

CF만 200억대…팬도 업체도 ‘워너원 앞이’

20만원대 한정판 피규어…MD 붓물
화장품·의류·식음료 모델출연 급증
“팬덤 확고한 보이그룹 효과 기대 높다”



유통업체가 ‘워너원 앞이’에 빠졌다.
워너원은 ‘프로듀스101’ 시즌2에서 국민 프로듀서의 선택을 통해 선발된 강다니엘, 박지훈, 이대휘, 김재환, 홍성우, 박우진, 라이관린, 윤지성, 황민현, 배진영, 하성운 등 총 11명으로 구성된 프로젝트 아이돌그룹이다. 7일 공개한 데뷔앨범 ‘1X1=1’의 타이틀곡 ‘에너제틱’이 음원차트를 휩쓸고 있는 가운데, ‘워너원’ 바람에 맞춘 유통업체의 움직임이 바쁘다.

롯데마트 완구 매장 토이저러스는 28일까지 서울역점, 수원점, 부산광복점 등 전국 11개 매장에서 워너원 피규어를 단독 판매한다. 점포별로 200개씩 총 2200개만 한정 판매한다. 가격은 24만8000원. ‘워너원’이 워낙 뜨거운 아이돌인 만큼 피규어 대상으로 선택했다는 게 회사 설명이다.

티몬도 워너원 공식 MD상품인 교통카드와 피규어 키링을 독점 판매한다. 멤버 1명의 얼굴이 찍힌 교통카드와 피규어 키링 1개가 함께 든 세트(1만9800원)와 교통카드 11종과 피규어키링 11종이 모두 들어간 풀세트(21만7800원) 두 종류다. 김상희 티몬 제휴사업본부장은 “티몬이 아니면 어디서든 만날 수 없는 상품인 만큼, 팬들의 뜨거운 반응이 예상된다”고 기대감을 감추지 않았다.

‘프로듀스101’ 시즌2 시절부터 불붙은 C/P출연도 여전히 뜨겁다. 당시 단기 모델이었던 아모레퍼시픽 이니스프리와 최근 1년 계약을 했고, 교복 브랜드 아이비클럽, 스포츠 브랜드 케이스위스의 모델로 발탁됐다. 또한 롯데제과 유산균 과자 요하리와 유산



롯데마트 완구 매장 토이저러스에서 판매하는 한정판 워너원 피규어, 이니스프리의 워너원이 등장하는 360도 VR 영상, 티몬에서 구입 가능한 워너원 공식 MD상품인 교통카드(위쪽부터 시계방향), 7일 발표된 데뷔앨범이 음원차트를 휩쓸고 있는 가운데 엄청난 팬덤에 맞춘 ‘워너원 효과’를 노리는 유통업체의 움직임이 활발하다.

균 쇼콜라, 하이트진로 하이트 엑스트라 폴드 등 식음료·주류 광고에도 진출했다.

유통업체가 이렇게 워너원에 열광하는 것은 이미 형성된 엄청난 팬덤에 대한 기대가 크기 때문이다. ‘프로듀스 101’ 시즌2를 제작지원한 이니스프리는 당시 이들을 ‘화산송이 컬러 클레이 마스크’의 광고 모델로 등장시켰는데 디지털 화보, 브로마이드, 360도 VR 영상 등 공개하는 콘텐츠마다 화제를 모았다. 브로마이드는 배포 첫날 품절 사태를 빚었고 360도 VR 영상도 3일 만에 조회수 100만 건을 돌파했다.

티몬 역시 ‘프로듀스101’ 시즌2의 공식투표채널로 참여해 3개월 간 누적투표수 3200만표, 총투표자 수 700만 명을 기록했다. 또한 투표참여를 위해 티몬에 신규 가입한 고객이 36만명에 이르는 등 성공적인 시너지 효과를 얻었다.

워너원의 활동기간은 2018년 12월31일까지여서 그때까지 이들이 일으킬 경제효과도 엄청날 전망이다. 현재 업계에서는 워너원의 광고계약금이나 각종 판권 등의 구체적인 액수에 대해서는 입을 굳게 다물고 있다. 하지만 신규 가입자 및 중복적인 트래픽

유입, 매출 증가 등을 따지면 수백억원대 광고효과가 추산된다.

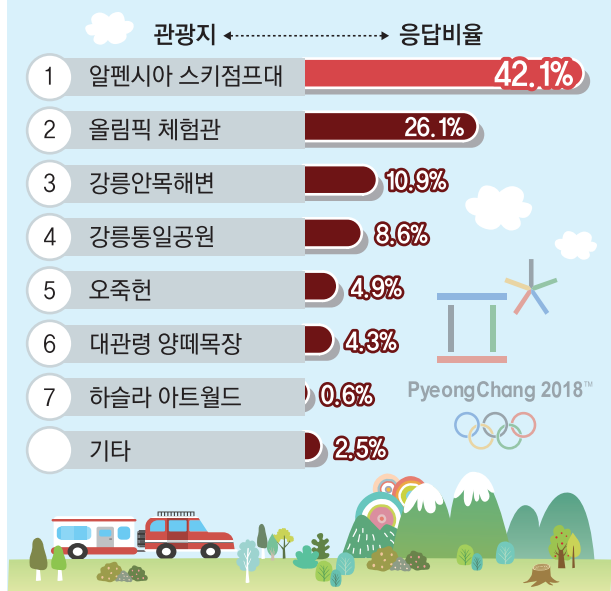
역시 큰 성공을 거둔 ‘프로듀스101’ 시즌1의 ‘아이오아이’(IOI)와 비교하는 시각도 있다. 업계 관계자는 “당시 아이오아이가 100여원의 매출을 올린 것으로 알려졌다. 워너원의 경우 팬덤층이 확고한 보이그룹이고 계약기간도 1년6개월로 아이오아이보다 6개월이 더 길어 최소 두 배 이상의 매출이 기대된다”며 “‘워너원 효과’로 업체가 누린 부가가치는 그 이상이 될 것”이라고 전망했다.

정정욱 기자 jiajy@donga.com

데이터로 보는 경제

외국인 선호 2018 평창동계올림픽 평창지역 관광지

2018 평창동계올림픽을 앞두고 외국인인 평창 지역에서 가장 기대하는 관광지는 ‘알펜시아 스키점프대’인 것으로 나타났다. 한국방문위원회(위원장 박상구)가 2018 평창동계올림픽 G-200을 기념해 2주간 한국방문위원회 SNS 채널을 통해 실시한 설문조사에서 ‘알펜시아 스키점프대’(42%)가 1위에 올랐다. 또한 한국인이 가장 가고 싶은 평창 인근 관광지로는 대관령 양떼목장이 1위에 올랐고 이어 하슬라 아트월드, 알펜시아 스키점프대, 강릉 안목해변, 평창동계올림픽 홍보체험관 순으로 꼽혔다.



제주신화월드 1차 개장 일정 나왔다

신화테마파크 9월30일 개장…15개 놀이시설 오픈

제주 북함리조트 제주신화월드의 1차 개장 일정이 나왔다. 제주신화월드의 1단계 시설에는 신화테마파크, 1300여실의 호텔, MICE 시설, 쇼핑 콤플렉스, YG타운(가칭), 외국인 전용 카지노 등이다.

제주신화월드 사업을 진행중인 람정제주개발에 따르면 이중 신화테마파크가 9월30일 가장 먼저 문을 연다. 7월 31일 임시 사용승인을 받아 7개 존 중 3개 존을 먼저 오픈해 15개의 놀이기구 및 오락시설을 운영한다. 신화테마파크는 28만㎡ 규모로 애니메이션 캐릭터 리버, 오스카의 오아시스, 로터리 파크, 카페 원글 등을 테마로 하고 있다.

이어 YG엔터테인먼트가 운영하는 YG타운(가칭)이 10월 개장한다. GD카페를 비롯해 GD가 직접 콘서트 기획부터 디자인 작업에 참여한 볼링장, YG푸드에서 운영하는 레스토랑과 리테일 스토어 등이 들어선다.

제주신화월드의 첫 숙박시설인 서머셋 제주신화월드가 4월 오픈한 데 이어 램딩호텔이 11월, 메리어트 리조트앤스파가 12월에 잇따라 개관한다.

한편, 제주신화월드의 2단계 개장 때는 글로벌 럭셔리 호텔 브랜드인 포시즌스 리조트 제주가 240실 규모로 오픈한다.

김재범 기자 oldfield@donga.com

여름 맛이 업데이트…무더위 날려라

‘다크어벤저’ 길드레이드 업데이트
수영복 코스튬 등 해변 콘텐츠 추가



게임

“뜨겁거나 시원하거나.”
국내 주요 게임사들이 여름 시즌을 맞아 인기게임들의 콘텐츠 업데이트를 잇따라 단행하고 있다. 화끈한 전투를 즐길 수 있는 콘텐츠는 물론 시원함을 느낄 수 있는 콘텐츠의 줄길거리까지 다양하다.
먼저 화끈함을 맛볼 수 있는 ‘이열치열’ 콘텐츠가 눈길을 끈다. 넥슨은 8일 모바일 액션 역할수행게임(RPG) ‘다크어벤저 3’에 협동 콘텐츠 ‘길드 레이드’를 추가했다. 같은 길드에 소속된 유저들이 다섯 명씩 팀을 이뤄 실시간으로 강력한 보스 몬스터 ‘기간테스’에 도전하는 방식이다. 매주 결과에 따라 순위가 산정되며, 상위권에 속한 길드에는 보상이 주어진다.
네오위즈는 모바일 전략 RPG ‘브라운

더스트’에 전략전투의 재미가 있는 ‘길드전’을 업데이트했다. 길드 단위 전투 콘텐츠로 상대 진영의 배치를 파악한 뒤 전략을 구상해 빠른 턴 안에 최소한의 아군 손실로 승리하는 것이 목표다.

엔씨소프트는 모바일 다중접속역할수행게임(MMORPG) ‘리니지M’에 ‘혈맹 레이드’ 콘텐츠를 업데이트를 준비하고 있다. 혈맹원들이 함께 보스 몬스터를 사냥하는 콘텐츠다. 레이드에 참여한 모든 이용자는 명예의 코인과 경험치를 보상으로 받고 혈맹은 경험치를 얻는다. 엔씨소프트는 혈맹 레이드의 업데이트 일정을 추후 공개할 예정이다.

무더위를 잠시나마 잊도록 해주는 시원한 콘텐츠 추가도 눈길을 끈다. 컴투스 는 모바일 RPG ‘서머니즈 워: 천공의 아레나’에 특별 형상변환 콘텐츠 업데이트를 진행했다. 휴가 시즌을 맞아 여름 분위기를 느낄 수 있는 ‘해변의 바캉스’ 테마로 준비했다. 해변의 사막여왕을 비롯

해, 해변의 오컬트, 해변의 오리클, 해변의 쿵푸걸, 해변의 브라우니 요술사 등 총 5가지 형상변환을 통해 몬스터를 변화시킬 수 있다.

스마일게이트메가포트는 모바일 카드배틀 RPG ‘큐라레: 마법도서관’에 여름 시즌 맛이 특별 업데이트 ‘워터파크 대격돌’을 선보였다. ‘물놀이 고양이’, ‘물놀이 스카페이스’, ‘물놀이 양’ 등 워터파크를 테마로 한 신규 일러스트 25종이 새롭게 공개됐다. 또 주인공인 마유, 펠핀, 셀라의 수영복 코스튬도 추가됐다. 와이드온라인도 모바일 RPG ‘갯 오브 하이스쿨’에 해변 캐릭터 3종을 추가했다.

PC온라인게임도 나왔다. 스마일게이트 메가포트는 ‘소울워커’에 여름 분위기를 살리는 특별 코스튬 ‘선사인 수영복’을 새롭게 추가했고, 엑스엘게임즈는 ‘아키에이지’에 ‘해상 전장: 트래파세스’ 콘텐츠를 업데이트 했다.

김명근 기자 dionys@donga.com



인기 게임들이 여름 맛이 업데이트를 진행중이다. 넥슨의 모바일 액션 역할수행게임(RPG) ‘다크어벤저3’(위)는 협동 콘텐츠 ‘길드 레이드’를 추가했고, 컴투스의 모바일 RPG ‘서머니즈 워: 천공의 아레나’는 특별 형상변환 콘텐츠를 업데이트했다. 사진제공 | 넥슨·컴투스

정몽구 재단, ‘온드림 서머스쿨’ 개최

놀이, 강연, 공연…‘나눔의 가치’ 배워

현대차 정몽구 재단은 8월7~12일까지 천안 상록 리조트에서 아동청소년의 인성함양을 위한 ‘2017 온드림 서머스쿨’을 진행한다. 2013년 처음 시작된 현대차 정몽구 재단의 아동청소년 인성교육 캠프로 올해 5회째다.

재단 교육지원 프로그램 ‘온드림스쿨’을 지원 받는 농산어촌 초등학교 및 동아리 활동 중·고등학교 중 선정된 학교의 학생 800여명이 참가한다. 캠프는 초등 및 중·고등 부문으로 나뉘어 각각 2박3일씩 진행된다. 올해 캠프의 주제는 ‘아낌없이 주는 나무’다.

유영학 재단 이사장은 “이번 서머스쿨을



현대차 정몽구 재단이 8월7일부터 12일까지 ‘2017 온드림 서머스쿨’을 진행한다. 참가학생들과 대학생 멘토들이 팀을 이루어 프로그램에 참여하고 있다. 사진제공 | 현대차 정몽구 재단

통해 학생들이 함께 살아가는 삶의 의미에 대해 생각해 보고 나눔의 기쁨과 소중함도 느껴볼 수 있길 바란다”고 말했다.

원성열 기자 sereno@donga.com

바이오 벤처 비트로시스, 기업공개 추진

산삼 배양근 기술…광동계약 지분 참여

비트로시스가 기업공개(IPO)를 추진한다. 비트로시스는 산삼배양근을 세계 최초로 개발한 손승조 박사가 2002년에 설립한 생명공학 바이오 벤처기업이다. 산삼 배양근 관련 식물복제 원천기술을 다수 보유하고 있다. 비트로시스는 8월 기업공개(IPO) 주관사로 키움증권을 선정했다. 키움증권은 최근 기업공개(IPO)를 위한 사전실사를 완료했고, 비트로시스는 한국거래소의 심사 승인 절차를 거쳐 빠르면 내년 하반기 코스닥 시장에 상장될 예정이다.

비트로시스는 지난 달 광동계약으로부터 지분(9.3%) 포함 30억원의 투자를 유치



비트로시스 회사 전경

했다. 비트로시스는 향후 광동계약과 식품, 의약품 소재탐색 및 천연물 R&D를 공동 추진함으로써 신제품 개발을 통한 외연 확장에 나설 계획이다.

정용운 기자 sadzoo@donga.com

뉴스디자인 | 신하늬 기자