



소형 SUV '니로' 사전 계약 돌입 이달말 출시 앞두고 미디어 설명회

기아차는 16일 남양연구소(경기도 화성시 소재)에서 이달 말 출시 예정인 소형 SUV 니로(NIRO·사진)의 미디어 설명회를 갖고 사전 계약에 돌입했다.

니로는 기아차가 첨단 하이브리드 기술을 집약해 처음으로 선보이는 새로운 개념의 소형 SUV다. 동급 최대 전장 및 축거의 여유로운 실내 공간, 53% 비율의 초고장력 강판과 각종 첨단 안전 사양, 신규 개발 전용 하이브리드 파워트레인 탑재 성능과 공간, 안전 및 경제성을 아우르는 상품성을 갖췄다. 하이브리드 전용으로 개발한 최대 출력 105ps, 최대토크 15.0kgf·m의 신형 카파 1.6GDI 엔진과 32kW급 모터시스템이 적용돼 있다. 합산출력 141마력, 27.0kgf·m의 강력한 동력성능을 발휘한다. 전기모터에 최적화된 하이브리드 전용 6단 DCT(듀얼클러치변속기)도 신규 독자 개발에 적용했다.

기아차는 니로 최초 구매 일반 개인 고객에게 배터리를 평생 보증해주는 '배터리 평생 보증', 하이브리드 전용부품인 모터, 전력제어모듈 등을 차량 구입 후 10년 미만이거나 운행거리가 20만km 이내인 경우 무상으로 보증해 주는 '10년 20만km 무상 보증', 중고차 가격을 최장 3년간 최대 62%까지 보장해주는 '중고차 가격보장' 등의 보증 프로그램을 통해 고객들의 마음을 사로잡는다는 계획이다. 니로의 가격은 럭셔리 2317만~2347만원, 프레스티지 2514만~2544만원, 노블레스 2711만~2741만원으로 책정할 예정이다. 니로는 하이브리드 차량에 대한 취득세(최대 140만원) 및 공채 감면과 정부 보조금 100만 원 등의 혜택을 통해 표시가격보다 최대 80만원(프레스티지 기준) 가량 낮은 금액(개소세 3.5%, 공제할인 5% 기준)으로 구매할 수 있다.

원성열 기자



휠라 오리지날레 '그라운드 프로젝트' 이태원에 새 팝업스토어 '노마드샵' 오픈

휠라 오리지날레가 브랜드 론칭에 발맞춰 '브랜드의 젊은 에너지와 문화를 접목한 이색 공간에서의 쇼핑'이라는 프로젝트를 출범한다.

휠라 오리지날레는 서울 이태원 우사단로에 새로운 팝업 스토어 형태인 노마드샵(Nomad Shop·사진)을 오픈해 패션과 젊은 감성, 골목 문화를 결합한 '그라운드 프로젝트'를 실시한다고 16일 밝혔다. 이 프로젝트는 서울 도심 속이지만 아직 확일화, 상업화되지 않으면서 고유한 색을 가진 골목에서부터 시작한다. 골목만의 고유한 색을 가진 곳에 휠라 오리지날레의 노마드샵을 열어, 골목과 브랜드 간 문화와 감성을 향유하고, 지역과 어우러져 함께 호흡하고 소통한다는 취지의 프로젝트다. 골목만이 가진 매력과 감성을 더 많은 젊은이들과 공유하며 브랜드 정신을 알리고 소통하고자 하는 것이다. 특정 지역에서 1개월 단위로 운영한 후 자리를 옮겨가는 방식이다. 우사단로 노마드샵은 내달 15일까지 한 달 동안 문을 열며, 이후에는 서울의 또 다른 지역으로 한 달씩 옮겨가며 그라운드 프로젝트를 지속해 나갈 예정이다.

최현길 기자 choing2@donga.com

BMW 장성택 총괄이사, 상무로 승진

BMW그룹코리아 드라이빙 센터 총괄 장성택 이사(54)가 상무로 승진한다. 사측은 16일 이 같은 인사를 4월1일부터 단행한다고 밝혔다. 장 이사는 현대자동차, 현대중장비산업 등을 거쳐 1995년 BMW그룹코리아에 창립멤버로 입사했다. 장 이사는 입사 후 BMW그룹코리아의 테크니컬 매니저를 하며 사내 기술자적태도 및 BMW AS 맨파워 매니지먼트 제도 등을 도입했다. 그는 2013년부터는 BMW드라이빙 센터를 총괄했으며, 지난해 대한민국을 빛낸 100인의 기술인으로 선정된 바 있다.

편집 | 심승수 기자 sss23@donga.com



"커피와 지역농가가 만났다." 에스프레소 커피전문점 엔제리너스커피가 제주 한라봉, 지리산 산청딸기를 활용한 제품을 선보이며 지역농가와의 공유가치창출에 앞장서고 있다. 한라봉과 녹차 등 제주도 특화제품을 활용한 신제품 7종.

엔제리너스커피, 지역 농가와 '상생 프로젝트'

한라봉·산청딸기 활용 특화제품 선보여 농가에 커피 비료 500톤 지원 계획도

에스프레소 커피전문점 엔제리너스커피가 제주 특산물 한라봉 및 지리산 산청딸기를 활용한 제품을 선보이며 지역 농가와의 공유 가치 창출(CSV)에 앞장서고 있다. 고객에게는 고품질의 음료와 디저트 제품을 제공하고, 지역 농가에는 안정적인 판매경로를 마련해줌으로써 상생의 길을 열어가겠다는 시도다. 엔제리너스커피 관계자는 "앞으로도 더 좋은 원재료를 바탕으로 고품질의 제품을 고객에게 제공할 것"이라고 말했다.

●제주농가 활성화 위한 한라봉 활용 신제품

롯데리아는 1월 제주특별자치도에청여 제 주자치도와 농업 제주지역본부 3자간 '제주

자치도 농가 상생 협력을 위한 MOU'를 체결했다. 협약식을 통해 1차 사업으로 재배단지 구축 및 친환경 자원 재순환 사업의 일환으로 제주 농가에 원두짜개기로 만든 커피 비료를 500톤(약 4억원 상당) 지원할 계획이며, 이 중 30%는 취약 농가에 지원할 예정이다.

또한 첫 사업의 일환으로 롯데리아의 커피전문점 브랜드 엔제리너스커피에서는 '우리의 봄, 제주'를 콘셉트로 제주 특산물인 유채꽃 및 한라봉, 녹차 등을 활용한 특화제품 7종을 선보였다. 특화제품 7종으로는 한궁한 유채꽃 꿀을 활용한 만든 음료로 유채향이 은은하게 감도는 에스프레소 더블샷 라떼 '유채 카페 블라썸'과 달콤한 유채꽃 꿀과 씹 씹한 그라티아 부드러운 어우러진 '녹차 블라썸' 등이 있다. 친환경 제주 한라봉을 활용한 음료는 싱그러운 제주 한라봉에 향긋한 로즈마리향이 깃들여진 '한라봉 에이드'와

새콤달콤한 제주 한라봉 본연의 맛을 느낄 수 있는 '한라봉 스노우', 한라봉 생과를 직접 짜서 만든 신선한 '리얼 주스 한라봉' 등도 눈길을 끈다. 더불어 고소한 크림과 달콤 씹 씹한 제주녹차가 어우러져 부드러운 디저트 '녹차 티라미수'와 간편 생과일 한라봉은 음료와 곁들여 먹기 좋다.

●지리산 청정 산청딸기 활용한 '봄 시즌 신제품'

엔제리너스커피는 봄 대표 계절 과일인 '딸기'를 활용한 신제품 5종을 새롭게 출시했다. 엔제리너스커피는 이번 신제품에 주 원료인 딸기의 고품질과 딸기 본연의 맛 강화를 위해 딸기 재배의 최첨단 산청에서 재배되고 지리산의 골바람과 큰 일교차로 당도가 높은 산청딸기를 활용했다. 산지 생산자와의 계약 재배를 통해 생산 과정 및 안정성을 바탕으로 최상의 품질을 자랑한다. 당일 작업을 통해 당

일 각 매장 배송을 원칙으로 운영되며, 딸기 원재료에 대한 품질 강화에 힘썼다. 지리산 산청딸기를 주 원료로 활용한 신제품은 총 5종으로, 음료 3종과 디저트 2종으로 운영한다. 망고와 딸기, 한라봉 3가지 과일이 어우러져 화려한 색깔을 자랑하는 '시크릿 베리', 달콤한 바나나와 싱그러운 딸기가 조화로운 '베리 몽키 스노우', 생딸기를 직접 갈아 신선하고 영양 가득한 '리얼 베리 주스' 등 음료 3종을 선보였다. 생딸기를 그대로 즐길 수 있는 디저트 2종은 브레드에 생딸기를 가득 올려 신선함을 더한 '베리 베리 브레드'와 부드러운 치즈케익에 상큼한 한라봉과 생딸기를 토핑한 '시크릿 베리 치즈케익' 등이 있다. 고품질의 딸기 본연의 맛을 그대로 구현하고, 딸기 재배 기간을 고려해 지리산 산청딸기를 활용한 신제품은 4월30일까지 한정 판매한다.

원성열 기자 sereno@donga.com



'팔도비빔면' 중량 20% 늘렸다 팔도비빔면이 누적 판매 10억개를 돌파한 가운데 팔도는 16일 오전 서울 종로구 청계광장에서 고객 감사의 일환으로 '팔도비빔면 1.2' 출시 이벤트를 가졌다. 팔도비빔면 1.2는 기존제품 대비 중량을 20% 늘리고 순창고추장과 참기름으로 고소함을 더한 제품이다. 가격 인상은 없다.

사진제공 | 팔도

유통업계, 이번엔 '신선도' 경쟁

유통업계가 최저가 경쟁에 이어 신선도 경쟁을 벌인다. 업계에 따르면, 대형마트와 온라인 유통 채널 등이 신선식품 판매 강화에 나섰다.

이마트는 로컬푸드 상품 종류와 운영 점포 수를 확대한다고 16일 밝혔다. 로컬푸드는 장거리 운송을 거치지 않은 지역 농산물을 말한다. 이마트는 우선 17일부터 전국 48개 점포에서 당일 수확한 '새벽딸기'(1.2kg/9900원)를 판매한다. 논산과 남원 등 국내 딸기 생산량의 80% 가량을 차지하는 전국 주요 6대 산지에서 새벽 3시부터 수확한 딸기를 곧바로 당일 오전까지 점포에 배송해 판매한다. 시범운영 결과도 좋다. 지

난해 3~4월 수지점과 죽전점 등 8개 점포에서 시범적으로 운영한 결과, 이마트 전체 딸기 매출은 4.9% 늘었는데 그쳤으나, 시범운영점포의 딸기 매출은 2014년과 비교해 33.2%나 증가했다. 기존에는 오전에 수확해 물류센터에 입고한 뒤 다음 날 아침에 점포에 들어왔으나, 새벽딸기는 산지에서 상품화 작업 후 3~4시간 안에 구매 가능해 맛과 신선도 면에서 비교우위가 있다는 것이 이마트측의 설명. 아울러 유통 단계로 '산지→점포'로 최소화하면서 물류비를 10% 가량 줄여 판매 가격이 저렴한 것도 강점이다. 이마트는 딸기 외에도 채소와 수산물, 유기농 식품도 로컬

푸드 확대를 통해 경쟁력을 강화한다는 방침이다. 이마트는 2009년 8개 점포에서 로컬채소를 판매하기 시작해 지난해엔 65개 점포에서 165억원의 매출을 올렸다. 올해는 전체 이마트의 절반이 넘는 75개 점포에서 200억원까지 매출 규모를 끌어올릴 계획이다. 이마트는 또 부산, 봉영 등 남해안 지역 점포를 중심으로 운영하던 로컬 수산물도 지난해 31개점에서 올해는 서해안 인근 점포를 더해 40곳까지 확대할 계획이며, 로컬 유기농 농산물 운영 매장도 기존 7개점에서 10개점까지 늘린다는 방침이다.

오픈마켓 등 온라인 유통업체도 신선식품 경

중 샤오미, 한국시장 공식 진출

'대륙의 실수' 샤오미가 한국 시장에 공식 진출했다. 샤오미는 여우미와 코마트레이드 두 곳과 총판 계약을 체결하고 보조 배터리와 스마트밴드, 제충계 등을 판매한다. 기대를 모았던 휴대전화나 TV 등 주력 제품은 제외됐다. 샤오미는 총판 계약을 맺은 여우미와 16일 서울 소공동 롯데호텔에서 '총판 계약 협약식'을 갖고 한국시장 진출을 공식 선언했다. 여우미는 샤오미 생태계 팀의 제품을 총판하게 된다. 생태계팀이란 선별된 우수업체에 투자해 자회사로 만들고 동반성장하는 전략을 짜는 샤오미의 부서다. 국내에 잘 알려진 보조 배터리를 만드는 즈미가 대표적인 자회사다. 한편 여우미는 전국 17개 지역에 280개 직영점을 운영하는 등 판매 채널을 확대할 방침이다. 또 대행사 선정 등을 통해 가장 중요한 애프터서비스(AS)망 구축에도 나설 예정이다. 아울러 샤오미, 국내 유통채널들과 가품 판매를 방지하는 등 유통질서 확립에도 힘을 쏟을 계획이다.

김영민 기자

이마트, 수산물·유기농 식품 등 로컬푸드 확대 G마켓, 프리미엄지역관·지역 특산물 판매 강화

경쟁을 강화하고 있다. G마켓의 경우 '프리미엄 지역관'과 'G마켓이 간다' 등 신선식품 관련 다양한 프로모션을 전개하고 있다. 올해는 12월까지 해남의 특산물을 선보이는 '2016 해남미소 건장바구니' 프로모션을 등을 진행할 계획이다. 세발나물과 고구마말랭이, 마늘 등 상품을 최대 10% 저렴한 가격에 판매한다. 업계에 따르면, 온라인을 통해 신선식품을 구매하는 소비자들은 매년 늘고 있다. G마켓은 올해 1월1일부터 3월13일까지 산지에서 바로 배송되는 신선식품의 주둔이 지난해 같은 기간과 비교해 36% 증가했다고 밝혔다.

김영민 기자 dionys@donga.com