

월드컵 맛먹는 ‘롤드컵 열기’ 한국 달군다

LoL 월드챔피언십 한국서 개최

지난해 10월 결승전 3200만명 시청
美, LoL 선수에 운동선수 비자 발급
국내대회 전석 유료 불구 매진 행렬
e스포츠 넘어 지구촌 축제로 발돋움

지구촌 e스포츠 축제가 한국서 열린다. 2014년은 ‘스포츠의 해’라고 해도 과언이 아니다. 2월 소치 동계 올림픽을 시작으로 6월에는 브라질 월드컵, 9월에는 인천 아시안 게임이 열릴 예정이어서 많은 스포츠 팬들을 설레게 하고 있다. 여기에 매 대회마다 만원사례를 이어가며 제2의 e스포츠 전성기를 이끌고 있는 ‘리그 오브 레전드 월드챔피언십(롤드컵)’이 한국에서 개최돼 팬들의 주목을 받고 있다.

●성지서 열리는 지구촌 e스포츠 축제

인기 온라인게임 ‘리그 오브 레전드’(LoL)를 중심으로 한 ‘롤드컵’의 한국 개최는 지난해 11월 라이엇 게임즈와 한국e스포츠 협회가 공동으로 발표해 화제를 모은 바 있다. 세계 e스포츠 축제가 ‘e스포츠 성지’라 할 수 있는 한국에서 열린다는 내용은 전 세계 팬들을 열광시키기 충분했다. 라이엇 게임즈는 LoL 리그가 안정적으로 운영되고 있는 국가를 후보로 개최지를 모색해왔다. 그리고 한국을 2014 시즌 개최지로 최종 선정했다. 한국은 1990년대 후반 태동한 온라인 게임의 인기에 힘입어 e스포츠 대회가 세계 최초로 열리기 시작한 중국, 또 게임 전문 TV채널과 함께 프로게이머라는 신종 직업이 세계 최초로 탄생하기도 했다. 2004년 7월엔 부산 광안리에 게임 대회를 보기 위해 10만명의 관중이 몰리며 화제가 됐다.



‘스포츠의 해’ 2014년에 지구촌의 e스포츠 축제 ‘롤드컵’이 e스포츠의 성지 한국에서 열릴 예정이어서 많은 게임팬들의 가슴을 설레게 하고 있다. 지난해 10월 미국 로스앤젤레스 스테이플스센터에서 열린 ‘리그 오브 레전드 시즌3 월드 챔피언십’ 결승전 현장. 사진제공 | 라이엇 게임즈

●‘롤드컵’ 대중 스포츠로 발돋움

‘롤드컵’은 전 세계적 e스포츠 축제다. 지난해 10월 개최된 ‘롤드컵’ 결승전의 경우 전 세계 3200만명의 시청자가 경기를 지켜봤다. 이는 이전 대회와 비교해 약 4배 가까이 오른 수치다. 순간 최고 시청자 수도 850만명으로 2012년 결승전 전체 순시청자수를 상회했다. 이에 따라 선수들에 대한 위상도 높아지고 있다. 최근엔 미국 정부가 국제적으로 인정받은 운동선수나 예술인들에게 주던 P-1A 비자를 LoL 프로게이머에게 발급하기로 했다는 발표가 전해졌고, 실제로 북미 리그로 진출한 국내 선수의 사례까지 나오면서 화제를 낳았다.

‘롤드컵’은 한국에서도 큰 관심사다. 지난해 결승전 당시 국내 주요 포털 인기 검색어 10개가 모두 관련 단어로 채워지기도 했다. 그 관심만큼이나 한국 대표 선수들의 기량도 급성장했다. 2012년 CJ엔투스 프로스트가 준우승을 차지하더니, 지난해엔 SK텔레콤 T1 K가 감격적인 우승을 거뒀다. 대회가 큰 인기를 얻으며 팬클럽이 만들어지고 팬덤 현상까지 생기는 등 프로 선수들에 대한 관심도 높아지고 있다. 지난해 5월 용산 아이파크몰에서 개최된 ‘2013 e스포츠 페스티벌’에서 열린 LoL 올스타팀 팬 사인회에는 수백 명의 팬들이 몰렸다.

색어 10개가 모두 관련 단어로 채워지기도 했다. 그 관심만큼이나 한국 대표 선수들의 기량도 급성장했다. 2012년 CJ엔투스 프로스트가 준우승을 차지하더니, 지난해엔 SK텔레콤 T1 K가 감격적인 우승을 거뒀다. 대회가 큰 인기를 얻으며 팬클럽이 만들어지고 팬덤 현상까지 생기는 등 프로 선수들에 대한 관심도 높아지고 있다. 지난해 5월 용산 아이파크몰에서 개최된 ‘2013 e스포츠 페스티벌’에서 열린 LoL 올스타팀 팬 사인회에는 수백 명의 팬들이 몰렸다.

●국내 리그도 전석 매진 등 흥행

국내 리그도 큰 인기를 모으고 있다. 연 3회 개최되는 ‘롤챔스’ 결승전은 매 경기 만

원사례를 이어가고 있다. 특히 지난해 6월에는 e스포츠 산업에 의미있는 족적을 남겼다. e스포츠 이벤트 최초로 전좌석 유료제를 적용하고, 매진까지 기록한 것. 일산 킨텍스에서 진행된 ‘LoL 챔피언스 스프링 2013’의 결승은 전석 유료좌석제로 진행됐고, 좌석에 매 시작 20분 만에 R석과 S석이 모두 매진됐다. 경기를 3일 앞두고는 9797석의 모든 좌석이 판매됐다. 이는 e스포츠 이벤트 최초의 사례다. 이 뿐 아니다. 오는 25일 진행되는 ‘LoL 챔피언스 윈터 2013-2014’ 또한 전석 유료로 판매된 좌석이 조기 매진되는 등 단순 e스포츠를 넘어 스포츠로서의 가능성을 높이고 있다.

김영근 기자 dionys@donga.com
트위터 @kimyke76

아웃도어에 부는 ‘스마트 바람’

등산이 즐거워지는 스마트 제품들

구형 스마트폰 GPS 지도 활용에 딱 손목에 차면 운동량 알려주는 ‘샤인’
잘 빠지지 않는 ‘스포츠 이어폰’ 추천
갤럭시S4 액티브, 아웃도어에 특화

스마트 바람이 아웃도어에도 불고 있다. 스마트 기기나 애플리케이션(이하 앱)을 잘 활용하면 삶이 더 편해지고 쉬워지고 재미있어진다. 등산도 마찬가지다. 스마트 장비와 함께 하면 훨씬 더 즐겁고 유익하고, 심지어 안전하기까지 한 산행을 할 수 있다. 대표적인 등산 스마트 앱은 지도다. 지도 중에서도 일반적인 지도나 도로 운전용이 아닌 등산에 최적화된 지도 앱들이 시중에 많이 나와 있다. 전국의 웬만한 산들은 다 나와 있다고 봐도 된다. 구형 스마트폰을 아예 등산 전용기기로 활용하는 것도 좋은 아이디어다. GPS를 활용한 지도앱, 음악재생, 카메라로 사용하기 적절하다. 휴대폰이 터지지 않는 곳이라 해도 GPS는 하늘만 보이면 작동한다는 점도 마음에 든다. 다음지도 앱은 지도를 저장할 수 있는 오프

라인 모드를 제공한다. 데이터 서비스를 받지 못하는 스마트폰이라 해도 와이파이 모드에서 필요한 지도를 다운받아 놓으면 산에서 편하게 사용할 수 있다.

●혁신적인 휴식시간을 위한 블루투스 스피커·스포츠 이어폰

겨울철 산행에서는 장갑이 필수품이다. 그런데 장갑을 끼고 있으면 스마트폰을 터치할 수 없다는 단점이 있다. 이런 단점을 보완한 스마트한 장갑들도 나와 있다. 손가락 끝부분에 특수 전도용 섬유를 적용해 터치가 가능하다.

국내 벤처기업인 비전스케이프가 내놓은 ‘샤인’ 같은 기기도 스마트한 등산을 돕는 제품이다. 손목에 팔찌처럼 차거나 목에 걸어도 된다. 관련 앱을 다운받은 후 사인을 스마트폰 위에 올려놓으면 하루 활동, 운동량, 운동패턴, 칼로리 소모량 등의 데이터를 알려준다. 500원 짜리 동전만한 크기로 제작돼 휴대하기가 편하다.

산행 중 휴식시간에 야구중계를 보고 싶다면? 아이폰, 아이패드에는 아쉽게도 DMB가 장착되어 있지 않다. 대신 모바일 TV 수신기가 나와 있다. 어디서나 수신기를 부착해준 TV를 시청할 수 있다.

산에서 듣는 음악은 각별한 재미를 안겨준

다. 휴식시간에 여러 사람이 음악을 들을 때에는 블루투스 스피커가 최고다. 크기도 작아 휴대에 불편함이 적다.

혼자 음악을 들을 때에는 역시 이어폰을 사용할 수밖에 없다. 그런데 평범한 이어폰은 과도하게 몸을 움직일 경우 귀에서 잘 빠진다.

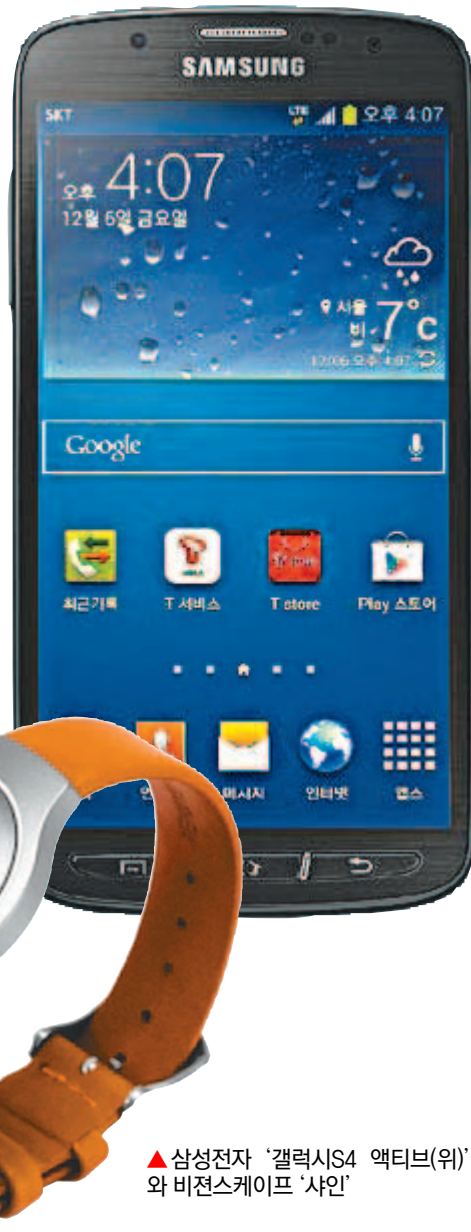
이럴 때는 스포츠 전용으로 나온 이어폰을 사용하면 좋다. 귀에서 잘 빠지지 않는 특수한 이어팁과 내부 스피커에 방수기능을 적용해 안심하고 음악을 즐길 수 있다.

스마트폰을 지도로 활용하거나 TV, 음악 재생기, 카메라로 산에서 활용할 경우 배터리가 오래 버티지 못할 수 있다. 이럴 때를 대비해 보조배터리를 챙겨두는 것이 몸도 마음도 편하다.

삼성전자의 갤럭시S4 액티브는 아예 방수, 방진기능에 대응량 배터리를 탑재한 스마트폰이다. 물리버튼키가 있어 장갑을 벗지 않고도 기기를 조작할 수 있다. 야간산행 때 유용한 LED 플래시 라이트를 지원해 랜턴 역할도 한다.

양형모 기자 ranbi@donga.com

트위터 @ranbi361



▲삼성전자 ‘갤럭시S4 액티브(위)’와 비전스케이프 ‘샤인’

패션+캠핑…와일드로즈·콜맨 손잡았다

복합매장 조성·마케팅 상호지원 MOU
국내 아웃도어 신개념 유통구조 선보여

패션과 캠핑이 만나면?
아웃도어 패션 브랜드와 캠핑 브랜드가 함께 하는 복합매장이 탄생한다. 그 동안 단일 브랜드가 아닌 여러 브랜드의 제품을 판매하는 아웃도어몰은 있었지만 이번처럼 완전히 별개의 두 브랜드가 함께 입점해 복합매장을

조성하고 영업과 마케팅활동을 상호지원하기로 공식 합의하는 것은 처음이다.

합의의 주인공은 여성용 아웃도어 브랜드 와일드로즈와 캠핑용품 전문 브랜드 콜맨. 두 회사는 시너지 효과를 창출하기 위해 업무협약(MOU)을 체결하기로 했다. 시너지 효과의 첫 발은 와일드로즈의 의류와 콜맨의 캠핑용품을 한 곳에서 만날 수 있는 복합매장 조성이다. 이러한 복합매장을 중심으로 우리나라 아웃도어 시장에 새로운 개념의 유통구조를



선보이겠다는 의욕을 보이고 있다.

두 브랜드간의 협력이 성사된 데에는 지난해 서울 목동에서 테스트 복합매장을 운영해 만

족할 만한 결과를 얻은 것이 긍정적인 영향을 미친 것으로 알려졌다.

와일드로즈의 유지호 이사는 “복합매장과 관련해 와일드로즈와 콜맨이 유통망을 공유하고 공동마케팅도 적극적으로 추진할 계획”이라며 “전략적 업무제휴를 통해 새로운 시장을 형성하고 브랜드의 동반성장을 도모할 수 있는 좋은 계기가 될 것으로 기대하고 있다”고 말했다. 한 아웃도어 관계자는 “아웃도어 시장이 포화현상을 보이면서 브랜드 하나만으로는 매출이 부족하다고 느껴 캠핑용품을 함께 취급하고 싶어 하는 매장들이 늘어나고 있다”고 설명했다.

양형모 기자

■정부 ‘금융권 개인정보보호 종합대책’ 발표

1 과도한 개인정보 수집 제한 2 과징액 ‘관련 매출 1%’ 강화 3 개인정보 마케팅 활용 제한

개인정보 유출, 이전 마음 놓아도 될까? 결론부터 말하면 “글쎄요”다. 정부는 22일 단군 이래 최대 개인정보 유출로 혼란을 불러왔던 이번 카드사 정보유출 사태에 대한 ‘금융권 개인정보보호 종합대책’을 발표했다.

핵심은 이렇다. 첫째, 향후 금융사의 과도한 개인정보의 보유와 공유가 금지된다. 둘째, 개인정보 유출로 사회적 파문을 일으킨 금융사에게 매출액의 1%에 달하는 징벌적 과징금을 부과한다. 셋째, 불법 유출된 정보는 마케팅 대출모집에 활용하지 못하도록 한다.

●‘묻지마’ 개인정보 수집 스톱!…카드 해지 후 개인정보 삭제

먼저 앞으로 금융사의 개인정보 수집이 제한된다. 정부 대책에 따르면 향후 금융사는 성명, 주소 등 필수 정보와 신용 등급 산정에 필요한 정보 외에는 특별한 경우가 아니면 수집하지 못하도록 할 방침이다. 그동안 금융사는 관행적으로 주거정보 등 부가적인 개인정보를 사실상 요구해 왔다. 또 현재 5~10년인 금융사의 개인신용정보 보유 기간을 ‘거래 종료일로부터 5년’으로 제한할 방침이다. 카드 해지 후 고객이 요청하면 불필요한 개인정보를 삭제하고 보관이 필요한 정보는 암호화하는 방안이 추진된다.

이밖에도 고객 정보를 금융지주 계열사나 제3자와 공유하는 행위도 고객의 사전 동의를 얻어야 하고, 제3자가 취득한 정보도 5년 또는 서비스 종료 시 등 구체적으로 명시해 마케팅 목적에 활용하는 행위를 제한하기로 했다.

●개인정보 유출 땐 과징금 600만원서 관련 매출액 1%의 ‘과징금 폭탄’

금융사의 개인정보 유출에 대한 처벌도 강화된다. 현재 과징금 600만원 및 주의적 경고에 그친 금융사의 개인정보 유출에 대한 제재가 ‘관련 매출액의 1%까지 과징금 부과’로 크게 올라간다. 이른바 ‘징벌적 과징금’제를 도입한 것이다. 이를테면 개인정보 유출과 관련된 카드론 매출액이 1조원인 금융사가 개인정보 유출로 파문을 일으키면 최대 1백억원까지 과징금을 부과할 수 있다. 또 개인정보 유출 정도에 따라 CEO 해임 등 양형기준도 강화하고 금융사 제재도 최대 영업정지 3개월에서 6개월로 늘렸다.

●2차 피해 막기 위한 대책은?

정부는 이번에 유출된 정보는 시중 유통이 되지 않았으며 추가 피해도 없는 것으로 파악하고 있다. 이와 함께 개인정보 유출의 2차 피해에 대한 대책도 내놓았다. 먼저 고객의 2차 피해를 막기 위해 정보 유출 카드사가 무료로 결제내역 확인 문자서비스를 제공하고 한국크레딧뷰로는 1년간 개인정보보호서비스를 제공하게 된다. 또 그동안 논란이 돼 왔던 카드번호와 유효기간만으로 결제가 가능한 흡소핀의 경우 확인전화, 휴대전화 인증 등 추가 본인 확인 수단을 도입할 예정이다. 한편 이번 1억여건의 고객 정보 유출로 파문을 일으킨 국민카드, 롯데카드, 농협카드는 법령상 최고 수준인 영업정지 3개월과 함께 최고경영자 해임 권고 및 직무 정지를 받을 전망이다.

●정부 ‘금융권 개인정보보호 종합대책’에 대한 평가는?

정부가 발표한 ‘금융권 개인정보보호 종합대책’엔 그동안 숨방망이라고 지적돼 왔던 금융사 제재가 한층 강화됐다. 특히 징벌적 과징금제의 도입은 한층 진보된 대책으로 평가 받는다. 그러나 여전히 미흡한 점이 있다는 게 전문가들의 평가다. 한 경제전문가는 “징벌적 과징금제의 도입은 찬성할 만한 일이지만 그 수위가 높은 수준은 아니다”며 “특히 매출액의 1%가 아니라 개인정보 유출과 관련된 매출액의 1%로 제한한 것에 주목할 필요가 있다”고 평가절하했고, 또 다른 전문가는 “정부가 이번에 발표한 대책의 많은 부분이 이미 일반 기업에선 적용되는 수준”이라고 말했다.

연재호 기자 sol@donga.com



르노삼성자동차, 새 디자인 ‘QM5 Neo’ 출시

르노삼성자동차(대표이사 프랑수아 프로보)는 QM3에서 이미 선보인 바 있는 새로운 디자인 아이덴티티를 적용해 더욱 세련되고 모던한 디자인과 상품성을 강화한 ‘QM5 Neo(사진)’를 출시했다고 22일 밝혔다. QM5 Neo에는 T-PMS(타이어 공기압 자동감지 시스템)가 국내 SUV 중 최초로 전 트림에 기본으로 적용됐다. 실내는 고급 편의 사양 중 하나인 B-필러 에어벤트레이션(에어컨 히터 공조장치)을 적용하여 뒷좌석의 승객에게 보다 쾌적함을 제공한다. 또한 작년 4월 첫 선을 보인 이후 고객들의 호응을 얻고 있는 2.0 가솔린 모델의 라인업에 기존 SE, LE 두 가지 트림에서 고급 편의사양을 대폭 적용한 RE트림을 추가하여 라인업 구성을 강화했다.