



현대자동차그룹은 28일 국립현대미술관 서울관에서 문화체육관광부와 '문화가 있는 날' 확산을 위한 MOU를 체결했다. 정진행 현대자동차그룹 사장(오른쪽)과 문화체육관광부 김중덕 장관. 사진제공 | 현대자동차

현대차, 문화소외층 지원 이동형 공연 차량 달린다

문체부와 '문화가 있는 날' 확산 업무협약

현대자동차그룹과 문화체육관광부는 28일 국립현대미술관 서울관에서 정진행 현대자동차그룹 사장, 김중덕 문화체육관광부 장관이 참석한 가운데 '문화가 있는 날' 확산을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다.

'문화가 있는 날'은 문체부와 문화융성위원회가 2014년 1월부터 시행하고 있는 제도로, 매달 마지막 수요일에 영화관·미술관 등 전국 주요 문화시설을 무료 또는 할인된 가격으로 이용할 수 있는 캠페인이다.

현대차그룹은 3.5톤 트럭을 개조한 다목적 이동형 공연 차량을 이용해 평소 좋은 공연을 접하기 어려운 농산어촌 및 섬 지역 주민들에게 문화생활의 즐거움을 전해줄 예정이다. 또 전국 60개 문화예술회관과 함께 지역 문화소외계층 1만명을 초청해 공연관람 기회를 제공하는 '해피존 나눔 티켓', 전국 15개 군부대를 찾아가는 '군인의 품격' 등 다양한 문화예술 사회공헌활동을 펼칠 계획이다. 정진행 사장은 "문화소외계층에게 문화가 있는 날이 확산될 수 있도록 이동형 공연 차량 제공을 비롯해 앞으로도 지속적으로 다양한 문화예술 사회공헌활동을 추진하겠다"고 밝혔다. 원성열 기자

삼성, 스마트폰+피쳐폰 '갤럭시 폴드' 출시 삼성전자는 폴더와 스마트폰의 강점을 모두 갖춘 스마트폰 '갤럭시 폴드'를 28일 출시했다. 피쳐폰의 편리한 사용성과 스마트폰의 기능을 동시에 갖춘 삼성전자의 두 번째 폴더형 스마트폰이다. 키패드를 통해 쉬운 메뉴 입력이 가능하고, 스마트폰처럼 화면으로 컨트롤이 가능한 터치스크린도 갖췄다. 또 후면 800만 화소 카메라로 인물과 풍경 사진을 촬영할 수 있으며, 전면 200만 화소 카메라를 통해 셀프 촬영도 즐길 수 있다. 이 밖에도 1.2GHz 쿼드코어 프로세서와 1800mAh 착탈식 배터리, 지상파 DMB를 탑재했다. 색상은 블랙과 화이트 두 가지. LTE와 3G 모델 2종으로 출시되며, 출고가는 모두 29만7000원이다.

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com

여름 휴가지에 따라 골라먹는 와인

캠핑 요리엔 레드와인 해변 갈때엔 화이트와인

휴가지에서 분위기를 끌어올리는 방법으로 술(알코올)을 빼놓을 수 없다. 특히 와인은 달콤하고 부드러운 풍미와 높지 않은 알코올 도수로 휴가지에서 즐기는 술로는 안성맞춤이다. 휴가지 성격에 따라 가장 잘 어울리는 와인을 살펴보자.

여운, 감조향이 느껴지며 부드러운맛이 균형 잡힌 맛이 특징이다.

●휴양림&해변에서는 화이트와인

휴양림에서는 푸른 나무 향기와 어울릴만한 화이트와인이 좋다. 소비농 블랑은 화이트와인의 대표 포도품종으로 향긋한 과일향과 상큼하게 쓰이는 맛이 특징이다. 뉴질랜드 와인 '킵 크로프트'는 싱그러움 풀내음과 잘 익은 과일 느낌이 적절한 조화를 이루고 있다. 산도가 적당하며, 부드러운 질감으로 입안을 편안하게 채워준다. 습도가 높은 바닷가에서는 입안에 잔재가 남는 스위트와인보다는 입안을 깔끔하게 정리해주는 당도 낮은 화이트와인이 어울린다. 남아프리카공화국의 화이트와인 '투이션스 프레스 프루티 화이트'는 신선함과 무게감이 적절히 균형을 이룬 화이트와인으로 살구향과 아카시아향이 풍부하게 펼쳐져 바다 풍경과 잘 어울린다.

●방콕이라면 짙은 레드와인

집 안에서 편안하게 휴가를 보낼 방콕이라면 더위가 짝가는 공포영화 한 편과 함께 하는 짙은 레드와인이 어떨까? 빛깔만으로도 공포영화의 분위기를 배로 고조시킬 수 있다. 아르헨티나산 '핀카엘 오리엔 말베'은 무겁고 짙은 적색을 가진 강한 레드와인으로, 말베의 특성상 육질의 향이 살짝 풍겨 공포영화와 매칭을 이룬다. 말베 100% 특유의 진한 자두, 체리 등의 강렬한 과일향과 부드럽게 다듬어진 탄닌의 깊은 질감을 느낄 수 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com

●도심 휴가엔 스파클링와인

바쁜 일상 탓에 도심 속에서 휴가를 보낸다면 도시의 열기를 씻어줄 스파클링와인이 제격이다. 특특 튀는 탄산이 스트레스와 더위를 날려주기 때문이다. 오프너와 잔이 필요 없는 미니와인이라면 딱이다. 신세계 L&B의 '미안더'는 화이트 모스카토와 핑크 모스카토 두 종류로 출시됐다. 서늘한 아침에 손으로 딛 포도를 사용해 신선도가 매우 높다. 화이트 모스카토는 연한 황금빛을 띠며 잘 익은 복숭아와 시트러스의 풍부한 향이 달콤한 벌꿀향과 균형을 잘 이룬다. 핑크 모스카토는 신선한 복숭아와 시트러스, 딸기, 오렌지 꽃향이 조화롭다. 간단한 디저트와 함께 즐기기에 안성맞춤이다.

●캠핑 요리엔 레드와인

캠핑장에서 즐기는 와인으로는 오크 숙성한 레드와인이 어울린다. 오크통에서 충분한 시간을 두고 숙성시킨 와인은 숯불향이 감도는 육류와 좋은 궁합을 이룬다. 캠핑장에서 바비큐와 곁들여 마시기 좋다. 무게감이 없고 부드러운 풍미를 지닌 프랑스 보르도 와인 '라피트 보르도'는 각종 육류 요리와 잘 어울린다. 산딸기 등 붉은 과일의 향과 스파이시한



“기아차 부당한 경영 간섭” 공정위, 과징금 5억 부과

공정거래위원회는 대리점에 대한 부당한 경영간섭 행위가 드러난 기아자동차에 시정명령을 내리고 과징금 5억원을 부과한다고 28일 밝혔다.

공정위에 따르면, 기아차는 전체 대리점에서 채용 가능한 영업직원의 총정원을 정해놓고 '대리점 영업직원 총정원제'를 시행하고 있다. 기아차는 총정원에 여유가 없다는 이유로 전체의 56%에 이르는 214개 대리점의 신규 영업직원에 대한 판매코드 발급을 거부하거나 지연 처리했다. 판매코드 발급 거부·지연 행위는 소렌토·스포티지·모닝 등 신차가 잇따라 출시되며 시장점유율이 증가하던 2010년(157건)과 2011년(172건)에 집중됐다.

기아차는 신규 판매코드 발급요청을 수락하는 조건으로 해당 대리점에 소속된 기존 직원의 판매코드를 삭제해 해고시키는가 하면, 대리점으로 하여금 판매실적이 저조한 영업직원을 해고하도록 강요해 판매코드 여유분을 확보한 뒤 다른 대리점의 신규 직원에게 발급해 주기도 했다.

아울러 기아차는 다른 자동차 판매사에서 영업직원으로 근무했던 사람은 퇴사 6개월이 지나야만 대리점에서 일할 수 있다는 규정을 만들어 채용을 제한한 사실도 확인됐다. 공정위는 영업직원 판매코드 발급과 관련한 부당행위를 중지하고, 경력직원의 채용 제한규정을 삭제하도록 기아차에 명령했다. 원성열 기자



'배달의민족'이 바로결제 수수료를 0%로 낮춘다. 우아한형제들 김봉진 대표가 28일 서울 삼성동 그랜드인터컨티넨탈호텔에서 열린 기자간담회에서 수수료 인하 및 추가 사업계획을 밝히고 있다. 사진제공 | 우아한형제들

배달의민족 “바로결제 수수료 0%” 선언

카드·외부결제 수수료 3.5→3.0% 인하
배민FRESH·배민라이더스 등 새 도전

음식 배달 서비스 '배달의민족'이 수수료 논란에 종지부를 찍고, 새 도전에 나선다.

배달의민족을 운영하는 우아한형제들은 28일 서울 삼성동 그랜드인터컨티넨탈호텔에서 기자간담회를 갖고, 8월1일부터 '바로결제' 수수료를 0%로 낮춘다고 밝혔다. 당장의 매출보다는 상생과 이용객을 늘리는 것이 장기적으로 더 중요하다는 판단에서다.

바로결제 수수료가 0%가 되더라도 포인트 적립이나 각종 제휴 할인 등 기존 혜택은 그대로 유지된다. 아울러 카드수수료 등 외부결제 수수료 또한 3.5%에서 3.0%로 인하된다. 외식 배달 서비스 '배민라이더스'의 경우 현행 수수료를 유지한다.

장기적인 성장을 위해 매출의 일정부분을 포기한 우아한형제들은 이제 또 다른 새로운 도전에 나선다. "좋은 음식을 먹고 싶은 곳에서"

라는 비전 아래 음식과 기술을 결합한 '푸드테크' 산업에서 혁신을 이룬다는 것이 목표다. 주력사업인 음식배달서비스 외에 새로운 서비스 추진을 위한 기반도 이미 어느 정도 갖췄다.

5월 합류한 신선식품 정기배달서비스 '텀앤더머스'는 '배민FRESH'라는 새 이름으로 재탄생한다. 배민FRESH는 28대의 냉동트럭과 효율적인 물류시스템을 갖추고 반찬과 주스, 샐러드, 빵, 국, 과일, 야채 등 식료품을 배달해 준다.

6월에는 외식 배달 배민라이더스가 송파(서울) 등 일부지역에서 서비스를 시작했다. 8월 부터는 강남에 진출하고, 연내 서울 주요 지역으로 서비스를 확대한다는 방침이다. 이 밖에 레시피를 활용한 반조리 제품을 배달해주는 '배민룩' 서비스도 준비 중이다. 김봉진 우아한형제들 대표는 "스타트업은 불가능한 일에 도전하고, 좋은 것을 더 좋게 만드는 데 의의가 있다"며 "우리는 여전히 스타트업이고, 결코 쉽지 않지만 두 번째 새로운 도전을 하고 있는 것이다"고 말했다. 김명근 기자 dionys@donga.com

JO idea 휴대용 음료수 냉장고 & 미니 아이스박스

제이엠아이디어

다용도 아이스홀더 “쿨헬퍼”

캔과 병, 컵 등의 외부에 부착하여 주류나 음료를 끝까지 시원하게~



왜? “쿨헬퍼”인가!

쿨헬퍼는 현재 시판중인 모든 캔, 병, PET병, 와인병 등 크기에 관계없이 다용도로 사용 가능한 특수 축냉제가 내장 되어있는 신개념 아이스팩이다. 휴대용 음료수 냉장고로도 사용할 수 있어서 병동실에 최소 2~3시간 이상 얼린 후 축냉제의 벨크로를 이용하여 음료나 주류, 생수 등에 끼우면 보냉 유지가 가능하며, 전자제어기에 30~40초 데우면 보온 유지 또한 가능하다. 주류와 음료의 시원함과 따뜻함을 유지 시켜줄 뿐만 아니라 냉점질, 온점질 시 등에도 사용 가능한 다용도 다목적 제품인 쿨헬퍼는 현재 시판중인 쿨러 등의 제품보다 보냉 효과가 월등하며, 미지근한 음료나 주류도 시원하게 가능하다. 또한, 한번 쓰고 버려지는 1회용이 아닌 반영구적인 제품으로 얼마든지 재사용 할 수 있어 매우 경제적이고 편리하다.



쿨헬퍼는 3조각으로 분리되어 착고 가벼워 보관 및 휴대가 용이하며, “L”자로 된 하단의 받침북은 캔, 병 등이 직접적으로

지면과 맞닿지 않게 하여 지열을 방지하고 쿨헬퍼를 집어들었을 때 캔, 병 등이 밀로 빠지지 않게 지지해준다. 이러한 받침북으로 인해 냉온기가 장시간 유지되고 쉽게 넘어지지 않아 야외 활동이 잦은 등산객이나 캠핑 매니아, 운전자 뿐만 아니라 가정과 음식점 등에서 무척이나 인기 있는 제품이다.

얼리고 끼우고 고정하면 완성!

예전에 비트박스를 잘 하려면 “복치기”와 “박치기” 이 두가지를 기억하면 된다는 광고가 있었다. 짧고 간단한 두마디의 말로 사람들은 비트박스의 열풍에 휩쓸렸었다. 이처럼 쿨헬퍼를 사용하기 위해 우리는 세가지만 기억하면 된다. “얼리고, 끼우고, 고정하기”. 나름의 리듬감을 갖춘 이 세마디말로 쿨헬퍼의 사용방법을 설명하는 완벽한 문장이 된다. 우선 3조각으로 분리된 쿨헬퍼를 병동실에서 최소 2~3시간 이상 얼려준다. 더욱 효과적으로 사용하기 위해서 8시간 이상 얼리면 좋지만, 어디까지나 이견 선택사항일 뿐이다. 그런 다음 차가워 얼린 쿨헬퍼를 병, 캔 등에 끼운 뒤 축냉제의 벨크로를 이용해 간단히 부착하면 이제 시원해진 주류와 음료를 마실 일만 남았다. 주류와 음료가 가장 맛있는 온도인 4℃~10℃ 사이의 온도로 시원함을 유지시켜주는 쿨헬퍼는 시계절 내내 주류와 음료의 시원함을 즐기도록 하는 이들에게 안성맞춤인 제품이다.

보다 편리하고 윤택한 삶을 위하여

다용도 아이스홀더 “쿨헬퍼”는 제이엠아이디어에서 제작 및 판매 중인 제품이다. 제이엠아이디어는 생활 속 불편함을 개선하여 편리하고 윤택한 삶을 누릴 수 있게 하는 “고객 헬퍼 기업”으로 우리 생활 속에 가까이 있는 아이디어 제품들을 관찰, 연구 및 개발 하여 제품화 하는 아이디어 생활용품 전문기업이다.

한편 쿨헬퍼에 부착된 스티커는 광고모델이나 제품의 이미지를 넣는 등 다양한 디자인으로 제작이 가능하여 기업 광고 및 각종 단체 모임의 판촉물, 선물용품으로 제작이 가능하기 때문에 홍보 효과를 독특히 누릴 수 있다.



※ 판촉물 제작 예시 (실제 납품 업체)

체인점 / 딜러 / 선물용품 / 판촉물제작 문의 Tel. 1670-4849 쿨헬퍼 공식 홈페이지 http://www.cool-helper.com