국내 최대 내구레이스 RACE123 내년 개막

5개 클래스·총상금 50만달러

한국의 '르망24'를 꿈꾸는 첫 토종 내구레이스가 내년 4월 개막한다. 제이스컨설팅은 국내 최초의 내구레이스 국제대회인 'RACE123(사진)'를 내년 4월20∼22일 전남 영암 코리아인터내셔널서킷(KIC)에서 개최한다고 12일 밝혔다.

총 상금은 상위 국제대회 규모인 50만달러(5억7000만원). 5개 클래스의 통합 우승자는 내구레이스 대회 최상위 수준인 20만달러(2억3000만원)의 상금을 가져가게 된다.

대회는 GT3와 GTC, 스포츠 프로덕션, 투어링 프로덕션 1·2 등 총 5개 클래스로 구성되며 60여대의 레이싱 차량과 국내외 정상급 드라이버 200여명이 출전할 예정이다. 특히 클래스 구분없이 모든 차량이 혼주하는 통합 레이스 방식으로 운영돼 보다 박진감 넘치는 레이스를 즐길 수 있다.

RACE123는 경기 시간이 약 2시간 가량에 불과했던 기존 국내의 내구레이스와 달리 국제 1등급 경기장인 코리아인터내셔널서킷을 약 8시간에서 10시간에 걸쳐 219Lap(1230km)을 도는 방식으로 진행된다. 원성열 기자

팀코리아 응원 남기면 시상용 단복을 드려요

노스페이스 모바일 이벤트

영원아웃도어의 글로벌 아웃도어 브랜드 노스페이스가 2016 리우데자네이루 하계올림픽 대회에 출전하는 대한민국 국가대표 선수단 팀코리아 선수들을 응원하는 '힘내라! 팀코리아 응원 이벤트(사진)'를 8월 20일까지 진행한다. 노스페이스는 2018 평창동계올림픽대회조직위 및 대한체육회의 공식 파트너(Tier 1)이다.

모바일로 노스페이스 홈페이지(m.thenorthfacekorea.co.kr)에 접속해 이벤트 페이지에 팀코리아 응원 메시지를 남긴 후, 자신의 SNS 채널에 공유하면 된다. 참가자 중 매일 당첨자를 선정해 팀코리아 로고가 새겨진 반팔 폴로티셔츠(8월 4일까지)나 팀코리아가 메달을 목에 거는 영광의 순간에 착용할 시상용 단복(8월 5일∼20일)을 증정할 예정이다.

이벤트 종료 후 베스트 응원 메시지를 남긴 10명을 선발해 노스페이스 써머세트(쿨 기어·워터슈즈)를 추가로 제공한다. 가장 많은 응원글을 받은 종목의 팀코리아 선수들에게는 노스페이스 워킹화를 증정할 예정이다.

한편 노스페이스는 KT의 근거리무선통신(NFC) 기술이 적용된 팀코리아 공식 단복을 통해 국민의 응원 메시지를 전달할 예정이다. 노스페이스와 KT는 음악을 들으면서 운동을 하면 운동 효율이 증가한다는 점에 착안해 스마트폰을 NFC 태그가 부착된 팀코리아 공식 단복에 대면 음원 서비스가 작동되어 선수들이 원하는 음악을 들을 수 있도록 했다. 이를 통해 선수들은 스마트폰을 통해 국민의 응원 메시지를 보고 음악도 들을 수 있다. 양형모 기자

기아차는 12일 K5 플러그인 하이브리드를 출시했다. 2016 워즈오토 세계 10대 엔진에 선정된 독자 개발 시스템을 적용해 배터리 1회 충전시 전기만으로 약 44km를 주행할 수 있다. 사진제공 | 기아자동차

K5 PHEV, 전기로만 출퇴근 OK

〈Plug-in Hybrid Electric Vehicle〉

기아차 'K5' 스페셜트림 2종·플러그인 하이브리드 모델 출시

전기로만 '최대 44km' 주행 가능
정부, 구매 보조금 500만원 지원
스페셜트림 2종 럭셔리 감성 UP

기아차가 고급스러움과 스포티함을 강화한 2017년형 K5 스페셜트림 'Signature', 'GT-Line'과 뛰어난 경제성을 지닌 'K5 플러그인 하이브리드'를 동시에 출시하며 국산 중형차 시장 방어에 나섰다.

●스페셜트림 'Signature' 'GT-Line'

'Signature' 트림은 세련된 디자인의 LED헤드램프, 알루미늄 소재 기어노브 주변부의 콘솔 어퍼 커버, 실내공간 상단에 기존 준대형 차급에서 볼 수 있던 블랙 스웨이드를 적용해 고급스러움을 더했다. 차량 후면과 스티어링 휠에는 'Signature' 전용 엠블럼을 부착하고, 가죽시트 앞좌석에도 로고를 넣었다.

'GT-Line' 트림은 전용 엠블럼, LED헤드램프, 듀얼머플러와 전륜 레드 캘리퍼, 18인치 신규 알로이휠을 통해 스포티함을 강조했다. 운전 자세를 안정적으로 잡아주는 스포츠 튜블러 가죽시트를 적용했다.

●신규 변속기·미러링크 등 첨단 신사양

2017 K5의 가장 큰 변화는 변속기의 구동 효율을 개선하고 직결성을 높인 신규 6단 자동변속기 'K-Advanced Shift'의 적용이다. 2.0 가솔린, 2.0 LPI 모델에 탑재했다.

'K-Advanced Shift'는 상시 직결제어를 통해 기존 변속기 대비 부드러운 가속성능을 구현했고, 정밀 제어를 통해 차량 진동과 소음도 줄였다. 변속기의 변화를 통해 연비도 소폭 향상됐다. 또한 '기아 T맵 & 미러링크'를 기아차 최초로 적용했다. 별도의 이용료없이 T맵을 차량 내비게이션 화면에서 이용할 수 있는 기술이다.

●첫 플러그인 하이브리드 'K5 PHEV'

높은 경제성의 'K5 플러그인 하이브리드'도 선보였다. 9.8kWh 대용량 배터리와 50kW 모터를 적용해 전기와 하이브리드 두 가지 모드로 주행이 가능하다.

전기 주행 모드를 통해 배터리 완전충전시 최대 44km를 전기모터로만 주행할 수 있다. 도시 생활자의 평균 출퇴근 거리가 왕복 30∼40km 내외인 점을 고려하면 평일에는 전기만으로 주행이 가능하다. 만약 평일 40km의 거리를 전기 주행모드로 출퇴근하고 주말에는 100km를 전기차와 하이브리드 모드를 병행해 사용하는 사람이 있다고 가정해보자. 연간 1만5600km의 거리를 플러그인 하이브리드는 60만원 정도의 비용으로 이용할 수 있다. 동일 거리를 동급 가솔린 엔진(연비 12km/l 기준)으로 주행할 경우에는 180만원 정도 비용이 들기 때문에 최대 120만원 상당의 연료비를 절감할 수 있게 된다(하루 1회 충전의 보수적 조건).

배터리를 모두 사용해도 가솔린을 사용해 하이브리드 모드(16.4km/l)만으로 최대 902km까지 주행가능하기 때문에 전기차와 달리 방전의 걱정없이 사용자의 주행 상황에 따라 경제성을 극대화할 수 있다.

플러그인 하이브리드는 자동차 구매보조금 500만원을 정부로부터 지원받을 수 있다. 차량 등록시 취득세를 최대 140만원 감면 받고 채권 및 공채 또한 최대 200만원(서울 기준)까지 매입 면제받을 수 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com

SK이노베이션 '혁신의 큰 그림' 눈에 띄네

새 광고…김정기 작가와 협업
성장 비전을 드로잉으로 표현

가로 5m 세로 2m의 대형 캔버스에 SK이노베이션의 사업영역과 수출성과 등을 표현한 그림을 그리고 있는 김정기 작가. 사진제공 | SK이노베이션

SK이노베이션이 글로벌 에너지·화학회사로서의 위상과 비전을 역동적인 드로잉 쇼로 풀어낸 새 광고 캠페인이 눈길을 끈다.

이 광고는 최근 SK이노베이션 공식 블로그와 페이스북을 통해 첫 선을 보였다. '이노베이션의 큰 그림(Big Picture of Innovation)'을 주제로 한 이번 광고는 세계적인 드로잉 아티스트 김정기 작가와의 협업을 통해 만들어졌다.

김정기 작가는 밑그림이나 참고자료 없이 즉석에서 붓펜과 상상력만으로 드넓은 캔버스를 채워나가는 라이브 드로잉 쇼의 대가이다. 이번 광고 촬영에서는 가로 5m, 세로 2m의 캔버스가 사용됐다. 김 작가는 2박3일 동안 SK이노베이션이 전 세계를 무대로 펼치는 다양한 사업영역과 수출성과 등을 표현한 그림을 캔버스에 빼곡히 채웠다. 일필휘지로 휘저은 그의 그림이 6개 대륙의 세계지도 형태로 수렴되는 과정은 이번 광고의 백미로 꼽힌다.

SK이노베이션 관계자는 "대한민국을 넘어 글로벌 에너지·화학 기업으로 확고히 자리매김하겠다는 회사의 '큰 그림', 즉 성장 비전과 의지를 드로잉을 활용해 직관적으로 표현하고자 했다"고 설명했다.

SNS와 영화관, 포털을 통해 공개된 이 광고는 10일 만에 페이스북과 유튜브 등 온라인에서 조회수 80만회를 기록하는 등 큰 반향을 일으키고 있다.

김정기 작가는 전시회, 국제 만화제, 드로잉 쇼 등의 활동을 통해 국내보다 해외에서 더욱 잘 알려진 작가이다. 프랑스의 유명 소설가 베르나르 베르베르의 의뢰로 그의 소설 '파라다이스', '제3인류'의 삽화를 그리기도 했다.

양형모 기자 ranbi@donga.com

장수 브랜드의 변신 '춤추는 매출'

피크닉·고래밥·투게더에 최신 트렌드 접목…판매 불티

최근 식·음료업계가 30년 이상 사랑 받아온 장수 브랜드에 최신 트렌드를 접목해 인기를 얻고 있다. 소비자에게 친근함과 동시에 새로움을 주며 매출 상승으로 연결되는 효과를 누리고 있는 것이다. 대표적인 제품을 살펴봤다.

●매일유업 '피크닉 청포도'

1983년 출시 이후 올해 33주년을 맞은 매일유업 '피크닉'은 1월, 청포도 맛을 선보였다. 오래되고 누구에게나 익숙했던 '피크닉'에 과일주스 전문점 및 카페에서 인기를 끌고 있는 최신 트렌드인 청포도 맛을 출시해 소비자에게 새로움과 재미를 느끼게 한 것. '피크닉 청포도'는 출시 계획보다 3∼4배 더 판매되었을 뿐만 아니라 피크닉 전체 매출이 전년대비 25% 이상 성장하는 성과를 거두고 있다. 더불어 10∼20대 소비자들의 SNS 입소문을 통해 온·오프라인 매출이 지속적으로 상승하고 있다.

●오리온 '젤리밥'

오리온의 '젤리밥'은 '맛으로 먹고 재미로 먹는 과자'로 30년 이상 사랑 받아온 국민과자 '고래밥'의 콘셉트를 그대로 이어가는 젤리 제품이다. 최근 출시 1년 만에 누적 판매량 1000만개를 돌파하며 인기를 증명하고 있다. '젤리밥'은 최근 5년간 젤리시장이 40% 이상 성장하며 잠재력이 큰 시장으로 주목 받자 오리온이 소비자에게 익숙한 고래밥의 바다동물 캐릭터를 젤리로 만든 제품이다.

●빙그레 '투게더 시그니처 싱글컵'

빙그레 투게더도 지난 6월, 출시 42년 만에 첫 소용량 제품인 '투게더 시그니처 싱글컵'을 선보이며 장수 브랜드에 변화를 더했다. '온 가족이 함께 즐기는 아이스크림'이라는 콘셉트로 출시했던 빙그레 투게더를 1인 가구가 급속하게 증가하는 것에 주목해 용량과 디자인을 과감하게 바꿨다. 100% 국내산 3배 농축 우유를 사용해 더욱 진하고 풍부한 맛을 구현했으며 디저트 타입에 맞게 쉽게 녹지 않는 것이 특징이다. 용량은 110ml로 오리지널의 8분의 1 수준이어서 혼자 먹기에 부담이 없다. 원성열 기자

하이트진로 '망고링고' 홍콩 입맛 잡았네

1만224상자 수출…칵테일주 인기

하이트진로가 지난 6월에 출시한 '망고링고(사진)'를 홍콩에 수출한다. 수출 물량은 1만224상자(상자당 10L)다. 앞서 5월에는 '이슬톡톡' 9072상자를 수출했다.

하이트진로는 올해 출시한 신제품들이 한국 주류에 대한 선호도가 높고 가볍게 칵테일을 즐기는 주류 문화를 지닌 홍콩 소비자들에게 적합한 제품으로 판단해 홍콩에 첫 수출을 진행하게 됐다. 이슬톡톡과 망고링고는 홍콩의 대형마트를 비롯한 가정용 시장을 중심으로 판매될 예정이다. 지난 3월 출시된 복숭아맛의 탄산주 이슬톡톡은 출시 두 달 만에 1000만병이 판매됐다. 망고링고 역시 망고의 달콤상큼한 맛과 청량감의 조화로 국내 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

한편 홍콩 소비자들의 한국 술에 대한 관심이 증가하면서 하이트진로의 2015년 홍콩 수출실적은 전년대비 약 300% 성장한 331만 달러를 기록했다. 올해 상반기에도 전년대비 145% 성장하며 초고속 성장세를 이어가고 있다. 하이트진로는 홍콩을 시작으로 이슬톡톡, 망고링고의 수출을 중국, 동남아권으로 점차 확대해나갈 계획이다. 원성열 기자

11일 서울 서초구 양재동 AT센터에서 열린 보건복지부 '인구의 날' 기념식에서 수상자들이 기념촬영을 하고 있다. 사진제공 | 롯데리아

롯데리아 '인구의 날' 대통령 표창

롯데리아가 11일 서울시 양재동 AT센터에서 열린 '2016년 제5회 인구의 날 기념식'에서 대통령 표창을 수상했다. '인구의 날 유공자 포장'은 보건복지부가 출산-고령사회 친화 사회 분위기 확산에 기여한 개인 및 단체를 발굴해 공로를 인정하고 활동을 장려하기 위해 마련한 상이다. 롯데리아는 일-가정 양립 환경 조성 분야 공로로 수상하게 됐다.

롯데리아는 출산 장려를 위해 2004년부터 월 1일 청원유급휴가를 지원하는 '모성보호휴가(유급) 제도' 및 '육아휴직제도', 초기 임산부 보호를 위한 '산전무급휴직제도' 등을 운영하고 있다. 또한 전사 직원의 일-가정 양립 문화 확산을 위해 개인 휴가 사용을 권장하는 '리프레쉬데이' 제도와 탄력적 근무 시간으로 여가 시간 활용 및 부담 감소를 위한 '유연근무제도', 정시 퇴근 캠페인 일환의 '가족 사랑의 날' 지정 등 다양한 휴가 제도를 운영 중이다. 원성열 기자

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com