

‘닛산 알티마’도 반한 한국타이어...이젠 북미다!

강력한 성능의 UHPT ‘키너지GT’ 캠프리·뉴 어코드·알티마 OE 공급
美 테네시 공장 준공...북미 진출

한국타이어가 연구개발 혁신을 통한 하이테크기술력을 바탕으로 글로벌 OE (신차용 타이어) 시장을 확대, 글로벌 완성차 브랜드와의 전략적 파트너십을 강화하고 있다. 세계 최고 수준의 기술력과 품질 경쟁력을 바탕으로 독일 프리미엄 완성차 브랜드는 물론 일본 3대 자동차 브랜드인 토요타, 혼다, 닛산의 북미 베스트셀링 모델까지 OE 공급을 확대하며 글로벌 프리미엄 브랜드로서의 위상을 높여가고 있다.

또한 글로벌 자동차 산업의 중심지인 미국 테네시 주에 하이테크 생산시설을 준공하며 북미 시장공략에도 박차를 가하고 있다. 특히 R&D부터 생산, 판매에 이르는 전 과정을 미국 내에서 진행하며 물류를 최적화하고 북미 지역 소비자 맞춤형 상품 제공 및 글로벌 자동차 업체의 프리미엄 신차용 타이어 공급을 한층 확대할 계획이다.

●日 베스트셀링카 OE 확대로 북미 공략

한국타이어는 독일 3대 완성차 기업의 고성능 프리미엄 모델에 이어 최근에는 일본 대표 베스트셀링카인 토요타 캠리와 혼다 뉴 어코드, 닛산 알티마의 6세대 모델인 ‘2019 닛산 알티마’까지 OE 비즈니스를 성사해 본격적으로 북미 시장 공략에 나서고 있다.

일본 3대 자동차 브랜드의 대표 중형 세단에 신차용 타이어로 공급하는 ‘키너지GT’는 다양한 주행 환경에 대응해 강력한 성능과 편안한 승차감을 동시에 제공하는 사계절용 초고성능 타이어(UHP



한국타이어가 일본 대표 베스트셀링 모델인 6세대 닛산 알티마에 신차용 타이어(OE)를 공급하며 본격적으로 북미 시장 공략에 나선다. 알티마에 장착되는 ‘키너지 GT’는 다양한 주행 환경에 대응해 강력한 주행 성능과 편안한 승차감을 동시에 제공하는 사계절용 초고성능 타이어다. 사진제공 | 한국타이어

T, Ultra High Performance Tire)다. 장마철 젖은 노면과 겨울철 결빙된 눈길에서도 탁월한 접지력을 발휘하여 안정된 주행 환경을 제공한다. 또한 정교한 핸들링 성능을 이끌어내고 주행 소음을 감소시켜 운전자에게 최적의 드라이빙 경험을 선사한다.

한국타이어는 토요타와 2013년 코롤라로부터 이번 캠리까지 10개의 차종에 신차용 타이어를 공급하고 있다. 또한 혼다의 대표 스테디셀링 모델인 시빅과 CR-V에 이어 뉴 어코드까지 신차용 타이어 공급을 체결하는 등 미주 시장에서 점유율이 높은 일본 브랜드와의 전략적 파트너십을 강화해 글로벌 프리미엄 브랜드 가치를 다시 한번 입증했다.

●美 테네시 공장...글로벌 파트너십 거점

한국타이어는 미국 테네시주 클락스빌에 하이테크 생산시설 ‘테네시 공장’을 준공하며 북미 시장 공략에 박차를 가하고 있다. 한국타이어는 현재 글로벌 주요 거점인 헝가리, 인도네시아, 중국 등에 생산기지를 두고 있으며, 테네시 공장 준공으로 글로벌 전 지역에 걸친 균형 있는 생산 거점 포트폴리오를 구축했다.

테네시 공장은 미국 교통과 물류의 중심 지역인 테네시주의 지리적 요건을 바



한국타이어 테크노돔

탕으로 현지 소비자와 주요 글로벌 자동차 브랜드에 타이어를 신속히 공급함으로써 딜러 및 협력 업체 등과 전략적 파트너십을 강화하는 거점 역할을 할 예정이다. 원성열 기자 sereno@donga.com



에버랜드가 ‘틀립축제’를 맞아 맞춰 130여 종의 특선 메뉴를 새로 선보인다. 모델들이 틀립 핫도그, 매화 핫도그, 새싹삼 아보카도 바나나 주스 등 색다른 창작 요리들을 선보이고 있다. 사진제공 | 에버랜드

“틀립 케이크 먹으러 오세요” 에버랜드 봄 특선메뉴 선봬

용인 에버랜드가 ‘틀립축제’에 맞춰 130여 종의 특선 메뉴를 새로 선보인다.

축제 메인 무대인 포시즌스 가든 옆 가든 테라스 레스토랑에서는 봄을 맞아 패스츄리 도우에 꽃, 나비 모양 토핑을 얹은 ‘포시즌스 가든 고르곤졸라’ 피자를 새로 내놓았다. 포시즌스 가든 옆 이탈리아 전문 레스토랑 쿠치나 마리오에서는 치즈를 얹어 갈아 놓은 달걀이 얹은 ‘블로썸 치즈 크림 스파게티’를 새로 선보인다. 넘프가든 앞 매지타임 레스토랑에서는 썬더 코너를 신설, 아보카도 리코타 샐러드, 닭가슴살 퀴노아 샐러드 등을 운영한다.

스낵 메뉴로는 빨간색, 노란색의 초콜릿을 덧입혀 틀립 꽃송이를 형상화한 ‘틀립 무스 케이크’를 비롯해 틀립 핫도그, 매화 핫도그, 새싹삼 아보카도 바나나 주스 등 색다른 창작 요리들을 운영한다.

에버랜드는 틀립축제를 앞두고 새로운 메뉴 개발을 위해 에버랜드 셰프와 식음부서 직원들이 참여한 요리 경연대회를 개최하고, 고객들과 함께 하는 메뉴평의회를 실시했다. 김재범 기자 oldfield@donga.com

GKL, 7개 대학교와 산학협력 협약

그랜드코리아레저(GKL·대표 유태열)는 미래 관광인재 양성을 위한 ‘2019 산학협력 협약식’을 19일 서울 삼성동 GKL 본사에서 가졌다. 유태열 사장을 비롯한 GKL 관계자와 동국대학교 전산원, 수원대학교, 수원과학대학교, 숙명여자대학교, 신구대학교, 아세아항공직업전문학교, 한양대학교(이상 7개 교, 가나다순) 관계자 등이 참석했다. 협약 주요 내용은 상호 발전과 공동 이익을 위한 협력, 인적·물적 자원의 활용 및 교류, 현장실습 및 직무교육에 관한 공동 노력 등이다. 이번 협약을 통해 GKL과 산학협력 협약을 맺은 대학은 63개 교로 늘어났다. 유태열 사장은 협약식에서 “GKL은 관광 공기업으로서 청년 일자리를 창출하는 ‘취업 디딤돌’의 역할을 충실히 해 나가겠다”고 밝혔다. 김재범 기자

한국관광 선호도 조사해보니

베트남 가장 높고 일본선 가장 낮아

글로벌 방한관광 시장 중에서 한국관광에 대한 인지도와 선호도가 가장 높은 국가는 베트남으로 나타났다.

문화체육관광부와 한국관광공사는 20개국 15~59세 남녀 1만2000명을 대상으로 진행한 ‘2018 한국관광 브랜드 마케팅 커뮤니케이션 효과조사’에서 베트남은 인지도 82.1%, 선호도 84.8%로 가장 높았다. 그 외에 태국 인도네시아 필리핀 등 동남아 국가에서 한국관광에 대한 인지도와 선호도가 모두 높았다.

반면 양대 방한 시장으로 꼽히는 중국과 일본은 인지도와 선호도가 다른 추세를 보였다. 중국은 ‘관광 목적지로서 한국에 대해 잘 알고 있다’는 응답이 77.2%에 달했지만, 관광목적지 선호도에서는 64.5%를 기록했다. 일본은 편차가 더 커서 인지도는 54.0%였지만, 선호도는 28.3%로 조사대상 20개 국가 중 가장 낮았다.

한편 한국을 관광목적지로 떠올릴 때 생각하는 지역은 서울(61.4%), 부산(34.3%)이 1,2위를 차지했다. 하지만 제주도, 강원도, 경상·전라도 등을 찾는 사람이 늘면서 서울 및 부산 등 대도시 집중 비율이 많이 낮아졌다. 우병희 한국관광공사 브랜드광고팀장은 “2023년까지 인지도를 주년 상위 경쟁국 수준인 60% 이상으로 끌어올리고 한국관광에 관심이 있는 잠재적 방한관광 소비자에게 한국관광의 매력을 전달할 계획”이라고 밝혔다. 김재범 기자

‘카레 대중화 일등공신’ 오투기 카레 50주년 맞아

레토르트·과립형 카레 최초 개발
백세·렌틸콩카레 등 다양한 시도
각종 카레 레시피 홍보에도 앞장

1969년 첫 출시 이후 지금까지 가정 학교 직장에서 많은 사랑을 받아온 오투기 카레가 올해 50주년을 맞았다.

오투기는 1940년경 한국에 처음 소개된 카레가 대중화시킨 주역이다. 일단(현오투기)가 회사설립과 함께 생산한 최초의 품목이 오투기 카레다. 이후 지금까지 오투기는 국내 카레 제품의 발전과 변화를 선두에서 이끌었다.

분말 형태로 시작한 카레는 파우치에 담은 레토르트 형태로 발전했고, 2004년에는 건강에 좋은 강황을 50% 이상 늘리고, 베타글루칸 및 식이섬유가 풍부한 귀리 등을 원료로 사용한 ‘오투기 백세 카레’가 출시됐다.

2009년 간편하게 조리할 수 있도록 물에 잘 녹는 과립형 카레를 처음 개발해 시장에 내놓은 것도 오투기의 기술력이

었다. 2012년에는 발효제품에 대한 소비자의 긍정적 인식을 제품에 반영한 명품 카레 ‘발효강황카레’를 출시했고, 2014년에는 세계 5대 건강식품으로 꼽히는 렌틸콩을 넣은 ‘3분 렌틸콩카레’를 내놓았다. 최근에는 3일 숙성소스와 다양한 향신료를 갈아 넣은 ‘오투기 3일 숙성카레’를 출시했다.

오투기 카레는 품질 향상을 위한 끊임없는 연구개발과 앞서가는 마케팅으로 50주년을 맞는 지금까지 업계 1위를 지키고 있다. 카레 관련 각종 마케팅 행사를 실시하고 카레 케첩떡볶이 카레볶음밥 카레스파게티 등 카레를 활용한 요리를 홈페이지와 책자를 통해 홍보하고 있다. 또한 카레 사이트 ‘Enjoy 카레’(enjoycurry.ottogi.co.kr)에서 관련 정보와 각종 이벤트를 소개하고 있다. 김재범 기자 oldfield@donga.com



현대모비스, 안텍스와 자율주행 플랫폼 공동개발

(러시아 최대 인터넷 검색엔진 사업자)
현대모비스는 러시아 최대 인터넷 검색엔진 사업자인 안텍스(Yandex)와 ‘딥러닝 기반의 자율주행 플랫폼 공동개발을 위한 양해각서(MOU)’를 체결했다. 앞으로 양사는 인공지능 기술 기반의 완전 자율주행 플랫폼을 공동으로 개발해, 궁극적으로 글로벌 시장에 로보택시와 같은 무인 모빌리티 서비스를 제공할 계획이다. 원성열 기자