접 받았다. 가맹사업법에 따라 가맹본부는 예치대상 가맹금을 최소 2개월 동안 금융기관에 예치해야 한다. 가맹본부가 가맹사업자에 대한 영입지원능력이 부족하거나, 사기로 가맹점 사업자를 모집한 경우 가맹점사업자가 지급한 가맹금을 보호하기 위해 도입된 제도이다.

설빙은 예치대상 가맹금을 직접 수령하기 위해 가맹점 사업자 피해보상보험 계약을 우선 체결해야 함에도 보험계약 없이 가맹금 48억 5450만원을 직접 수령했다.

공정위는 "우후죽순 생겨나는 크고 작은 가맹본부들이 가맹사업법과 제도를 제대로 이행하지 않아 예비 창업자들의 피해 우려가 높아지는 상황에서 이번 조치가 가맹본부의 행태를 개선하는데 기여할 것으로 기대한다"고 밝혔다.

원성열 기자

### 화웨이, 편의점 통해 스마트폰 A/S

화웨이는 1일부터 보증기간 이내의 정품을 대상으로 편의점 배송 서비스를 통한 스마트폰 A/S를 실시한다고 밝혔다.

포스트 박스가 설치된 전국의 GS25 및 CU 편의점에서 이용 가능하다. 화웨이 코리아 홈페이지에서 '배송 수리 요청서'를 내려받아 작성한 뒤 기기와 함께 박스에 동봉해 배송하면 된다.

홈페이지에서 포스트 박스가 설치된 '나와 가까운 편의점 찾기' 기능도 이용할 수 있다. 서비스 소요 기간은 평균 4~5일 정도이며, 주말이나 공휴일이 포함되는 경우 1~2일 정도 추가 소요될 수 있다.

김영민 기자

## 초록빛깔 '청포도'...식음료업계 대표주자로

커피숍·빙수 시장 이어 주류시장까지 상급하고 달콤한 맛...무더위에 제격

지난해 여름 식탁을 주름잡았던 과일인 '망고'였다면 올해는 '청포도'다. 트렌드에 민감한 식음료업계에서는 구연산과 유기산이 풍부해 피로회복에 좋은 청포도 베이스의 메뉴들을 속속 출시하며 이른 무더위에 지친 고객들의 입맛을 사로잡고 있다. 상급하고 달콤한 맛과 초록빛깔의 청량함까지 결합된 청포도를 활용한 대표 제품들을 살펴봤다.

탐앤타스에서는 여름 신메뉴 '트로피칼 레블루션' 3종을 출시했다. 코코넛과 망고, 청포도 등 열대과일로 구성되어 있다. 화이트, 옐로, 그린 등 싱그러움 컬러가 열대과일의 청량함을 더해 주는 탐앤타스의 여름 대표 메뉴다. 그중에서 올 여름 최고 인기 메뉴는 단연 '청포도 슬러시'다. '트로피칼 레블루션' 전체 판매량의 약 50%를 차지하며 인기 물의를 하고 있다. '청포도 슬러시'는 청포도와 얼음을 블렌딩해 상급하면서도 시원하게 즐길 수 있는 것이 특징이다.

커피전문점 더커피는 여름 시즌 한정 메뉴로 청포도 주스, 청포도 에이드,



올 여름 음료 시장 키워드는 '청포도'다. 탐앤타스에서 출시한 '트로피칼 레블루션' 3종 중 '청포도 슬러시'는 전체 판매량의 약 50%를 차지하며 인기 물의를 하고 있다. 사진제공 | 탐앤타스

청포도 스무디로 구성된 '청포도 음료 3종'을 출시했다. 청포도 본연의 싱그러움과 상급한 맛을 잘 살려 인기가. 카페 아티제는 청포도를 활용한 '청포도 폼 빙수'를 출시하며 여름 빙수 시장을 겨냥하고 있다.

청포도의 인기는 주류업계에서도 확인할 수 있다. 과일맛 저도주로 재미를 보고 있는 주류업계는 청포도를 테마로 새로운 시장을 개척하고 있다. 하이트진로는 내달 7일 '청포도 에이스'를 출시한다. 참이슬의 깨끗

함과 청포도의 상급한 맛이 조화를 이룬 제품이다. '처음처럼 순하리'로 과일맛 저도주 시장을 연 롯데주류는 저도주 탄산수 신제품 '순하리 소다 폼 청포도'를 출시했다. 청포도의 달콤함과 탄산의 청량한 식감을 통해 부담없이 마실 수 있다. 국산당은 쌀을 발효시킨 술에 청포도 과즙과 소다를 첨가한 '아이싱 청포도'를 출시했다. 기존에 맛볼 수 없었던 독특한 풍미를 지니고 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com

## 일품진로, 누적판매량 200만병 돌파

고가 소주 불구 10년간 꾸준한 성장

하이트진로의 프리미엄 증류식 소주 '일품진로'(사진)가 10년간 누적 판매량 200만병을 돌파했다.

2006년 4월 출시된 일품진로는 지난해 168% 증가한 44만병이 팔리며 연간 최대 판매 기록을 세웠다. 올해도 5월까지 전년 동기 대비 150% 늘어나며 성장세를 이어가고 있다. 누적 판매량도 200만병을 넘어섰다. 가격대가 비교적 고가인 프리미엄 소주임을 감안하면 이례적이라는 평가다.

일품진로는 숙련된 양조 전문가들이 순쌀 증류원액을 참나무 목통에서 10년 이상 숙성시킨 프리미엄 소주다. 2013년 7월 일품진로는 패키지와 내용물 모두 새롭게 단장했다. 이후 시장에서 주목 받으며 판매량도 대폭 증가하고 있다. 알코올 도수는 23%에서 25%로 올리고, 주류를 개선해 목통 숙성의 부드러운 향과 은은한 맛을 더욱 살림으로써 프리미엄

증류식 소주의 특징을 강화했다.

판매체널도 공격적으로 확대했다. 호텔, 고급한정식, 일식업소로 국한됐던 판매처를 젊은이들이 많이 찾는 핫플레이스나 이자카야 등으로 넓혀 소비자들이 보다 쉽게 일품진로를 만나 볼 수 있게 했다.

일품진로는 품질의 우수성을 해외에서도 인정받고 있다. 매년 벨기에에서 열리는 세계 권위의 주류 품평회인 '몽드셀렉션(Monde-Selection)'에서 2010년부터 올해까지 7년 연속 소주 부문 대상 수상했다.

하이트진로 마케팅 실 이강우 상무는 "일품진로는 10년의 기다림을 통해 얻을 수 있는 귀한 술로, 세계 명주들과 견주어도 손색 없는 최고급 증류식 소주다. 품격 높은 일품진로를 국내외에 더욱 널리 알리고자 노력할 것"이라고 말했다.

원성열 기자



편집 | 심승수 기자 sss23@donga.com