

코오롱 스타일리시 다운에 ‘탕웨이도 반했다’



도시·우주 아우르는 네 가지 테마의 디자인 아웃도어 뿐만 아니라 ‘데이웨어’로도 인기 특수소재 ‘아토써모’ 적용해 정전기 최소화

올 겨울시즌 아웃도어룩은 절제된 디자인에 도시적인 무드가 반영된 이색적인 제품들이 인기가. 코오롱스포츠는 알프스, 아르데코, 팝아트, 코스모스의 4가지 테마를 내세웠다. 도시와 우주를 아우르는 포괄적인 자연을 디자인 모티브로 삼았다.

지난해부터 적용한 안타티카(남극대륙) 테마를 바탕으로 알프스, 유럽 지역의 리조트를 연상시키는 편안하면서도 세련된 패턴을 다양하게 적용했다. 그동안 사용하지 않았던 기하학적인 패턴과 뉴욕 팝아트 미술작품에서 영감을 받은 컬러 블록과 과감한 패턴팅 기법도 다양하게 적용했다. 뉴욕 아르데코 건축물, 마천루 등에서 영감을 얻은 기하학적인 절개와 프린트를 적용함으로써 기존 아웃도어에서는 볼 수 없었던 스타일리시 아웃도어의 진수를 보여준다. 코스모스 테마는 우주 탐사선과 우주복, 우주공간의 금속성 느낌에서 영감을 받았다. 실리콘 프로텍션과 전판 재귀반사 소재로 미래적인 감성과 기능을 접목했다.

●보온성과 스타일 모두 살린 하이브리드 다운 놀이

올 겨울 다운제품은 역시 보온성과 두께감이 강조된 헤비다운이 인기가. 특히 아웃도어 다운은 이제 아웃도어만을 위한 것이 아닌 ‘데이웨어’로 자리 잡고 있다.

코오롱스포츠는 자체 개발한 특허 소재인 ‘아토써모(Attothermo)’를 안감에 적용했다. 대전성이 우수한 특수 물질로 원단에서 발생하는 정전기를 최소화해준다. 키즈 제품들도 출시한다. 새롭게 선보이는 키즈다운은 5~9세를 대상으로 코오롱스포츠의 시그니처 아이템인 헤스티아, 안타티카, 경량다운으로 3가지 스타일과 7가지 컬러를 선보인다.

코오롱스포츠의 시그니처 아이템인 ‘헤스티아’(49만5000원)는 어깨, 소매 하단에 내마모성이 우수한 서플렉스(Supplex)를 사용했다. 전문형 후드 스타일로 스포티한 감각이 묻어나는 다운재킷이다. 유러피언 거위털을 사용해 솜털이 크고 풍성하며 복원

력과 경량성, 보온성이 탁월한 최고급 다운이다.

고산과는 다른 남극 환경을 고려한 전문형 ‘안타티카 롱 자켓’(79만원)은 혹한을 견디는 보온성은 물론 100% 방풍기능의 윈드스토포 소재를 사용했다. 고강도의 견고한 걸감 소재를 사용해 내구성을 높였다. 남극의 칼날같은 블리자드에 대비한 핀란드산 최고급 라쿤털 트리밍, 조난 시 구조를 용이하게 하는 웨빙테이프(Webbing Tape) 등의 디테일이 강점이다.

‘벤담’(62만원)은 소매하단과 밑단 사이드 부분에 내마모성이 우수한 이소재를 패치해 내마모성을 강화한 후드형 다운 점퍼, 유러피언 거위털만을 사용한 최고급 다운제품이다.

윈드스토포 다운 ‘테라노바’(68만원)는 전체 퀴팅 처리 스타일이 아닌 다운 충전형 스타일이다. 아웃도어가 아닌 일상생활에서도 항상 최적의 상태를 유지시켜주며 디테일을 포켓이 내장되어 보관과 휴대가 간편하다.

●아웃도어 다운의 진화, ‘스타일리시 다운’

스타일을 더욱 강조한 다운제품들도 다양하게 출시된다. 다른 소재와의 패치를 통해 캐주얼한 감각을 강조하거나 다운스커트, 영명이를 덮는 롱 길이, 퍼소재를 적용해 스타일리시함을 내세운 다운제품들이 대거 등장했다.

여성동절 ‘트래블 긴가장 다운’(59만원)은 표면에만 혼방 소재를 사용하고 충전제로 유러피언 거위털을 사용했다. 여성용 ‘트렌치 다운재킷’(46만원)은 앞선과 밑단 부분을 패딩처리해 다이아 퀴팅이 있는 독특한 느낌의 트렌치 다운재킷이다. 허리 벨트가 있어 여성스러운 스타일을 강조했다.

동절 남성 ‘트래블 WOOL 후디 다운자켓’(49만원)은 다운 베스트와 재킷이 함께 구성되어 있는 세트 제품이다. 따로 분리해 단독으로 착용할 수도 있다. 재킷은 후드 일체형으로 캐주얼한 연출이 가능하다.

양형모 기자 ranbi@donga.com

트위터 @ranbi361



코오롱스포츠는 알프스, 아르데코, 팝아트, 코스모스의 4가지 테마를 앞세운 스타일리시한 디자인 제품으로 아웃도어 뿐만 아니라 데이웨어로도 소비자들의 사랑을 받고 있다. 최고급 다운재킷 ‘벤담’을 입고 한껏 뽐내고 있는 모델 탕웨이(왼쪽)와 ‘트래블 WOOL 후디 다운자켓’을 입고 있는 모델 장동건.

사진제공 | 코오롱스포츠



외식 및 식품업계에 원산지 직거래가 새로운 트렌드로 자리잡고 있다. 소비자에게는 믿을 수 있는 먹거리를 제공하고, 농가에는 안정적인 소득을 줄 수 있어 일석이조라는 평가다. 농부NBG의 놀부미, 영천 사과를 활용한 파리바게트 케이크, CJ 푸드빌의 계절장터(왼쪽부터).



사진제공 | 놀부, 파리바게트, CJ푸드빌

외식·식품업계에 부는 농산물 ‘직거래 열풍’

업계·농가 ‘원·원’ 최고의 상생모델

신선한 재료 합리적 가격에 확보
농가는 특산물 안정적 판로 개척
믿을 수 있는 재료로 소비자 안심
놀부·파리바게트 등 상생에 온힘

먹거리에 대한 높은 불안감으로 인해 외식 및 식품업계에 직거래 열풍이 불고 있다. 직거래는 유통 단계와 이동거리를 줄여 신선한 재료를 합리적인 가격에 확보할 수 있고, 농가에서는 특산물의 안정적인 판로를 개척할 수 있어 서로 윈-윈할 수 있는 상생모델이다. 또한 직거래를 통한 원산지 지역 농산물 사용은 믿을 수 있는 재료로 제품의 품질을 보증하는 역할을 하기 때문에 소비자를 안심시킬 수 있다. 이를 통해 해당 기업에 대한 신뢰감을 높일 수 있고, 지역 사회에 공헌한다는 긍정적인 이미지까지 얻을 수 있다. 최근 외식 및 식품업계에서는 생산자와의

MOU 체결을 통한 협력, 산지 직거래, 삼인삼 등 다양한 방식의 원산지 강조 전략을 통해 음식의 질 향상은 물론 소비자의 만족도까지 높이는데 앞장서고 있다.

●놀부, 지역별 농산물 직거래로 한식 품질 높여

한식프랜차이즈기업 놀부NBG는 최근 충남 부여군청과 전략적 업무협약(MOU)을 체결하고, 국내 농가와 상생프로젝트를 본격 진행 중이다. 한식의 기본인 쌀의 품질을 높이기 위한 노력이다.

부여군의 농산물 및 가공제품 브랜드 ‘굿프래’와 ‘놀부미(米)’ 생산 프로세스를 구축하고, 가맹점에 원재료로 제공 가능한 표고버섯, 밤 등 부여 대표 농산물 8종을 직거래하며 농가와와의 상생을 추진하고 있다. 이를 통해 전국의 780여개 놀부NBG가맹점에서는 합리적인 가격으로 고품질의 재료를 직거래 형태로 공급받게 된다.

놀부NBG의 이재훈 전무는 “가맹점주들에게는 우수한 품질의 농산물로 만든 음식을 합리적인 가격에 제공하고, 소비자들에게는 최

상의 밥맛을 선사해 지역·가맹점주·소비자 간의 상생을 도모하고자 한다”고 말했다.

●세븐스프링스, 산지 직거래로 친환경 재료 공급

삼양그룹이 운영하는 샐러드&그릴 레스토랑 세븐스프링스는 농산물 직거래를 통해 로컬푸드의 신선한 재료를 적극적으로 사용하고 있다. 또한 채소 소믈리에가 엄선한 친환경 우리 농산물을 이용해 굽거나 찌는 웰빙 조리법으로 식자재 본연의 맛과 영양소를 즐길 수 있도록 준비한 70여 가지 메뉴를 제공한다. 특히 친환경 샐러드 바 ‘그린테이블’은 매일 아침에 산지에서 직배송되는 신선한 재료를 활용한 샐러드, 새싹비빔밥, 디저트 & 과일 등 다양한 계절 메뉴를 즐길 수 있다.

●계절 밥상, 제철 농산물로 가득한 한식 뷔페

CJ푸드빌의 계절밥상은 로컬푸드와 패밀리 레스토랑의 만남을 콘셉트로 새롭게 선보인 한식 브랜드다. 우리 땅에서 나는 그 계절의 제철 식재료를 기본으로 한 70여 종의 다양한 한식 메뉴들을 무제한 즐길 수 있다.

특히 전남 장흥의 하지 감자와 햇보리로 지은 ‘감자보리밥’, 강원도 횡성에서 기른 속배추로 썬 ‘속배추쌈밥’ 등 우리 땅에서 자란 건강한 농산물을 활용해 메뉴에 계절의 맛을 담아내며 고객들의 호평을 받고 있다. 또한 매장 입구에는 농특산물을 직거래할 수 있는 ‘계절장터’를 마련해 농민들이 땅과 정성으로 가꾼 농작물과 농축산가공식품들을 직접 홍보하고 고객과 소통할 수 있도록 했다.

●파리바게트, 상생 농업회사법인 출범

파리바게트는 2009년부터 현재까지 강원도 1곳, 경상도 3곳, 전라도 5곳, 충청도 1곳 등과 농산물 공급계약을 체결하고 다양한 관련 제품을 내놓고 있다. 충북 영동에서는 청포도, 전남 신안에서는 마늘, 전북 익산에서는 찹쌀을 각각 공급받아 케이크·마늘파이·찹쌀도넛 등의 제품군에 활용하고 있다. 지난 봄에 출시한 경남 산청 딸기를 이용한 ‘봄엔 딸기요거트케이크’는 일반 제품 대비 2배 매출을 기록할 정도로 인기를 끌었다.

올 가을에는 경상북도 영천의 사과를 사용한 ‘가을사과요거트케이크’를 비롯해 ‘가을엔 우리사과빵’, ‘가을엔 우리사과롤’ 등의 제품을 출시했다.

원성열 기자 sereno@donga.com 트위터 @serenowon



게임팬들에게 ‘월드컵’이라는 애칭으로 불리는 ‘LoL 월드 챔피언십’이 ‘3200만명 시청’이라는 또 다른 진기록을 세웠다. 지난달 4일(현지시간) 미국 캘리포니아주 로스앤젤레스 스테이플스센터에서 열린 ‘시즌3 월드컵’ 현장.

사진제공 | 라이엇게임즈

월드컵 3200만명 봤다

전세계 폭발적 인기…e스포츠 단일 종목으로 이례적

세계적인 e스포츠 이벤트 중 하나인 ‘월드컵’이 또 다시 대이목을 작성했다.

라이엇게임즈는 지난달 4일(현지시간) 미국 캘리포니아주 로스앤젤레스에 위치한 스테이플스센터에서 열린 인기 온라인 게임 ‘리그 오브 레전드’(이하 LoL)의 세계대회 ‘LoL 시즌3 월드 챔피언십 2013’(이하 월드컵) 결승전을 3000만명 이상이 시청했다고 20일 발표했다. TV와 온라인 스트리밍 등 다양한 채널을 통해 월드컵 결승전을 관람한 전 세계 순시청자 수는 무려 3200만명. 이는 지난해와 비교해 약 4배 가까이 늘어날 수 있다. 결승전 순간 최고 시청자 수도 850만명으로 지난 시즌 결승전 전체 순시청자 수인 828만명을 상회했다.

e스포츠에서 단일 종목을 대상으로 한 이벤트의 순시청자가 3200만명을 돌파한 것은 매우 이례적인 결과다. 이러한 흥행은 1만1000석의 결승전 유료 좌석 1차 판매분이 1시간 만에, 2차 판매분이 6분 만에 전량 매진되면서 이미 예견됐다. 결승전 당일 한국에서도 ‘월드컵’의 인기는 높았다. 관련 검색어가 국내 주요 포털 사이트의 실시간 검색어 상위권 순위를 싹쓸이하는 등 큰 화제를 낳았다. 이에 힘입어 한국의 SK텔레콤T1은 중국의 로얄클러브 황주를 꺾고 우승을 차지했다.

한편, 최근 한국e스포츠협회와 라이엇게임즈는 내년 월드컵 최종 결선을 한국에서 개최한다고 발표해 국내 팬들의 관심을 집중시켰다. 일정과 진행방식 등 자세한 내용은 추후 발표될 예정이다.

김명근 기자 dionys@donga.com 트위터@kimyke76

온라인몰 ‘스키·스노보드 용품전’ 봄

스키시즌이 다가오면서 관련 의류와 용품을 온라인몰에서 구매하는 이들이 늘고 있다. 인터파크는 지난 12일부터 18일까지 1주일 동안 스키 및 스노보드 용품 판매량을 조사한 결과 전주와 비교해 97% 증가한 것으로 나타났다. G마켓도 같은 기간 스키 의류 판매량이 108%, 스키 장비는 75% 증가했으며, 보드 의류 64%, 보드 장비는 11% 늘어난 것으로 나타났다. 옥션도 같은 기간 스키와 보드용품 판매량이 135%이상 증가했다. 11번가 내 스키와 보드 용품의 최근 1주일 매출은 300% 상승했다.

한편 온라인몰은 스키시즌을 맞아 다양한 할인 행사를 연다. 인터파크는 유명 브랜드 스키 및 보드 상·하의, 세트 등을 총망라한 ‘2013/2014 겨울스포츠 스키·보드 의류’ 기획전전을 진행 중이다. 또 G마켓은 ‘스키장 스타일 완성’ 기획전전을, 11번가는 ‘퀵런 보드웨어’ 기획전전을 실시한다.

김명근 기자

LG G플렉스 양산 1호 제품 역사박물관에 전시

LG전자는 첫 커브드 스마트폰 ‘LG G플렉스’의 양산 1호 제품이 21일부터 대한민국 역사박물관에 전시된다고 밝혔다. 양산 1호는 펄택 스마트폰 공장에서 LG G플렉스 생산 시작 후 가장 먼저 제조된 제품이다. LG G플렉스는 곡면 디스플레이와 휘어진 배터리를 동시에 탑재한 최초의 커브드 스마트폰이다. LG전자와 역사박물관은 LG G플렉스의 이러한 상징성을 고려해 전시를 결정했다.

SKT, 온라인행복창업지원센터 포털 오픈

SK텔레콤은 20일 창업지원 프로그램을 한데 모은 온라인 행복창업지원센터 포털(www.sktincubator.com)을 오픈했다. 행복창업지원센터 포털은 창업자들에게 SK텔레콤이 보유한 정보통신기술(ICT) 및 각종 비즈니스 노하우 등을 제공하는 창구 역할을 한다. 이 포털을 통해 ‘BRAVO! Restart’, ‘T오픈랩’ 등 창업 지원 프로그램에 참여하는 예비 창업가 및 신생기업에 각종 인프라를 원스톱으로 지원할 계획이다. 한편, SK텔레콤은 베이비붐 세대 창업 지원 프로그램 ‘BRAVO! Restart’의 2기를 새롭게 오픈한 온라인 포털을 통해 27일부터 모집할 예정이다.

현대자동차그룹, 연말 이웃돕기 성금 250억원 기부

현대자동차그룹(회장 정몽구)은 기업의 사회적 책임을 다하고 따뜻한 나눔 경영을 실천하기 위해 20일 사회복지공동모금회에 이웃돕기 성금 250억원을 기탁했다. 현대차 그룹은 지난 2011년부터 3년 연속 성금 규모를 50억원씩 크게 증액했을 뿐만 아니라 모금 캠페인이 시작되는 첫날 1호 기부자로 전달해 그 의미를 더했다.