

포화된 폰시장...승부수 던진 팬택 & 소니



2년 가까이 침묵하던 스마트폰 제조사들이 잇달아 국내 시장에 신제품을 내면서 시장 반응에 이목이 쏠리고 있다. 팬택은 'IM-100'을 30일 공식 출시하면서 중저가 시장을 정조준한다. 소니는 7월 초 출시하는 '엑스페리아X 퍼포먼스'로 프리미엄 시장 공략에 나선다. 차별화된 오디오 및 카메라 성능과 타 제품과의 연동을 무기로 한 신제품들이 국내 소비자들의 새로운 선택지가 될지 관심이 모아진다.

팬택 'IM-100' 오늘 출시...휠키와 스톤으로 차별화 소니 프리미엄폰 '엑스페리아X 퍼포먼스' 예약 판매



소니 '엑스페리아X 퍼포먼스'... 5.5인치 풀HD 디스플레이, 스냅드래곤820 프로세서 등 프리미엄 모델에 걸맞은 성능을 갖췄다.

다. 엑스페리아X 퍼포먼스가 그 주인공이다. 7월3일까지 온오프라인 소니 스토어와 소니 엑스페리아 체험숍은 물론 SK텔레콤 티월드다이렉트, KT올레닷컴 등에서 예약 판매한다. 해당 기간에 제품을 구입하면 128GB 마이크로SD카드를 사은품으로 준다. 정식 출시는 7월 중으로 예정돼 있다. 엑스페리아X 퍼포먼스는 '엑스페리아X 시리즈'의 최상위 모델로 가격은 75만9000원이다.

제품은 5인치 풀HD 디스플레이와 스냅드래곤820 프로세서 등 프리미엄 모델에 걸맞은 성능을 갖췄다. 렌즈교환식 카메라 브랜드 알파 엔지니어와의 협업을 통해 카메라 성능을 크게 업그레이드 했다. 후면 카메라의 경우 2300만 화소다. 게임기 '플레이스테이션4' 리모트 플레이를 탑재하는 등 다른 기기와 연동을 확장한 것도 장점이다.

●팬택 'IM-100' 30일 공식 출시
벼랑 끝 위기에 몰렸다가 기사회생의 끈을 잡은 팬택이 1년 7개월 만에 스마트폰 신제품을 내놓는다. 30일 공식 출시되는 IM-100은 출고가 44만9900원의 중저가 모델. 음악감상과 카메라 등에서 활용할 수 있는 아날로그 감성의 '휠키'가 눈에 띈다. 블루투스 스피커 겸 무선 충전기인 '스톤'이 기본 제공되는 것도 특징이다. 사전 반응도 좋은 편이

다. 이동통신사들은 지난주 금요일 시작한 예약 가입에 구매자들이 몰렸다고 밝혔다. 이에 이동통신사들은 최대 공시지원금을 책정하며 세몰이에 나섰다. SK텔레콤은 7월말까지 IM-100을 구매하는 고객 가운데 5000명을 추첨해 모바일 동영상 애플리케이션 '옥수수'에서 이용 가능한 1만 포인트를 제공할 계획. KT는 제품 구매 시 올레멤버스 포인트

및 카드 포인트를 활용해 단말기 추가 할인을 받을 수 있도록 했다. 한편 팬택은 IM-100 출시에 맞춰 제이버드사와 공동으로 제품 구매 고객에게 블루투스 이어셋 '제이버드 X2' 모델을 50% 할인 판매하는 이벤트를 진행한다.

●소니 '엑스페리아X 퍼포먼스' 예약 판매
소니코리아도 1년 8개월 만에 새로운 스마트폰을 들고 국내 시장을 찾았

르노삼성 신차 사면 개소세 완전히 면제

노후 경유차 말소 조건 '추가 감면'

르노삼성자동차는 정부 정책에 적극 호응하는 한편, 친환경 소비촉진과 경제 위기 극복을 위해 자동차 구매시 발생하는 개별소비세에 대한 추가 할인혜택을 제공하기로 했다고 밝혔다.

28일 정부가 발표한 '2016 하반기 경제정책 방향'에 따르면 최초 등록 이후 10년이 지난 노후 경유차를 말소 등록하고 신규 승용차를 구입하는 고객은 개별소비세를 연말까지 70%(100만원 한도) 감면 받게 된다.

르노삼성자동차는 정부의 친환경 소비 촉진 방안에 적극 동참하기 위해 개별소비세 70% 감면 이후에 남은 잔여 30%를 지원하기로 했다.

고객들이 신규 승용차를 구매할 때 실제적으로 개별소비세를 완전히 면제 받는 혜택을 받게 된다. 특히 10년이 넘은 노후 경유차를 보유한 고객들은 6월을 끝으로 종료되는 개별소비세 인하 혜택보다 3배나 더 큰 구매 혜택을 얻을 수 있게 됐다.

SM7의 경우는 최소 100만원~최대 149만원, QM3의 경우는 최소 94만원~최대 106만원, 그리고 SM5는 최대 93만원, SM3는 최대 90만원가량의 세금 할인 혜택이 제공된다.



이탈리아 슈퍼카 브랜드 페라리가 29일 서울 광진구 위키호텔에서 '페라리 GTC4 루소' 출시 기념행사를 진행했다. 신차 앞에서 포즈를 취하고 있는 FMK 김광철 대표(왼쪽)와 디터 벡델 페라리 극동 및 중동지역 CEO.

가장 진화된 페라리 'GTC4루소' 판매 개시

제로백 3.4초...최대속도 335km/h
젓은 노면에서도 완벽한 차량 제어 보장

이탈리아 슈퍼카 브랜드 페라리는 29일 W서울 위키호텔 우바에서 4륜구동에 리어-휠 스티어링 시스템을 처음으로 적용한 'GTC4루소(GTC4Lusso)'를 공식 출시했다. 페라리 GTC4루소는 스포츠 그랜드 투어러 콘셉트의 4인승 모델이다.

GTC4루소에 탑재된 엔진은 페라리 12기통 자연흡기 엔진의 가장 진화된 버전으로, 8000rpm에서 최고출력 690

마력을 발휘한다. 최대토크는 5750rpm에서 71.1kg·m이며, 이중 80%는 1750rpm에서 뽑아낸다. 정지 상태에서 시속 100km까지는 3.4초 만에 도달하며, 최대속도는 335km/h에 달한다.

특히 기존 4RM(four-wheel) 드라이브 시스템에 리어-휠 스티어링 기능을 추가한 4RM-S(four-wheel drive and steering) 시스템이 처음으로 적용되어 젓은 노면이나 눈길 등 접지력이 낮은 도로 상황에서 완벽한 차량 제어와 주행 안정성을 보장한다.

여기에 페라리 전매특허인 차체 제어 시스템(E-diff), 서스펜션 컨트롤시스템

(SCM-E dampers), 4세대 사이드 슬립앵글 컨트롤이 장착되어 더욱 정교해진 차체 제어가 가능하다.

페라리 스타일링 센터에서 디자인한 GTC4루소는 슈팅 브레이크 쿠페의 진화된 버전이다. 간결하고 심플한 콘셉트를 바탕으로 지붕에서 차체 끝까지 유선형 구조로 매끄럽게 이어진 모습을 보인다. 여기에 4인승 모델답게 넓은 실내 공간 및 트렁크 공간의 볼륨감이 더해져 스포터함과 우아함이 공존한다.

실내 마감재는 페라리 특유의 스포터한 느낌을 강화하기 위해 경량화된 소재를 적용했다. 내비게이션 및 인포테인먼트 플랫폼으로는 이번이 처음 선보이는 10.25인치 HD터치스크린이 장착됐다.

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com

게임 캐릭터가 아웃도어 모델로 뒀다

넥슨 서든어택2·코오롱스포츠 '콜라보레이션'

게임 캐릭터가 아웃도어 의류 모델로 뒀다. 넥슨은 넥슨지티가 개발 중인 신작 온라인 일인칭슈팅(FPS)게임 '서든어택2'의 인기 여성 캐릭터 '미야'가 코오롱스포츠의 광고 모델로 선정됐다고 29일 밝혔다. 미야는 전 세계를 무대로 활동하는 용병으로, 개성 강한 복장과 뛰어난 외모에 전투 능력까지 갖춰 '전장의 아이돌'로 통하는 캐릭터다.

이날 공개된 광고엔 래시가드와 원피스형 티셔츠 등 코오롱스포츠 제품을 입고 포즈를 취한 미야의 모습이 담겼다. 제작에는 실제 모델과 미야의 얼굴을 컴퓨터그래픽으로 합성하는 기술이 사용됐다. 코오롱스포츠 마케팅 담당자는 "여름을 맞아 참신한 마케팅을 구상하던 중 서든어택2의 미야에 관심을 갖게 됐다"며 "코오롱스포츠의 이미지와



미야의 캐릭터 설정이 잘 어울리면서도 실제 모델과는 또 다른 느낌을 준다"고 말했다. 한편 넥슨은 7월6일 정식 오픈한 중 서든어택2의 미야에 관심을 갖게 됐다"며 "코오롱스포츠의 이미지와

2억명 즐긴 '스톤에이지' 모바일로 재탄생

넷마블, 구글플레이·앱스토어 출시

전 세계 2억명이 즐긴 온라인게임 '스톤에이지'를 모바일로 즐긴다.

넷마블게임즈는 넷마블엔투가 개발한 모바일게임 '스톤에이지'를 29일 구글플레이와 앱스토어에 출시했다. 유명 온라인게임 '스톤에이지'의 지적재산권(IP)을 기반으로 한 모바일 단체 역할수행게임(RPG)이다. 원작의 검증된 게임성을 현대적으로 재해석한 것이 특징. 고품질 3D 그래픽으로 구현한 캐릭터와

재미있는 연출로 보는 즐거움을 배가시켰다. 유저들은 친숙한 공통 캐릭터를 수집하고 성장시키는 재미와 단체 방식의 전략을 즐길 수 있다. 팻 포획과 탐승, 성장물 시스템 등 원작의 핵심 요소를 모바일에 맞춰 차별화 포인트로 활용하고, 실시간 파티와 특수 던전, 길드 레이드 등 협동과 경쟁이 공존하는 콘텐츠를 갖췄다. 넷마블은 게임 출시를 기념해 스테이지를 완료하거나 정해진 레벨을 달성하면 '모가로스', '리비노' 등 인가켓 선물을 준다.

냉장주스 '따옴' 작년 연매출 200억원 돌파

빙그레의 프리미엄 냉장주스 '따옴'이 출시 3년만인 지난해, 연 매출 200억원을 돌파하면서 성공적으로 시장에 안착했다. 올해 누적 매출(1~5월) 역시 전년 대비 25% 늘었다.

시장조사업체 님스 코리아 조사결과 2013년 7000억원 규모였던 주스시장은 지난해 6200억원 규모로 10% 이상 감소했지만 따옴 매출은 지속적으로 증가하고 있다.

신제품도 출시했다. 기존 오렌지, 자몽, 사과, 포도의 과일 4종으로 판매하던 것에서 과채주스 2종을 추가로 출시했다. 따옴 과채주스는 레드비트와 배 등의 과채를 섞은 레드믹스와 브로콜리, 오렌지 등을 섞은 옐로우믹스 2종이다. 빙그레는 두 제품 모두 영양과 맛

을 고려해 6가지 이상의 과채를 조합하는 등 최적의 배합비를 찾기 위해 노력했다고 설명했다.

한편 빙그레는 따옴의 성장세를 공고히 하기 위해 배우 공승연, 한채야를 모델로 발탁했다. 따옴의 이미지와 부합하는 신선하고 건강한 이미지의 두 모델이 시너지 효과를 내면서 브랜드 인지도를 끌어올리고 있다. 빙그레는 공승연과 직접 만날 수 있는 소비자 이벤트를 개최한다. 일상 속에서 발견한 따옴 인증샷을 개인 SNS에 올리고 해쉬태그 #공승연따옴달리버리'를 남기면 이벤트에 참여할 수 있다. 응모기간은 7월 1일까지. 참가자 중 50명을 추첨해 공승연이 함께하는 '따옴 달리버리 이벤트' 초대권 및 제품을 증정한다.



강한남자

1회복용 5일지속/캡셀 천연성분 (아르젠 U.S.A)

한통30정

효과 100% 카드 가 (최저가)

농협 791-02-067290 미양 010-7600-4116