

‘프리미엄 같은 실속형’ LG 스마트폰 승부수

세계 최대 전시회 CES서 공개

‘K시리즈’ ‘스타일러스 3’ 등 5종
지속적 적자 극복 배수진 평가도

‘실속형이 승부포인트.’
LG전자가 실속형 스마트폰으로 세계 시장 공략을 강화한다.
이 회사는 22일 “2017년 행 ‘K시리즈’, ‘스타일러스 3’ 등 한층 진화한 실속형 제품으로 내년 스마트폰 시장에서 소비자 선택의 폭을 넓힐 것”이라며 “내년 초 미국 라스베이거스에서 열리는 세계 최대 전자제품 전시회 CES 2017에서 선보일 예정”이라고 밝혔다. LG전자의 스마트폰 사업은 지난해 3분기부터 적자행진을 이어오고 있는 상황



LG전자가 실속형 스마트폰으로 생존을 위한 승부수를 던진다. 고성능 카메라와 차별화된 편의 기능이 뛰어난 ‘K시리즈’(왼쪽사진)와 정교하고 부드러운 필기감으로 아날로그 감성을 제공하는 ‘스타일러스 3’.

이라 생존을 위한 배수진을 쳤다는 평가가 나오고 있다.

우선 ‘K시리즈’는 K10, K8, K4, K3 4종으로 구성됐다. 고성능 카메라와 차별화된 편의기능이 특징. ‘오토 샷’(사용자의 얼굴을 인식해 자동으로 촬영하는 기능), ‘제스처 샷’(화면을 향해 손바닥

을 펼쳤다가 주먹을 쥐면 3초 후 자동으로 촬영해 주는 기능) 등 LG전자 특유의 사진 촬영 기능을 탑재했다. 이중 K10은 전면에 500만 화소의 120도 광각 카메라를 탑재했고 후면에는 1300만 화소의 고해상도 카메라를 장착했다. 또 K8은 5인치 HD 인셀 터치 디스플레이,

전면과 후면에 각각 500만 화소와 1300만 화소의 카메라를 적용했다.

스타일러스 3는 한층 정교하고 부드러운 필기감으로 아날로그 감성을 제공한다. 내장된 펜을 활용한 다양한 편의 기능으로 색다른 소비자 경험을 갖췄다. 펜 끝부분이 1.8mm로 전작보다 약 40% 가늘어 더욱 정교하고 섬세한 필기가 가능하다. 필기감도 향상돼 사용자가 실제 필기구를 사용하는 느낌을 받는다.

조준호 LG전자 MC사업본부장 사장은 “기존 프리미엄 스마트폰에 탑재됐던 편의 기능을 K시리즈와 스타일러스 3에 적용해 보다 많은 고객들이 직접 체험할 수 있도록 하는 데 중점을 뒀다”고 했다.

김명근 기자 dionys@donga.com

정정국 기자 jiyay@donga.com



기아차 신형 모닝(프로젝트명 JA)은 기존 모닝보다 더 크고 세련된 외관 이미지(왼쪽사진)를 자랑한다.



오른쪽은 깔끔하면서도 효율적인 공간을 구성한 실내 공간 이미지. 사진제공 | 기아자동차

신형 모닝, 더 빵빵해진다

기아차, 렌터링 이미지 최초 공개
커진 외관·효율적 실내공간 눈길

‘신형 모닝, 더 커진 외관과 스타일링이 쉬하고 깔끔한 실내공간 완성.’
기아자동차는 22일 신형 모닝(프로젝트명 JA)의 내외장 렌터링 이미지를 세계 최초로 공개했다.
렌터링을 통해 첫 선을 보인 신형 모

닝은 2011년 출시 후 6년 만에 선보이는 3세대 풀 체인지 모델로, 기존 모닝보다 더 크고 세련돼 보이는 외관 디자인을 갖췄다.

신형 모닝의 전면부는 헤드램프와 라디에이터 그릴이 연결된 디자인을 통해 당당한 인상과 함께 넓어 보이는 외관을 구현했다.

특히 날렵한 형상의 헤드램프와 이전 모델 대비 넓고 정교해진 라디에이터

그릴은 섬세하면서 진보적인 이미지를 연출하며, 에어커튼을 C자형으로 감싸면서 측면부로 연결되는 붉은색 가니쉬는 스타일링쉬한 모습을 보여준다.

측면부는 바퀴를 감싸고 있는 부위를 아치형으로 약간 튀어나오게 디자인해 볼륨감과 함께 단단한 느낌을 주고 있으며, 후드부터 루프를 거쳐 테일게이트까지 이어지는 매끈한 느낌의 선 흐름으로 세련미를 강조했다.

아울러 신형 모닝의 후면부는 기존 모델의 리어램프 디자인을 계승해 C자형 형상을 더 명확하게 하고 눈에 잘 띄도록 램프 폭을 넓혀 시인성을 높였다.

창문을 수평으로 넓게 확대해 와이드한 이미지를 더했다.

실내 공간은 수평으로 전개된 내부 레이아웃을 통해 깔끔하면서도 효율적인 공간을 구성했다. 내비게이션은 센터페시아 윗부분에 올라오게 디자인해 모던하고 미래지향적인 실내 이미지를 완성했다.

기아차 모닝은 2004년 출시된 이후 글로벌시장에서 현재까지 총 257만여대가 판매됐다. 이번 렌터링 이미지를 통해 최초로 공개된 모닝의 후속 모델은 내년 초 공식 출시될 예정이다.

원성열 기자 sereno@donga.com

산타가 된 쿠팡맨, 미니스톱 뽀뽀이 봉사...

유통업계 ‘실천형 사회공헌’ 활발
애경 휘슬, 구호동물 봉사활동도

‘실천형 사회공헌, 눈에 띄네.’
크리스마스 시즌을 맞아 유통업계의 실천형 사회공헌활동이 눈에 띈다. 배송, 구호동물, 난방 시공 등 영역도 다채롭다. 단순히 기부금과 물품 전달에 그치지 않고 직접 현장에서 봉사활동을 실천하고 있는 모습이다.
선두주자는 쿠팡. 배송 직원 ‘쿠팡맨’으로 구성된 봉사단이 최근 경기도 김포시 ‘초록우산 어린이재단 김포아이스라센터’와 연계해 센터에서 준비한 신발·가방·장난감 등의 선물을 인근 지역 저소득층 가정 어린이들에게 쿠팡의 배송차량으로 로켓배송하는 ‘산타 원정대’ 봉사활동을 진행했다. 전국 각지에서 활동하고 있는 쿠팡맨들이 지역 사회의 나눔 실천을 위해 직접 산타클로스 복장을 착용하는 등 자발적으로 기획하고 참여해 의미가 더욱 특별하다는 게 회사 측 설명이다.
‘구호동물을 위한 봉사활동’도 눈에 띈다. 애경 프리미엄 팻케어 브랜드 ‘휘슬’이 최근 구호동물 입양센터 답십리점 ‘땡큐센터’에서 생활하는 구호동물 50마리를 위한 봉사활동을 펼친 것. 휘슬 서포터즈들은 구호동물에게 쾌적한 환경을 제공하기 위해 청소·산책·목욕 등



‘산타 원정대’ 봉사활동에 나선 ‘쿠팡맨’ 봉사단. 사진제공 | 쿠팡

을 진행했다. 또 건조함에 취약한 반려동물을 위해 보습에 효과적인 ‘휘슬’ 샴푸 1년치를 전달했다.

이밖에도 편의점 미니스톱은 최근 대한적십자 서울 동대문·성북회망나눔봉사센터를 통해 인근 지역에서 임직원과 봉사단원들이 직접 문풍지 및 단열 뽀뽀이 시공을 하고 극세사 이불을 지원했다. 권중구 미니스톱 경영전략실장은 “어려운 이웃들이 따뜻하게 겨울을 날 수 있도록 매년 겨울 난방 관련 봉사활동을 하고 있다”며 “향후 더욱 폭넓게 나눔과 봉사를 이어갈 수 있도록 할 것”이라고 했다.

정정국 기자

파라다이스 그룹, 中 알리트립과 공동 마케팅

파라다이스 그룹은 21일 글로벌 전자상거래 기업 중국 알리바바그룹의 여행서비스플랫폼 알리트립과 업무협약(MOU)을 체결했다. 알리트립은 중국인이 가장 많이 이용하는 여행 플랫폼 가운데 하나다. 알리바바그룹의 마케팅 역량을 바탕으로 차별화된 서비스를 제공하고 있다.

파라다이스 그룹은 앞으로 알리트립 플랫폼 내 온라인스토어 공식 운영, 알리페이 도입을 통한 결제시스템, 마케팅전략 공유를 통한 VIP회원 서비스 협력, 인천공항 내 서비스데스크 공동운영 및 24시간 긴급알림 서비스 제공 등에서 업무협력을 진행한다. 양측은 내년 4월

개장하는 인천 영종도 카지노 복합리조트 ‘파라다이스 시티’와 관련한 업무제휴를 중점 추진한다. 파라다이스그룹 마케팅전략팀 제정현 팀장은 “파라다이스 시티 개장을 앞두고, 중국인과 외국인 방문객들에게 보다 편리하고 차별화된 서비스를 제공하기 위해 알리트립과 손을 잡았다”고 제휴를 설명했다. 파라다이스 그룹이 세가사미홀딩스와 합작해 인천 영종도 인천공항 국제업무단지(IB C) 1-2단계 지역에 건립하는 ‘파라다이스 시티’는 33만㎡ 규모로 호텔 카지노, 플라자, 스파, 쇼핑, 테마형 식당가, 공연시설 등을 갖춘 한국형 복합리조트다.

김재범 기자 oldfield@donga.com

하이트맥주 출고가 인상

맥스 500ml 한 병당 67원 올라

오비맥주에 이어 하이트맥주도 가격이 오른다. 하이트진로(대표 김인규)는 4년 6개월 만에 맥주 출고가격을 평균 6.33% 인상한다. 하이트진로는 27일부터 하이트, 맥스 등 전 맥주 브랜드의 공장출고가격을 변경한다고 22일 밝혔다. 대표브랜드인 하이트와 맥스의 500mL 한 병당 출고가격은 1079.62원에서 6.21% 인상된 1146.66원으로

67.04원 오른다. 하이트진로 관계자는 “할당관세 적용 제외, 빈병재사용 취급 수수료 인상, 원부자재 가격 상승 등 인상이요인이 발생했다. 소비자부담을 고려해 원가절감 및 내부흡수 노력으로 인상을 최소화했다”라고 밝혔다.

앞서 지난달 1일에는 오비맥주가 카스, 카프리 등 주요 품목의 출고가를 평균 6% 올렸고, 국내 베이커리 업계 1위 파리바게뜨도 193개 품목의 가격을 평균 6.6% 인상했다. 농심은 라면 권장 소비자가격을 평균 5.5% 올렸다.

원성열 기자

“메리 크리스마스, 행복한 쇼핑하세요”

CJ오쇼핑 ‘빠른배송’ 서비스부터
롯데홈쇼핑 ‘정윤정쇼’ 특집까지

‘크리스마스를 부탁해!’
유통업계가 크리스마스 시즌을 맞아 분주하다. 마침 23~25일이 주말과 겹쳐 더욱 흥이 난 모습이다.

우선 CJ오쇼핑의 ‘CJ몰 빠른배송’이 눈에 띈다. CJ오쇼핑 온라인 전용 물류창고에서 출고하는 ‘빠른배송’ 대상 상품을 오후 6시까지 주문하면 다음날 받아볼 수 있는 익일배송 서비스다. 완구·패션잡화·이미용품 등 선물용 상품으로 구성했으며 배송 속도는 올리고 가격은 최대 74% 낮춰, 선물을 준비하는 소비자들의 시간과 비용 부담을 덜어줄 것으로 예상된다.

롯데홈쇼핑은 인기 쇼호스트 정윤정 카드를 꺼내들었다. 24일 밤 10시30분 ‘정윤정쇼(이하 정쇼)’의 론칭 2주년을 기념하고, 크리스마스 시즌을 맞아 역대 히트상품을 최대 40% 할인된 가격에 판매하는 ‘뽕큐! 정쇼’ 특집방송을 150분 간 진행하는 것. 지난 2014년 8월 첫 방송을 시작한 ‘정쇼’는 220회 방송, 총 440여 개 상품 판매, 매출액 약 5000억원(주문금액 기준) 달성, 동 시간대 시청률 1위, 론칭 이후 롯데홈쇼

핑 20~30대 구매 비중 3배 이상 증가 등 독보적인 홈쇼핑 패션 전문 프로그램으로 자리매김했다. 이에 고객들의 성원에 보답하고자 연말 알뜰 쇼핑 기회를 제공하고, 고객과 직접 가까이에서 소통하는 감사 이벤트를 진행한다.

오프라인 매장도 예외가 아니다. AK플라자 전점이 ‘키즈 크리스마스 판타지’를 테마로 어린이 고객을 위한 다양한 이벤트와 선물 대전을 여는 것. 우선 24~25일 ‘투니버스와 함께하는 캐릭터 대전’ 행사를 통해 신비아파트·요고워치·페파피그 등 총 10여개의 캐릭터 제품을 판매한다. 또 애니메이션 영화 ‘썩’ 주크박스 및 포토존에서 찍은 사진을 응모하면 총 20명에게 ‘썩’ 오리지널 헤드폰을, 30명에게 ‘썩’ 오리지널 런치백을 증정한다.

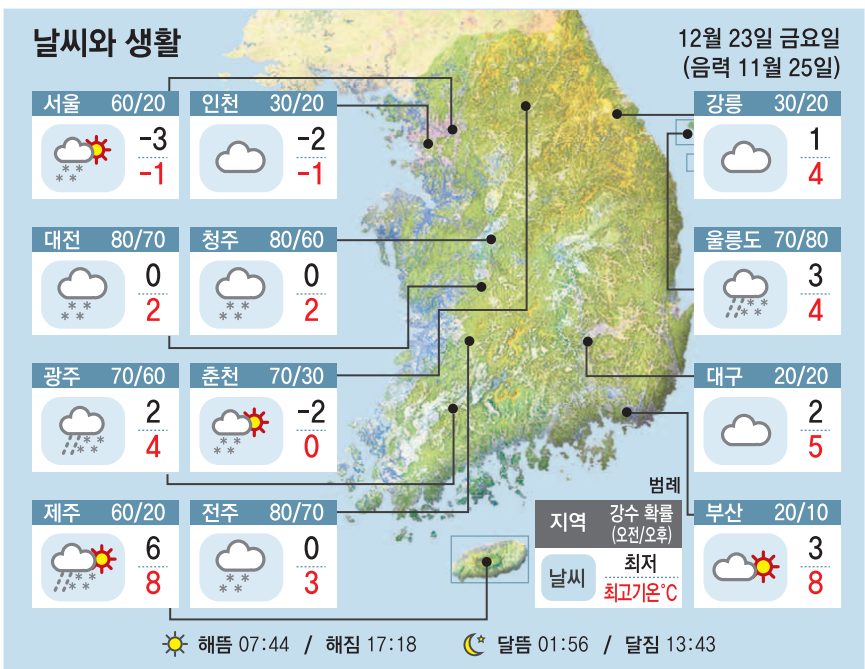
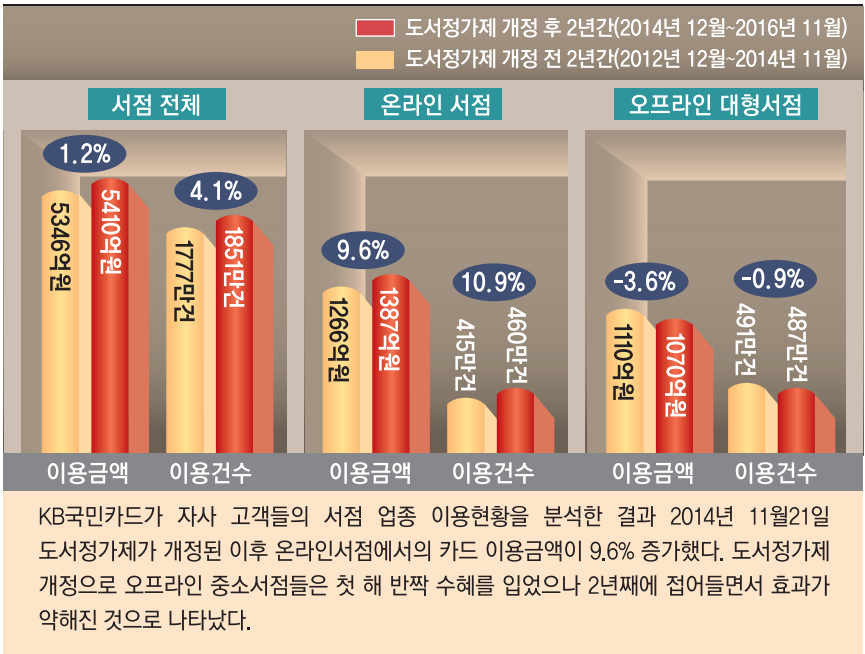
크리스마스 제품 출시도 눈에 띈다. 이랜드월드의 주얼리 브랜드 로이드, 오에스티가 크리스마스 시즌을 맞아 특별한 디자인의 시계를 선보였다. 로이드가 내놓은 ‘눈 내리는 밤 시계’, ‘은하수 시계’, ‘오로라 시계’가 그것. 오에스티는 12월 별자리인 ‘사수자리’를 활용한 리미티드 에디션 메탈 시계를 선보여 눈길을 끌고 있다.

정정국 기자

편집 | 고창일 기자 ico@donga.com

데이터로 보는 경제

도서정가제 개정 전후 2년간 서점 업종 카드 이용 변화



산 날씨	바다 날씨	미세 먼지
북한산 -3/-1 설악산 1/3 오대산 -3/-1 계룡산 -1/2 속리산 -2/2 소백산 -1/0 팔공산 2/5 지리산 1/4 덕유산 -1/2 내장산 1/3 한라산 0/2	인천수도 -2/-1 제부도 -2/1 경포대 1/4 속초 1/3 대천 0/2 안면도 꽃지 0/1 변산반도 0/3 거문도 3/6 철원 3/6 해운대 3/8 제주도 6/8	서울 6 부산 18 대구 15 인천 19 광주 21 대전 17 울산 21 경기 12 강원 10 충북 9 경남 13