가을 패션계, 아트와 만나다

무용·사진 등 다양한 아티스트와 협업
콜한-뉴욕시립발레단, 쿠론-헨릭과 맞손
브랜드 정체성 고급화, 희소가치 상승 효과

뉴욕시립발레단 예술가들과 협업한 LF 콜한의 2017 가을·겨울 시즌 광고 캠페인 이미지(왼쪽), 코오롱FnC 쿠론의 헨릭 빕스코브 협업 에디션. 사진제공 | LF·코오롱FnC

패션

'그들과 손잡아야 우리 가치가 오른다.'

가을 맞은 패션업계가 '아트'와 만났다. 무용, 사진, 시각디자인, 멀티 크리에이터 등 다양한 영역의 아티스트들과 협업하는 움직임이 활발하다.

LF의 신발 브랜드 콜한은 최근 뉴욕시립발레단 무용수들과 협업한 2017 가을·겨울 시즌 광고 캠페인을 공개했다. 콜한을 신은 뉴욕시립발레단 무용수들의 아름답고 자유로운 움직임을 통해 '특별함이 일상으로 다가오다'라는 캠페인 주제를 전달했다. 운동성과 예술성의 결합물인 발레를 콜한으로 완성한다는 메시지를 담아 우아하면서도 혁신적인 신발을 만드는 브랜드 정체성을 상징적으로 강조했다는게 LF의 설명이다.

뉴욕시립발레단 무용가이자 세계적인 발레 안무가인 저스틴 펙이 콜한의 새로운 컬렉션의 위한 안무를 마련했고, 발레단 수석무용수인 아마르 람사르를 비롯해 사라 미언즈, 메건 페어차일드 등이 참여했다.

코오롱FnC는 덴마크 출신 패션 디자이너이자 멀티 크리에이터인 헨릭 빕스코브와 손잡고 잡화 브랜드 쿠론을 통해 협업 에디션을 출시했다. 다양한 문자를 기하학적인 모양으로 패턴화한 헨릭만의 그래픽적 요소에 쿠론의 가죽 소재, 정교한 제작 방식 등을 접목했다. 14일까지 신세계백화점 강남점 2층에서 헨릭 빕스코브 에디션의 팝업스토어를 운영한다.

그런가 하면 세정과미래의 크리스 크리스티는 포토그래퍼 홍장현과 손을 잡았다. 홍장현은 브랜드 론칭 시점부터 광고 캠페인과 이미지 작업을 함께 해 온 아티스트로 브랜드의 오리지널리티와 정체성을 명확히 인지하고 있다는 게 회사 측 소개다. 이번 협업은 셔츠 2종과 티셔츠 5종 및 리바이벌 버전 코트로 구성됐다.

이밖에 신세계인터내셔날 마르니는 호주 시각예술가 샐리 스마트와 손잡고 역동적으로 움직이는 인간을 형상화한 샐리 스마트의 삽화를 마르니 티셔츠 및 드레스에 적용했다.

패션업계의 이런 '아트 마케팅' 붐은 브랜드에 끊임없이 고급스러운 정체성과 희소가치를 불어넣어야 롱런할 수 있다는 시장 분석에서 출발했다. 아티스트 입장에서도 부족한 대중적인 인지도를 브랜드와의 협업을 통해 높일 수 있어 양측이 '윈-윈'인 작업이다.

업계 관계자는 "아티스트와의 협업은 패션 브랜드를 통해 예술을 느끼고 감상하는 문화적 트렌드의 발전에서 비롯됐다"며 "디자이너의 예술적 디자인을 통해 소비자의 미적 욕구를 충족시켜 주는 효과와 더불어 제품 차별화의 의도도 있다"고 설명했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

'빚 권하는 사회' 안돼…대부업 TV광고 더 옥죈다

'누구나 쉽게 대출' 등 유도 문구 금지
금융위, 정기국회서 방송 금지도 검토

앞으로 TV에서 '누구나 대출 가능'과 같은 대부업 광고를 볼 수 없게 됐다.

금융위원회는 10일 대부업체별 TV광고 송출횟수와 광고비 총량을 정해 제한하는 '광고 총량 관리제'를 도입한다고 밝혔다. 현재 대부업 TV광고는 방영 시간대를 규제하는 데 초점이 맞춰 있다. 2007년부터 지상파에서는 방송할 수 없고 종합편성채널과 케이블·위성 채널에서만 가능한데, 2015년 생긴 규제에 따라 평일 오전 7~9시, 오후 1~10시, 토요일·공휴일 오전 7시~오후 10시엔 광고할 수 없다.

금융당국은 대부업 대출 상품이 방송 광고로 과도하게 노출돼 고금리대출에 대한 경각심이 약해진다고 보고 이를 근절하기 위한 방안을 마련했다. 우선 대부업체에 광고횟수를 30% 가량 자율감축하도록 행정지도하고 금융감독원을 통해 이행 현황을 모니터링하고 있다.

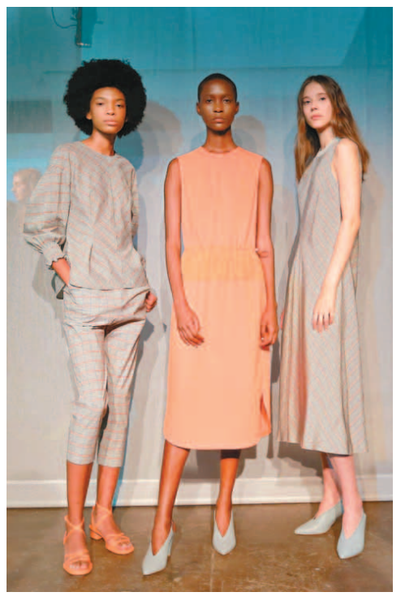
특히 시청자를 현혹할 수 있는 문구나 정보를 광고에 담을 수 없도록 금지했다. "누구나 대출을 받을 수 있다"는 식의 손쉬운 대출을 강조하는 문구를 담을 수 없고, 빚을 제때 갚지 못하면 불이익을 당할 수 있다는 문구도 반드시 명시하도록 하는 방안도 추진한다.

금융위원회가 대부업 광고를 규제할 것이라는 전망은 이미 최종구 금융위원장이 부임 이후부터 어느 정도 예견되었다. 최종구 위원장은 취임 직후 '빚 권하는 사회'를 탈피해야 한다고 천명했고, 8월 기자간담회에서는 "대부업 광고가 TV에 많이 나오는데 저렇게 해도 되나하는 생각을 한다"고 견해를 밝히기도 했다. 특히 금융위는 이번 광고 총량제를 넘어 아예 대부업의 방송광고 자체를 전면 금지하는 방안도 검토해 가을 정기국회에서 적극적으로 논의하겠다는 입장을 보여 향후 행보가 주목되고 있다.

한편 이번에 대출상품 판매 경쟁을 부추기는 금융회사 대출모집인 관련 규제를 강화한다. 대출모집인의 '고금리 대출 갈아타기 권유'를 불건전영업행위로 규정해 금지하고 대출모집인 교육이수 시간도 현행 12시간에서 24시간으로 2배 늘린다. 금융회사는 앞으로 대출모집인의 이름, 소속, 모집경로, 고금리대출 권유 여부 등을 점검해야 하고 소비자에 대한 계약 조건도 의무적으로 확인해야 한다.

대출모집인이 받는 모집수수료를 금융회사가 홈페이지 등을 통해 공개하고 대출모집인이 소비자에게 모집수수료율을 직접 설명하는 방안도 추진하고, 대출모집법인 1사 전속 의무도 강화한다.

김재범 기자 oldfield@donga.com



구호, 글로벌 브랜드로 도약 중
삼성물산 패션부문의 여성복 브랜드 구호가 최근 뉴욕 맨하탄 워싱턴 스트리트 소재 인더스트리아에서 '2018년 봄·여름 시즌 프리젠테이션'을 열었다. 주요 아이템은 울 스트레치 아우터, 스트레이트 팬츠, 모래시계 실루엣 코트와 원피스다. 봄의 산책길에서 바람에 흔들리는 꽃을 봄 느낌의 에너제틱한 색상을 포인트로 재해석했다는 게 회사 측 소개다.
정정욱 기자·사진제공 | 삼성물산 패션부문

SK이노베이션 사이매틱스 아트로 '혁신' 알린다

'이노베이션의 큰 그림' 3탄 기업PR 론칭

SK이노베이션은 사이매틱스 아트 기법을 접목한 '이노베이션(혁신)의 큰 그림' 3탄 기업PR 캠페인(사진)을 8일 론칭했다. 사이매틱스 아트는 소리나 주파수가 공기, 물, 모래 등을 통과하면서 일으킨 파동을 시각적으로 표현하는 예술 기법이다. 이전 기업PR 캠페인이 국내외 유명 작가들과의 콜라보레이션을 통해 화제성을 높였다면, 이번에는 새로운 영역에서 활동 범위를 넓혀가고 있는 신진 작가와 호흡하면서 함께 성장하겠다는 뜻을 담았다. 국내 소비자를 대상으로 사이매틱스 아트를 활용한 기업PR 캠페인을 선보이는 것은 처음이다.

특히 화려한 일렉트로닉 댄스 뮤직(EDM)을 입혀 청각을 사로잡는 동시에, 이를 물의 진동과 모래 입자와 플라즈마의 움직임으로 형상화한 캠페인 기법은 SK이노베이션의 혁신과 맞닿아 있다는 것이 회사 측 설명이다. 화면을 통해 전달되는 SK이노베이션의 에너지·화학, 그리고 전기차 배터리의 미래지향적 이야기는 혁신적인 기법과 어울려 그 의미를 오롯이 전달한다는 얘기다. 또한 각 사업이 딥체인지 2.0을 통해 도달하고자 하는 미래 전략 방향도 녹여냈다.

임수길 SK이노베이션 홍보실장은 "SK이노베이션의 기업PR 캠페인은 영상이나 메시지 측면에서 새로운 영역을 개척하는 등 그 자체로서 지속적으로 혁신하고 있다"며 "회사가 미래를 향해 도전하는 딥 체인지 2.0을 통해 기업가치 30조 그 이상을 넘어서는 SK이노베이션을 보여줄 것이다"고 말했다.

새 기업PR 캠페인은 SK이노베이션 공식 블로그(skinnovation-if.com)와 페이스북(www.facebook.com/IF.SKinnovation), 유튜브 등에서 확인할 수 있다. 김명근 기자

이통사들, 'MWC 아메리카'에 일제히 참여

박정호 SKT 사장, 주요 기업 기술협력 모색

이동통신기업들이 미국서 한국의 정보통신기술(ICT) 알리기에 나선다.

SK텔레콤과 KT는 12일(이하 현지시간)부터 14일까지 미국 샌프란시스코에서 열리는 이동통신박람회 'MWC 아메리카 2017'에 참여한다.

박정호 SK텔레콤 사장은 개막 전인 11일 세계이동통신사업자연합회(GSMA) 이사회에 참석한다. 해외 디지털 지도 서비스 회사와 이동통신사 등 주요 ICT 기업의 최고 경영진과 만나 자율주행과 인공지능(AI), 차세대 네트워크 등 4차 산업혁명 핵심 기술 협력 방안을 모색한다. 박람회 현장을 방문해 국내외 기업의 첨단 기술도 둘러볼 계획이다. 박 사장은 "우리가 가진 기술력을 기반으로 상호 개방과 협력을 통해 뉴 ICT 생태계 구축에 나설 것이다"고 말했다.

KT의 경우 MWC 아메리카 2017 테마관 전시에 직접 참여한다. AT&T와 델, 마스터카드 등 글로벌 기업들과 함께 공식 테마관 '이노베이션 시티'에 '기가 와이어'와 'KT-MEG', '감염병 확산방지 프로젝트' 등 기술과 '스키점프 VR', '루지 VR' 등 5G 서비스를 전시한다.

MWC 아메리카 2017은 GSMA 주관 행사다. 세계 규모인 MWC, 아시아 규모인 MWC 상하이에 이은 박람회로 미국에서는 처음 열린다. 올해는 샌프란시스코 모스콘 센터에서 '더 테크 엘리먼트'를 주제로 진행된다. 김명근 기자

모델들이 'MWC 아메리카 2017'이 열리는 미국 샌프란시스코 모스콘 센터에서 KT 전시 참가를 홍보하고 있다. 사진제공 | KT

편집 | 신하늬 기자

한 눈으로 보는 주간경제 9월 4~8일

코스피지수	2343.72	↓	-14.07
코스닥지수	654.29	↑	+3.4
日 닛케이 지수	1만9274.82	↓	-233.43
中 상하이 종합	3365.24	↓	-14.43
국고채 금리 (3년물, 연%)	1.76	↑	+0.01
환율 (원 · 달러)	1131.00	↓	-1.5
국내금값 (원/그램 g)	4만9098.84	↑	+472.76

지수는 8일 종가, 등락은 주간 집계.

오늘의 얼굴

김지완 BNK 차기 회장, 낙하산 논란

부산·경남은행의 지주사인 BNK금융지주 차기 회장으로 내정된 김지완(사진) 전 하나금융지주 부회장이 낙하산 인사설로 진통을 겪고 있다.

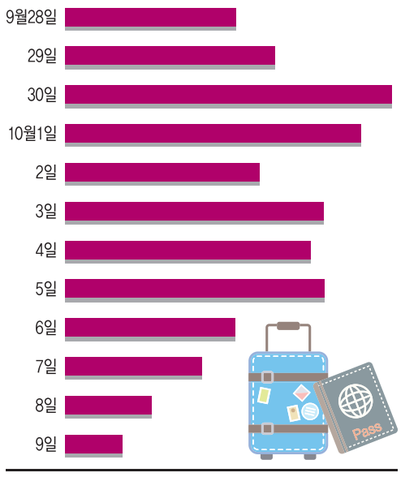
김지완 내정자는 8일 오후 3시 부산 롯데호텔에서 열린 BNK금융 임원추천위원회에서 회장 후보로 확정됐다. 김 내정자는 고 노무현 대통령의 부산상고 동문으로 현대증권 사장, 하나대투증권 사장, 하나금융지주 부회장 등을 역임했다. 2012년 대선에서는 문재인 후보의 경제정책 자문단에 참여했다. 그의 내정을 두고 금융권에서는 지방은행 특유의 순혈주의를 깬 인사라는 시각과 문 대통령과의 인연이 내정에 영향을 미친 것이 아니냐는 비판이 엇갈리고 있다. 실제로 BNK금융 노조는 김지완 내정자에 대해 민간기업의 자율경영을 침해하는 낙하산 인사, 외부인사 영입이라며 반대 운동에 나섰다.

비즈 TALK TALK

▲ "11번가 매각 안해. 더 키운다."(박정호 SK텔레콤 사장, 최근 임원회의에서 "11번가는 미래의 커머스 플랫폼으로 진화 발전시켜야 하는 중요한 성장동력으로, 매각은 전혀 고려하고 있지 않다"며 "11번가가 중심이 되고 주도권을 갖는 성장 전략만을 검토하고 있다"고 시중의 매각설을 일축)

▲ "치킨값 내린 것, 부동산 정책, 최저임금 인상분 정부 지원이 가장 인상적"(장하성 청와대 정책실장, 8일 청와대 공식 페이스북의 '국민을 대신해 묻고 답하다' 영상서 취임 이후 가장 기억에 남았던 정책을 묻는 질문에 답하며)

데이터 경제

추석연휴 일자별 여행판매

최고 10일까지 누릴 수 있는 10월 황금연휴에 가장 많은 해외여행객이 몰리는 때는 9월30일과 10월1일, 그리고 10월3일부터 5일까지로 나타났다. 모두투어(사장 한옥민)가 조사한 이번 연휴 여행상품 예약상황을 보면 지역별로 유럽, 미주 등은 연휴 초반에, 동남아, 일본, 중국 등의 단거리 지역은 10월5일을 전후해서 가장 많은 여행객이 출국하는 것으로 나타났다. 또한 여행지로는 동남아(37.8%)가 가장 많았고 이어 일본(19.4%), 중국(18.8%), 유럽(10.0%), 남태평양(7.3%), 미주(6.7%) 순이었다.