

비즈 프리즘 | 뮤지션과 콜라보레이션에 빠진 패션·유통업계

“노래 속에 브랜드를 심는다”...음원마케팅 붐

CF 홍보 넘어서 음원·뮤비로 각인
빈폴, 윤종신과 ‘이제 서른’ 캠페인
롯데마트-하현우, 음원 ‘드림’ 선풍

패션·유통업계가 뮤지션과의 협업을 통해 브랜드 이미지를 쌓는 음원 마케팅에 한창이다.

모바일 플랫폼 시대에 맞춰 음악 사이트에서 음원을 공개하고, 뮤직비디오를 통해 SNS에서 주목을 받으면서 브랜드 친밀도와 이미지를 쌓는 전략이다. 예전에 제품 광고나 기업 홍보를 위한 CF 속 음악으로 브랜드를 내세웠다면, 이제는 한걸음 더 나



윤종신·장범준과 함께 한 삼성물산 패션부문 빈폴 ‘이제 서른’ 캠페인. 패션·유통업계가 브랜드 이미지를 녹인 음원으로 고객 어필에 나섰다.

사진제공 | 삼성물산 패션

아가 음원 공개와 동영상 제작으로 발전한 것이 특징이다.

윤종신 30주년을 맞은 삼성물산 패션부문 빈폴은 윤종신과 함께 ‘이제 서른’ 캠페인을 진행 중이다. 1989년 데뷔한 30년차 가수 윤종신이 1989년에 태어난 서른살의 후배 가수 장범준, 소녀시대 태연, 어반자카파 조현아 등과 함께 음원과 뮤직비디오를 공개하는 프로젝트다. 3월 윤종신이 신곡 ‘멋(부제: 서른에게)’을, 4월 장범준이 사랑과 평화의 ‘그대 떠난 뒤’를 발표했고, 5월에는 태연이 김현철의 노래인 ‘춘천 가는 기차’를, 6월에는 어반자카파가 김완선의 ‘기분 좋은 날’ 등 1989년에 나온 노래들의 리메이크 버전을 공개할 예정이다. 이어 7월

에는 이들을 한 자리에 모아 콘서트도 열 계획이다. 30년이라는 키워드를 통해 중·장년층에게는 추억을, 젊은층에게는 새로운 음악이란 매개로 전 세대와 소통하고자 기획했다는 게 빈폴 측 설명이다.

한세엠케이의 캐주얼 브랜드 NBA는 브랜드 모델인 힙합그룹 메킷레인과 함께 NBA의 스트리트 패션과 힙합이 어우러진 음원 ‘NBA’를 공개했다. NBA의 스트리트 패션에서 영감을 받아 메킷레인이 만든 곡으로 뮤직비디오에서 NBA 패션을 입고 등장한다. 롯데마트는 음악가 꿈나무 육성 사회 공헌 프로그램인 ‘드림캐처스’와 그룹 국카스텐의 보컬 하현우가 함께 한 음원 ‘드림’을 선보였다. 정정욱 기자 jjay@donga.com

한 눈으로 보는 경제

8일

코스피지수	2168.01	↓	-8.98
코스닥지수	745.37	↓	-8.08
日 닛케이 지수	2만1602.59	↓	-321.13
中 상하이 종합	2893.76	↓	-32.63
국고채 금리 (3년물, 연%)	1.717	↓	-0.006
환율(원·달러)	1169.4	↑	+2.90
국내금값 (원/그램)	4만8387.06	↑	+232.47



8일 SK텔레콤 을지로 본사에서 디지털 광고·마케팅 분야에서 상호 협력하기로 합의 한 SK텔레콤 하형일 통합서비스혁신센터장(왼쪽)과 인스타그램 집스카이어스 비즈니스&미디어 부사장 사진제공 | SK텔레콤

SKT-인스타그램, 5G 디지털광고 협력

SK텔레콤은 글로벌 소셜네트워크서비스(SNS) 인스타그램과 5G 시대 디지털광고 분야에서 손을 잡았다. 양사는 인스타그램의 새 광고·마케팅 기법을 국내에 적용할 때 관련 내용을 먼저 협의하기로 합의했다고 8일 밝혔다. 또한 인스타그램에서 사진·동영상을 24시간만 공유하는 기능인 ‘인스타그램 스토리’와 세로형 동영상을 기본 제공하는 인스타그램 동영상 앱 ‘IGTV’ 등의 서비스를 활용해 5G 콘텐츠가 확산할 수 있도록 협력한다는 계획이다. SK텔레콤은 3월에는 페이스북과 협력해 중고생을 대상으로 모바일 메신저 ‘페이스북 메신저’를 데이터 소진 없이 이용할 수 있는 제로레이팅 서비스를 선보였다. 김명근 기자



애경 ‘크리스탈 블로썸 립스틱’ 선풍

애경 화장품 브랜드 AGE 20's(에이지투웨니스)가 ‘크리스탈 블로썸 립스틱’(사진)을 선보였다. 콜라겐 에센스 캡슐 포몰러를 적용해 바르는 순간 에센스 캡슐이 터지며 부드럽고 촉촉하게 발린다. 또 다이아몬드, 자수정, 진주 파우더를 함유해 입술 윤광 연출에 도움을 준다. 클래식 레드, 딥 핑크, 로 맨틱 핑크, 썸 코랄, 브릭 로즈 등 총 5종으로 구성했다.

아로마티카, 스위스 백화점 입점

뷰티 브랜드 아로마티카가 스위스 마노르 백화점 매장에 입점했다. 마노르 백화점은 스위스 전역에 60여 개 지점을 두고 있으며 이번에 입점한 아로마티카 제품은 마노르 온·오프라인 매장 K뷰티 코너에서 판매한다. 베스트셀러 제품인 ‘95% 유기농 알로에 베라 젤’을 비롯 ‘로즈 애플슬루트 퍼스트 세럼’, ‘오렌지 클렌징 샴페트’ 등 유기농 비건 뷰티에 관심이 높은 유럽권 소비자를 겨냥한 제품을 선보였다. 정정욱 기자

트위터로 본 게임산업 ‘핵인싸’는 한국



특별기고
최향숙
트위터코리아 이사

만화 ‘여중생A’에서 주인공 ‘미레’는 현실에서는 따돌림을 받지만, 게임 안에서는 멋진 ‘인싸(무리 속에서 아주 잘 지내는 사람을 의미하는 신조어)’의 인생을 산다. 그리고 현실에서 살아갈 힘을 얻는다. 밖에서는 ‘소심아’이면서 게임에서는 ‘핵인싸’의 인생을 사는 것, 나는 이런 힘을 주는 게임이 좋다.

한동안 게임을 잊고 살다가, 트위터에서 일하면서 알게 된 게임산업은 충격이 었다. 장편소설 못지않은 웅장한 세계관, 실사 같은 3D 디자인, 교향곡을 떠올리게 하는 음악... 일부 마니아들의 취미라고 치부하기에는 고차원적이면서도 대중적

이고, 누구나 사랑에 빠질 수 있는 요소들이 많았다. 예전에 내가 즐기던 ‘트윙코브라’와는 차원이 달랐다. 이제 게임은 한국 문화산업의 중심축으로 자리 잡았다.

한국 게임산업은 미국, 일본 등 게임 선진국들과 비교해도 뒤지지 않는다. ‘2018년 대한민국 게임백서’에 따르면 2018년 국내 게임 매출액은 13조 원을 넘어설 것으로 예상됐고 해외 수출액은 59억 달러(약 6조 6000억 원)에 달했다. 특히 PC 게임은 세계시장의 12%를 차지하며, 글로벌 3위를 기록했다.

국내 게임산업의 고무적인 성과에 트위터도 기여하고 있다. 많은 국내외 게임사가 트위터를 통해 다양한 캠페인을 하고 있다. 또 글로벌 시장 진출을 앞두고 성공 가능성을 점치기 위해 트위터를 활용하고 있다. 세계적으로 큰 성공을 거두고 있는 게임들의 공통된 특징은 게임 이용자와의 소통이다. 그래서 트위터가 가

진 세계적인 확산성, 소통성, 실시간성 등이 게임사들에게 매력적인 플랫폼으로 받아들여지고 있다. 더구나 트위터는 특정한 분야에 능통한 덕후들이 많이 활동하는 공간이기도 하다.

한국뿐 아니라 일본, 미국, 유럽에서도 큰 사랑을 받고 있는 국산 게임 ‘리니지2 레볼루션’은 글로벌 진출에 트위터를 적극적으로 이용했다. 거침없는 입담과 애드리브로 유명한 미국의 MC 겸 배우인 코난 오브라이언을 모델로 발탁했고, 코난이 직접 게임 후 남긴 소감 트윗도 좋은 반응을 이끌어냈다. 트위터에서 효과가 배가되는 인플루언서 마케팅 효과를 톡톡히 본 셈이다.

트위터에서는 ‘포트나이트’나 ‘검은사막 모바일’ ‘배틀그라운드’ ‘브롤스타즈’ ‘양상 블스타즈’의 소식을 가장 빨리 전해들을 수 있다. ‘검은사막 모바일’은 트위터로 게임 사전예약을 받아 얼마 전 100 만 명 이상

의 사전예약 이용자를 모집하며 성공적으로 일본 시장에 론칭했다. ‘배틀그라운드’는 공식 트위터 계정을 개설한 후 현재 팔로워 130만 명을 기록 중이다. 트위터로 우리나라 게임이 전 세계 유저와 소통하는 모습을 보면 기분이 좋아진다.

게임은 이 시대의 종합 예술이다. 방대한 세계관의 시나리오, 고품질의 캐릭터, 웅장한 게임 사운드가 어우러진 모습은 갑탄 그 자체다. 내가 이처럼 거대한 대한민국 게임산업의 언저리에서 하나의 역할을 맡고 있다는 것이 뿌듯하다.

? 최향숙 이사
▲트위터코리아 전략광고 및 사업 개발 담당 ▲삼성전자(2008~2015) ▲SK커뮤니케이션즈 사이월드 유럽 PM (2006~2008) ▲애스턴대(영국) e비즈니스 석사

듀얼 스크린의 세계로...‘V50쌍큐’ 내일 출격

LG 첫 5G 지원 플래그십 스마트폰
연속 적자 탈출 구원투수 될지 관심

LG전자가 출시를 한 차례 연기했던 ‘V50’을 선보이며 5G 시장 공략에 나선다. LG전자는 첫 5G 스마트폰 ‘V50쌍큐(사진)’를 10일 국내 출시한다고 8일 밝혔다. 당초 4월19일 내놓을 예정이었지만, 5G 서비스에 대한 소비자 불만이 높아지자 품질 보장을 위해 출시를 미루었다.

10일부터 이동통신 3사와 오픈마켓이나 LG베스트샵 등 자급제 채널을 통해 V50을 구입할 수 있다. 출고가는 119만9000원으로 100만 원이 넘지만, 먼저 출시한 삼성전자의 갤럭시S10 5G보다는 20만 원 가량 싸다. V50은 스냅드래곤 855 프로세서와 4000mAh 대용량 배터리 등을 갖췄다. LG전자는 6월 말까지 제품을 구매하는 고객들에게 21만9000원짜리 듀얼 스크린을 무상으로 준다. 듀얼 스크린은 여닫을 수 있는 플립 커버 안쪽에 올레드 화면을 담아 영상을 감상하면서 검색을 하거나, 게임을 하면서 컨트롤러로 이용할 수 있다. LG전



자는 사용하던 스마트폰을 반납하면 중고 시세 이상의 보상을 제공하는 프로그램도 6월 말까지 운영한다. 오승진 LG전자 모바일마케팅담당은 “고객에게 실질적 혜택을 제공해 보다 많은 고객들이 V50의 성능과 듀얼 스크린의 실용성을 경험할 수 있도록 할 것이다”고 말했다.

업계에선 V50의 등장으로 5G 시장 경쟁이 더 치열해질 것으로 전망한다. 연속 적자에 허덕이는 LG전자 스마트폰 사업에 변화를 가져 올 구원투수가 될 지도 관심거리다. LG전자의 MC사업분부는 지난 1분기 영업손실 2035억 원을 기록하며, 16분기 연속 적자를 냈다. 김명근 기자 dionys@donga.com



연인끼리 ‘폴로 베어’ 어때요? 롯데백화점이 14일까지 서울 소공동 본점에서 폴로 랄프로렌과 함께 가족과 연인을 위한 ‘CYO’(Create Your Own) 행사를 진행한다. 키오스크에서 원하는 스타일의 옷(카라터, 라운드리, 맨투맨) 선택한 후 약 10여 가지 스타일의 폴로 베어(폴로 랄프로렌 상징 곰돌이)를 고르면 된다. 앞면과 뒷면에 짧은 문구도 넣을 수 있다. 정정욱 기자·사진제공 | 롯데백화점