

1985년 동진레저 등산장비총판 시절의 매장모습. 등산복, 텐트, 로프 등 각종 아웃도어 제품이 빼곡하게 진열돼 있다. 동진레저는 현재 블랙야크의 전신으로 강태선 회장이 1973년 남대문 시장에 등산복 점포를 내면서 시작됐다. 사진제공 | 블랙야크

남대문 옷장사 맨땅헤딩 블랙야크의 시초가 되다

OUTDOOR & TREND | 아웃도어 브랜드의 기원

강태선 회장, 무작정 상경 이모와 옷장사
스물셋 나이에 빚을 내서 '동진산악' 차려

K2 정동남 회장은 매달 수입등산화 해부
연구 끝 양산 등산화 '로바' 개발 큰 인기

밀레 '가방' 군용 배낭으로도 실용성 인정
마무트 '로프' 콜맨 '랜턴' 주력으로 시작

요즘 아웃도어 브랜드는 '토털 브랜드'가 대세이다. 의류는 물론 신발, 배낭에 텐트와 같은 캠핑용품에 이르기까지 '아웃도어의 모든 것'을 만들고 판매한다.

하지만 처음부터 그랬던 것은 아니다. '네 시작은 미약하였으나 나중은 심히 창대하리라'는 성경구절처럼 지금은 세계적인 명품, 베스트셀러로 인정받고 있는 브랜드들도 그 시작은 심히 소박하고 초라했다.

●K2 정동남 회장 "수입등산화 직접 해부하며 국산 등산화 개발"

토종 아웃도어 브랜드 블랙야크는 강태선 회장이 두 주먹만으로 일으켜 세운 회사이다. 1970년 가난이 싫어 무작정 고향인 제주도를 떠나 상경한 강회장은 옷 장사를 하던 이모 가게에서 2년간 일했다. 청바지를 팔던 강회장은 평소 자신이 좋아하는 산에서 편하게 입고 사용할 수 있는 옷과 장비를 만들어 팔기로 하고 남대문 시장에 점포를 냈다.

당시는 등산복이 체육용품을 취급하는 체육사에서 판매했기 때문에 강회장은 체육사 사장들의 마음을 잡기 위해 오전에는 체육사에서 무료봉사를 하고 오후에는 옷을 만들며 구슬땀을 흘렸다.

강회장은 "남대문 시장 점포를 얻게 됐지만 보증금 50만원, 월 임대료 2만원이 없어 전전긍긍했다. 50만원은커녕 단돈 500원도 없던 시절이었는데, 다행히 한 분이 돈을 빌려줘 지금의 동진레저를 시작할 수 있었다"라고 회고한다. 1973년. 강회장의 나이 스물 셋이었다.

점포명은 "동쪽으로 가면 흥할 것"이라며 이모가 '동진산악'이라고 지어주었다. 동진산악은 동진레저를 거쳐 1996년 현재의 블랙야크로 거듭나게 된다.

역시 토종 브랜드인 K2는 고 정동남 회장이 1972년 미싱 3대, 기술자 6명 규모의 작은 등산화 공장을 연 것이 시초이다. 평소 등산을 즐겼던 정 회장은 국산 등산화를 만들기로 마음먹고 연구를 거듭했다. 유명 수입등산화를 사다가 한 달 평균 세 켤레를 해부하며 소재, 구조, 디자인을 연구했다. 정회장의 땀과 노력으로 태어난 등산화가 국내 최초 양산 등산화인 '로바'다. 로바는 백화점 등에 납품되며 국내 산악인들 사이에서 큰 인기를 누렸다.

1978년 정 회장은 한국특수제화라는 공장을 열고 본격적으로 등산화를 생산하기 시작했다. K2라는 브랜드명도 이때 탄생했다. 1985년에는 최고가 국산 수제 등산화인 '비브람 골드'가 선을 보였다. 당시 쌀 한 가마 정도의 높은 가격임에도 상당한 인기를 얻었다. 당시 산을 좋아하는 사람들 사이에서 비브람 골드를 신은 사람은 부러움의 대상이었다.

●밀레 '가방'·마무트 '로프'·콜맨 '랜턴'·컬럼비아 '모자'가 시초

그렇다면 외국 아웃도어 브랜드는 어떨까. 프랑스 아웃도어 브랜드 밀레는 1921년 마르크 밀레 부부가 설립했다. 프랑스 마르셀사에서 식탁보를 만들던 두 사람이 독립해 맨 처음 생산한 것은 작은 가방과 잡주머니였다고 한다. 직원 10명을 데리고 가방을 만들기 시작한 밀레 부부는 1934년 프레임이 들어간 배낭을 처음으로 개발하면서 이름이 알려졌다. 1940년대 초 히틀러에 대항하는 레지스탕스에게 배낭을 공급하면서 실용성을 인정받게 된 것도 밀레의 흥미로운 히스토리다.

스위스 브랜드 마무트는 로프에서 출발했다. 1862년 창립자인 카스파 타너가 스위스 렌츠부르크 부근 딘티곤에서 농업용 로프를 제작한 것이 시초다. 지금도 마무트의 등산용 로프제품은 세계적인 명품으로 인정받고 있다.

콜맨은 1899년 윌리엄 커핀 콜맨이 설립한 미국 브랜드이다. 콜맨의 출발은 가솔린 램프 대여업. 이후 랜턴과 난방시스템을 생산했고 자동차 보급이 늘어나던 1920년대부터 일찌감치 오토캠핑용 제품을 선보였다. 랜턴과 버너, 쿨러(아이스박스)는 지금도 콜맨 브랜드의 상징 제품이다.

컬럼비아가 모자회사에서 출발한 것도 재미있다. 현 거트 보일 회장의 부모가 1938년 미국 오레건 주 포틀랜드에서 작은 모자회사를 설립한 것이 컬럼비아의 모체이다.

양형모 기자 ranbi@donga.com 트위터 @ranbi361

▼ 밀레 초창기 배낭





1초 10회 타격 짜릿 초고속액션 레디 고

▶ 액션 RPG 최고 기대작 '던전스트라이커'가 15일 공개서비스를 시작했다. 게임 내 캐릭터 캐논블레이저. 사진제공 | 한게임

주목 e게임 | 던전스트라이커

귀여운 SD캐릭터의 액션으로 인기몰이
총 9개 직업군·다채로운 던전 두근두근
쉬운 조작·자유로운 직업 시스템도 호평

새로운 액션 역할수행게임(RPG) 강자가 온다.

NHN 한게임은 아이덴티티게임즈가 개발한 액션 RPG '던전스트라이커'(이하 던스)의 공개서비스를 15일 시작했다. '던스'는 완성도 높은 게임성과 차별화된 콘텐츠로 테스트 단계부터 올해 액션 RPG 최고 기대작으로 꼽혀왔다.

실제로 7일부터 9일까지 진행된 파이널 스트레스 테스트는 한게임에서 서비스하는 게임들 중 최고 수준의 접속률을 기록했다. 닉네임 선점 이벤트에도 5만 여명이 참여해 뜨거운 관심을 보였다.

'던스'의 인기 요인은 귀여운 SD캐릭터에서 뿜어져 나오는 초고속 액션. 1초에 최대 10회까지 타격하는 빠르고 경쾌한 전투는 짜릿한 손맛을 준다. 이 밖에도 계열을 넘나드는 직업 선택 시스템과 마우스만으로 이동과 공격이 가능하도록 한 편리한 조작법도 유저들에게 호평을 받고 있다.

공개서비스 콘텐츠로는 총 9개 직업군과 캐릭터육성 테마지역 4개, 본격적인 아이템 파밍이 시작되는 후반부의 다양한 던전이 준비됐다. 신규 직업과 던전은 공개서비스 이후 순차적으로 업데이트할 예정이다.

한편 한게임은 6월5일까지 게임을 플레이하고 제시된 9개 미션을 달성하면 단계별로 게임 아이템을 지급하고, 추첨을 통해 최신 노트북과 휴대폰, 외장하드 등 다양한 경품을 주는 이벤트를 벌인다. 게임과 이벤트에 대한 자세한 내용은 공식 홈페이지(ds.hangame.com)에서 확인할 수 있다.

김명근 기자 dionys@donga.com
트위터@kimyke76

무더운 여름, 제습기 하나면 '뽀송'

올해 제습기 시장규모 3000억 이상 전망
'위닉스뽀송' 업계 1위…삼성·LG도 반격

국내 기후가 점차 '아열대화'하면서 제습기에 대한 수요가 폭발적으로 늘고 있다. 특히 올 여름은 평년보다 무덥고 습할 것으로 예상돼 제습기가 큰 인기를 모을 것으로 보인다.

가전 업계에서는 2013년 제습기 시장 규모를 지난해 1530억원에서 100% 성장한 3000억원 이상이 될 것으로 전망하고 있다. 이에 따라 가전 기업들은 시장 선점을 위해 잇달아 신제품을 공개하며 바람몰이에 나섰다.

지난해 국내 제습기 시장 점유율 50%로 판매 1위(GFK Korea 자료 기준)를 기록한 위닉스는 15일 서울 소공동 롯데호텔에서 기자간담회를 갖고, 제습기 브랜드 '위닉스뽀송'의 2013년 신모델 43종을 공개했다. 올해 이 제품군으로 1200억원의 매출을 달성해 제습기분야 1위를 유지한다는 전략이다.

2013년형 제습기 '위닉스뽀송'은 경쟁사와 차별화를 위한 다양한 신기술을 탑재했다. 특히 독자 개발한 플라즈마웨이브 공기청정 기능을 적용해 유해공기를 정화하고 산소이온을 발생시켜 공기 중의 곰팡이균과 세균은 물론 인플루엔자 바이러스까지 억제한다. 또 숭실대 소리공학연구소 배명진 교수팀과 산학연구를 통해 타사 제품과 비교해 낮은 소음을 실현했다.

●LG·삼성도 신제품 출시

LG전자와 삼성전자도 최근 잇따라 신제품을 내놨다.

LG전자는 지난달 2013년형 신제품 13종을 출시했다. 신제품은 상하 양방향으로 바람을 내보내 넓은 공간도 구석구석 제습해 준다. 습도도 사용자가 원하는 대로 30~80%까지 자동으로 조절할 수 있어 편리하다. 투명창을 통해 물통의 물 높이를 바로 확인할 수 있고, 물통에 물이 가득 차면 자동으로 작동을 정지하는 등 조작 편의성도 뛰어나다. 제균 및 탈취 기능도 좋다. 3M 퍼펙트 필터를 달아 공기 중 유해한 세균을 걸러주는 동시에 탈취 기능도 실행한다.

삼성전자도 프리미엄 제습기와 미니 제습기 등 2종을 15일 출시했다. 삼성 제습기도 물통에 물이 가득 차면 스스로 작동을 멈춰주는 등 조작 편의성이 뛰어나다. 또 장소와 상황에 맞게 습도를 설정할 수 있는 '희망습도 설정 기능'도 갖췄다. 프리미엄 제품의 경우 습도에 민감한 옷을 관리할 수 있도록 의류 건조가 가능한 '의류 전용 건조' 기능도 있어 드레스룸 등에서 효과적으로 사용할 수 있다. 김명근 기자



올 여름은 평년보다 무덥고 습할 것으로 예상돼 제습기 수요가 크게 늘 전망이다. 15일 서울 소공동 롯데호텔에서 열린 신제품 발표 기자간담회에서 모델들이 '위닉스뽀송' 2013년 모델을 선보이고 있다. 사진제공 | 위닉스

AIG '큰병 이기는 보험'으로 성인병 대비하세요

암·뇌졸중 등 최초 1회 2000만원 지급

중년에게 발생하기 쉬운 성인병을 집중 보장해 주는 보험상품이 인기이다.

AIG손해보험의 '무배당 Super 큰병 이기는 보험1304'는 기본 계약으로 골절, 화상 진단 및 골절 수술비를 약관상 지급률에 따라 보장해준다. 암, 뇌졸중, 급성심근경색 등 중년에 걱정되는 큰 병에 대한 다양한 보장을 제공해 필요에 따라 선택할 수 있다.

암, 뇌졸중, 급성심근경색의 경우 진단확정시 최초 1회에 한해 2000만원을 지급해 가계에 큰 부담을 덜 수 있다. 암 입원일당, 방사선치료비, 암 수술비 등 다양한 선택계약이 제공돼 필요에 따라 맞춤 설계가 가능하다.

15세에서 65세까지 가입 가능하며 최대 80세까지 연장할 수 있다. 골절 진단, 수술 및 화상 진단을 보장받는 기본계약에 암, 뇌졸중, 급성심근경색까지 지원되는 선택계약 플랜 구성시 월 보험료는 40세 남자의 경우 2만70원이다. 보험설계사를 별도로 만날 필요없이 전화상담을 통해 간편하게 가입할 수 있다. 자세한 내용은 전화(1644-9807) 또는 AIG 손해보험의 홈페이지에서 확인할 수 있다. 양형모 기자



'레종 카페→레종프레쏘' 다시 태어나다



'레종 카페'가 '레종 프레쏘(RAISON Presso·사진)'로 이름이 변경됐다. KT&G(사장 민영진)는 관련 법령 개정으로 가향물질 표시문구가 제한됨에 따라 '레종 카페'의 제품명을 '레종 프레쏘'로 변경해 시판한다고 밝혔다. '프레쏘'는 '친밀한' 또는 '가까이'라는 뜻의 이탈리아어이다. '레종 프레쏘'는 독특한 향과 필터 등 기존 제품과 확연히 다른 특성을 바탕으로 신개념 시장을 개척한 제품이다. 지난해 7월 출시 후 젊은층 밀집지역인 대학가를 중심으로 꾸준한 인기를 얻으면서 현재까지 약 5억개비가 판매되었다. 리뉴얼된 '레종 프레쏘'는 타르 1.0mg와 6.0mg 두 종류이며, 가격은 기존과 같은 갑당 2500원이다. 양형모 기자

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com 트위터 @bong82if