

장마철 아이템도 아웃도어!

방수·경량 소재 등 고성능 재킷 대체 빨리 알려주는 에어로컬 티셔츠도 출시 빗물 빠지거나 손 대지 않고 빗는 신발도

장마가 시작됐다. 올 여름은 장마가 끝난 후에도 게릴라성 폭우가 쏟아진다는 예보가 있다. 여름 내내 비와의 전쟁을 벌여야 한다는 얘기가. 여름시즌이 되면 아웃도어 브랜드들은 앞 다퉈 장마철에 유용한 아이템들을 출시한다. 올해도 다양한 제품들이 나와 있다. 그 중 대표적인 아이템은 역시 레인재킷이다. 블랙야크 마케팅본부 남윤주 차장은 “최근 몇 년간 장마철에도 패션을 놓치지 않는 20~30대 여성 소비자들에게 ‘레인재킷’ 스타일이 꾸준한 인기를 얻고 있다”며 “올해도 국지성 호우 등 비 소식이 있어 많은 판매가 기대된다. 남성용 방수재킷 역시 레인재킷 스타일로 활용이 가능해 큰 인기와 예상된다”고 말했다.

● “장마철엔 레인코트” 화사한 원색으로 기분 업

글로벌 아웃도어 브랜드 노스페이스의 ‘카레나 레인재킷(14만원)’은 감각적인 디자인에 소프트한 터치감의 고성능 방수소재를 사용했다. 아웃도어 활동은 물론 평상복으로도 손색이 없는 여성용 레인재킷이다.

블랙야크의 경량 방수재킷인 ‘스텔라 재킷(23만8000원)’은 등판 벤틸레이션 기능으로 통풍이 원활한 레인코트 스타일이다. 긴 기장과 슬림한 허리라인이 전체적으로 날렵하게 보이게 해준다. ‘보나르 재킷(47만5000원)’은 경량성과 투습, 방수, 발수 기능이 뛰어난 고어텍스 PACLITE 셸 소재를 사용한 롱기장의 시어링 솔리드 재킷이다. 힙을 덮는 긴 기장이 특징이다.

마운티아의 ‘해리레인재킷(17만4000원)’은 방수, 투습기능이 뛰어난 레인재킷이다. 안쪽 필름을 투명으로 적용해 부피와 중량을 최소화했다.

프랑스 아웃도어 브랜드 밀레는 탁월한 방수 기능을 자랑하는 ‘레인판초(6만8000원)’를 출시했다. 방수 기능성 원단에 심실링 처리를 통해 솔기과 비늘구멍을 완벽히 밀봉했다. 빗물이 새어들 틈을 한 번 더 차단한 것이 강점이다. 패커블 포켓이 있어 입지 않을 때는 작게 접어 휴대할 수 있다. 밀레 마케팅본부 박용학 상무는 “레인판초의 과감한 원색이 우중충한 날 기분전환에도 도움을 줄 수 있을 것”이라고 설명했다.

트렉스타의 ‘키아(17만8000원)’는 작은 부피로 접어 보관할 수 있는 경량재킷이다. 가볍고 발수성이 좋은 슈퍼라이트 소재를 사용했다.

아이더의 ‘지젤 재킷(13만원)’은 조정량 소재를 사용해 마치 입지 않은 듯 가벼운 방풍재킷이다. 디자인이 심플해 다른 의상과 매치하기에 좋다. 감각적인 절개라인이 스포티한 느낌을 준다.

엘리잇은 화사한 플라워 프린트가 돋보이는 레인코트 2종을 출시했다. 긴 길이의 ‘플로럴 레인코트(20만8000원)’와 짧은 스타일의 ‘플로럴 판초(14만8000원)’다. 밀레에틸비비스홀딩스가 자체 개발한 드라이엣지를 적용해 방수, 투습기능이 뛰어나다. 레인코트의 경우 주머니 안쪽으로 허리 스트링 조절이 가능해 여성스러운 바디라인을 연출할 수 있다.

● 빨리 알려주는 티셔츠·빗물 쓱쓱 빠지는 신발

흡수, 속건기능이 뛰어난 티셔츠도 장마철 아이템으로 좋다. 센터폴은 에어로컬 소재를 사용한 집업 티셔츠를 내놨다. 길bene 8만9000원, 반팔은 7만9000원. 에어로컬 소재는 원사 단면이 클로버 모양이다. 일반적인 원형 단면 섬유보다



마운티아 ‘해리레인재킷’ 노스페이스 ‘카레나 레인재킷’ 밀레 ‘레인 판초’

장마철에는 방수, 투습기능이 우수한 아웃도어 제품들이 주목받는다. 특히 패셔너블 기능을 모두 갖춘 아이템들이 인기다. 화사한 꽃무늬가 돋보이는 플로럴 판초를 입은 엘리잇 전속모델 정은지. 사진제공 | 엘리잇

다 피부에 닿는 면적이 넓어 땀을 빠르게 흡수하고 배출하는 고성능 소재다.

아이더의 ‘보르도 버터다운 티(8만5000원)’는 시원하고 부드러운 착용감으로 습한 날씨에도 쾌적함을 선사하는 남성 스트라이프 티셔츠다. 여름철 비즈니스룩으로도 추천한다. 목 앞부분에 단추로 디테일을 주고, 소매 끝에 단을 덧대 디자인에 포인트를 주었다.

트렉스타의 라이프스타일 슈츠 ‘웬즈프리 102 GTX(26만원)’는 손을 사용하지 않고도 신을 신

고 벗을 수 있어 물에 젖은 신발에 손을 대지 않아도 된다. 고어텍스 소재를 사용해 방수력과 실용성을 높였다. 업무상 장마철에도 정장을 입어야 하는 직장인들에게 딱이다.

“장마철 신발”하면 크루스를 빼놓을 수 없다. 크루스의 ‘비치라인 보트슈즈(8만9900원)’는 크루스의 독점기술인 크로스라이트 소재를 슈즈 전체에 적용했다. 측면의 고어패널과 신발 뒷부분의 통기구를 통해 빗물이 빠져나간다. 장마철에 맨발로 신기에 좋다. 양형호 기자 ranbi@donga.com

서 손쉽게 제어할 수 있는 ‘IoT@home’ 통합 애플리케이션도 함께 출시했다. 아울러 ‘IoT무제한’과 ‘One By One’ 등 요금제도 선보였다.

한편 LG유플러스는 기술 중심의 LTE를, 기술을 이용하는 고객이 중심이 되는 LTE로 바꾸겠다는 의미로 신규 브랜드 ‘LTE ME’도 이날 론칭했다. 김명연기자 dionys@donga.com

쌍용차, ‘티볼리’로 중국 소형 SUV시장 공략

“라인업 강화·새로운 성장동력 확보”

쌍용자동차는 중국에서 대규모 티볼리 론칭 행사 및 미디어 시승행사를 열고 중국시장에서의 라인업 강화를 통해 현지 소형 SUV시장 공략에 박차를 가한다고 29일 밝혔다.

26일 베이징 예술원구에 있는 로즈버드에서 열린 티볼리(현지명 티볼란) 론칭행사에는 현지 판매 대리점 방대기무집단 고분유한공사 임직원 및 딜러, 기자단 등 200여명이 참석해 티볼리의 스타일리시한 디자인과 차별화된 편의사양에 높은 관심을 보였다. 이어 27일 열린 미디어 시승행사에는 60여명의 기자들이 참석해 북경만화원호월부터 청수만까지 50km에 이르는 고속도로 및 비포장도로 구간을 운전하며 티볼리의 주행성능을 직접 체험했다. 기자들은 동급 대비 넉넉한 실내공간과 파워 풀하고 안정적인 주행성능에 감탄하며 향후 티볼리의 흥행에 대해 기대감을 나타냈다. 이에 따라 쌍용자동차는 터키 앙카라, 이탈리아 티볼리, 벨기에 브뤼셀 등 지역별로 대대적인 글로벌 론칭행사 및 시승행사를 개최하며 티볼리에 대한 뜨거운 관심을 이어가는 한편 높은 성장세를 유지하고 있는 소형 SUV 시장을 초기에 공략함으로써 글로벌 SUV 전문기업으로서의 위상을 다지는데 주력할 계획이다.



쌍용자동차는 26일 중국 베이징 예술원구의 로즈버드에서 티볼리(현지명 티볼란) 론칭 행사를 진행하고 본격적인 시장 공략에 나섰다. 사진제공 | 쌍용자동차

쌍용자동차 최고경영자 대표이사는 “급성장하고 있는 중국 SUV시장에서 티볼리의 성공적인 론칭을 통해 기존 라인업 강화는 물론 새로운 성장동력을 확보할 수 있을 것”이라고 말했다.

원성열 기자 sereno@donga.com

야구생중계, 지하철서 데이터 부담없이 본다

KT, 다음카카오와 손잡고 서비스 서울·부산 지하철 고화질 시청 가능

야구장과 지하철 안에서 데이터 부담 없이 야구 중계를 마음껏 즐길 수 있게 됐다.

KT는 다음카카오와 손잡고 ‘다음스포츠’의 고화질(HD)급 야구 중계 영상을 개인 데이터 소비 없이 시청할 수 있는 ‘올레 기가 파워라이브’를 서울과 부산 지하철 및 전국 야구장에서 서비스한다고 29일 밝혔다. KT가 지난해 상용화한 LTE 기반 멀티캐스트 솔루션 ‘eMBMS’ 기술이 적용된 LTE 방송 서비스다. 야구경기장이나 콘서트장 등에 모인 수만명의 이용자에게 LTE 데이터를 무료로 DMB보다 최대 10배 선명한 HD급 영상을 안정적으로 제공한다. 이 기능을 지원하는 스마트폰을 보유한 KT 모바일 고객은 누구나 데이터 과금 없이 무료로 고화질의 야구 중계를 시청할 수 있다. KT는 올레 기가 파워라이브를 서울 지하철 2~9호선, 분당선, 신분당선과 부산 지하철 1~4호선 및 전국 6개 야구장(수원, 잠실, 목동, 인천, 대구, 마산)에서 서비스한다. 서비스 이용을 원하는 KT 모바일 고객은 다음스포츠와 카카오TV 내 야구 중계영상 중 ‘HD화질’을 선택하거나, 다음TV팟 애플리케이션 라이브 메뉴에서 ‘GiGa power-live’ 아이콘이 표시된 채널을 선택해 시청하면 된다. 김명연 기자



KT는 다음카카오와 손잡고 고화질(HD)급 야구 중계 영상을 개인 데이터 소비 없이 시청할 수 있는 ‘올레 기가 파워라이브’를 서울과 부산 지하철 및 전국 야구장에서 서비스한다. 사진제공 | KT

상장 40주년 오리온, 기업가치 7800배 상승

액면가 500원서 시가총액 6조원으로 성장

오리온이 최근 한국거래소 상장 40주년을 맞이해 그동안의 역사를 되돌아봤다.

1975년 6월27일 액면가 500원에 166만주를 상장한 오리온은 2004년 주가가 10만원을 넘어선 이후 8년만인 2012년 100만원을 돌파했다. 2015년 6월27일 종가 기준으로 주가 108만4000원, 시가총액 6조4772억원으로 40년 전에 비해 기업가치가 무려 7800배 상승했다. 이는 국내뿐만 아니라 중국, 베트남 등 해외시장에서의 성과도 반영된 것으로, 최근에는 계열사 합병 등을 통해 재무구조를 대폭 개선하며 제2의 도약기를 준비하고 있다.

오리온은 작년 말 오리온스넥인터내셔널(OSI)을 합병하며 제빵비용 및 자금조달비용을 절감하고 청주공장 통합에 따른 시너지 효과를 얻는 데 성공했다. 또한 포장재 전문업체인



오리온은 초코파이 변천사

아이팩도 합병 완료함으로써 조직, 인력 등의 운영 효율성 제고와 상호영양 보안을 통해 회사의 경쟁력이 한층 강화될 전망이다.

오리온 관계자는 “지난 40년간 제과업의 본질에 충실하면서 지속적인 혁신활동을 전개함으로써 기업가치를 크게 높일 수 있었다”며 “국내의 시장개척을 강화해 주주 가치를 극대화하는 데 주력할 것”이라고 밝혔다.

원성열 기자

LG유플러스 “LTE비디오 시대 선도하겠다”

이상철 부회장 “IoT 세계1위 목표” 강조 내달 온도조절기·도어락 등 서비스 출시

“LTE비디오 포털로 비디오 시대를 선도하고, 5년 안에 사물인터넷(IoT) 1위 기업이 되겠다.”

이상철 LG유플러스 부회장은 29일 LTE 도입 5년째를 맞아 서울 용산사옥 대강당에서 개최한 기자간담회에서 이같이 밝혔다. 이 부회장은 “모든 생활이 비디오로 통하는 시대를 열겠다. 그리고 2020년까지 초연결시대를 만드는 ‘IoT 세계 1위’ 사업자로 우뚝 서겠다”고 강조했다.

LG유플러스의 LTE비디오포털은 모든 비디오 콘텐츠를 한곳에서 한번에 감상할 수 있는 신개념의 서비스. TV나 영화는 물론 사용자제작 콘텐츠(UCC), 실생활에 필요한 비디오를 망라한 세계 최초 모바일 서비스라는 설명이다. 기존

‘U+HDTV’(월5000원)와 ‘유플러스 무비’(월7000원)를 통합한 데 이어 ‘프리미엄 지식팩’(월5000원)을 추가해 13만여 편의 주문형비디오(VOD)를 갖췄다. 프리미엄 지식팩에는 외국어와 인문학 특강, 다큐멘터리, 스포츠, 취미, 키즈 등에 관한 3만여편의 VOD가 준비돼 있다. 포털 핵심기능인 검색과 추천도 대폭 강화했다. 검색결과를 장르별로 상세하게 구분해 제공하고, 유튜브 검색 결과도 한번에 볼 수 있다. 기존 U+HDTV 가입자는 LTE 비디오포털 회원으로 그대로 유지되며, 타사 가입자도 가입 가능하다.

LG유플러스는 이날 스위치와 플러그, 에너지미터, 온도조절기, 열림감지센서, 도어락 등 6가지 IoT 신규 서비스를 7월부터 순차 출시한다고 밝혔다. 무선 통신 솔루션 ‘지웨이브’로 집안의 각종 기기를 연결해주는 동급 형태의 ‘IoT 허브’ 단말기와 모든 IoT 서비스를 스마트폰에



LG유플러스는 LTE 도입 5년째를 맞아 모든 비디오 콘텐츠를 한곳에서 한번에 감상할 수 있는 LTE비디오포털 서비스를 제공한다. 이상철 LG유플러스 부회장(오른쪽)이 LTE비디오포털을 소개하고 있다. 사진제공 | LG유플러스

서 손쉽게 제어할 수 있는 ‘IoT@home’ 통합 애플리케이션도 함께 출시했다. 아울러 ‘IoT무제한’과 ‘One By One’ 등 요금제도 선보였다.

한편 LG유플러스는 기술 중심의 LTE를, 기술을 이용하는 고객이 중심이 되는 LTE로 바꾸겠다는 의미로 신규 브랜드 ‘LTE ME’도 이날 론칭했다. 김명연기자 dionys@donga.com

노스페이스 ‘대한민국 희망원정대’ 발대식

노스페이스가 개최하는 ‘2015 노스페이스 대한민국 희망원정대’가 29일 서울시청 앞 광장에서 발대식을 열고 전남 보성에서 서울까지 501km에 달하는 국토 순례 대장정을 시작했다. 올해로 12회를 맞이한 ‘노스페이스 대한민국 희망원정대’는 노스페이스가 주최하고 (재)박영석탐험문화재단이 주관하며 서울특별시와 후원으로 진행되는 국내 대표 국토 순례단이다. 이번 원정은 ‘도전하는 젊음과 열정! 그리고 나눔!’을 주제로 7월17일까지 19박20일 일정으로 진행된다. 차량으로 전남 보성으로 이동한 뒤 화순-광주-계룡-음성-장호원 등을 도보로 순례해 다시 서울시청 앞 광장에서 완주식을 열게 된다. 대원들은 1km를 걸을 때마다 자발적으로 소정의 금액을 기부함으로써 나눔에도 참여한다. 노스페이스가 매칭 그랜트 형식으로 기부 금액을 더해 7월17일 완주식에서 사회복지재단에 청수만 소의계층 돕기 성금으로 전달할 예정이다.

맥도날드 ‘스파이시 칠리맛 섹스’ 출시



맥도날드가 신제품 ‘스파이시 칠리맛 섹스(사지)’를 출시했다. 7월 30일까지 한정 판매한다. 섹스는 후렌치 후라이, 맥웬, 맥너겟 등과 함께 즐길 수 있는 시즈닝으로 제품 고루 뿌린 후 흡들이 즐길 수 있다. 신제품 스파이시 칠리맛 섹스는 매콤한 맛이 특징이다. 기존에 출시된 달콤하면서도 고소한 맛의 ‘갈릭 버터맛 섹스’와 새로 나온 매콤한 ‘스파이시 칠리맛 섹스’ 등 2가지 맛 섹스로 후렌치 후라이, 맥웬, 맥너겟 등을 보다 색다르게 즐길 수 있다.

편집 | 심승수 기자 sss23@donga.com