

한달 총사용시간 257억분 ‘유튜브 전성시대’

〈국내 안드로이드폰 사용자 2월 이용시간〉

카카오톡·네이버·페이스북 제치고 1위 “포털에서 하던 정보검색도 유튜브에서” 1020세대 동영상 소비 트렌드 영향 커



IT

“대세는 유튜브.” 모바일에서 유튜브의 영향력이 빠르게 커지고 있다. 스마트폰 애플리케이션(이하 앱) 분석 업체 와이즈앱이 지난 2년 동안 한국인이 가장 많이 사용하는 앱 4개의 총사용시간 추이를 분석한 결과 최근 유튜브가 1위에 올랐다. 지난 2016년 3월달 월 총사용시간이

79억분에 불과했던 유튜브는 지난 2월 257억분을 기록하며 왕좌를 차지했다. 2년 만에 월사용시간이 3배 이상 증가했다. 2016년 3월 각각 189억분, 109억분을 기록했던 카카오톡과 네이버의 올해 2월 총사용시간은 179억분, 126억분으로 큰 변화가 없었다. 페이스북도 2016년 3월 49억분에서 올해 2월 42억분으로 소폭 감소한 것으로 나타났다. 이번 조사는 국내 만10세 이상 안드로이드폰 사용자를 표본조사해 통계 추정한 결과다.

이처럼 유튜브의 영향력이 확대된 이유는 10대와 20대 젊은 세대들이 스마트폰을 통해 주로 동영상을 소비하고 있는 트렌드 때

문으로 분석된다. 이와 관련해 인터넷 업계 한 관계자는 “요즘 젊은 세대, 특히 10대는 유튜브를 가장 많이 본다”면서 “그냥 동영상을 즐기는 수준이 아니라 포털에서 하던 정보검색을 유튜브에서 하고 있다고 보면 된다”고 말했다. 실제로 와이즈앱이 지난해 11월 안드로이드폰 이용자를 대상으로 연령대별 앱 사용현황을 조사한 결과 10대와 20대에선 유튜브를 가장 많이 이용한 것으로 나타났다. 특히 10대는 압도적이었다. 10대의 유튜브 사용시간은 카카오톡과 네이버, 페이스북 등 2~6위 앱 전체 사용시간보다도 많았다. 30대와 40대는 유튜브와 카카오톡, 네이버를 비슷하게 사용하고 있는 것

으로 나타났다.

향후 주요 소비층으로 떠오를 일명 ‘동영상 세대’로 불리는 10대 포함해 젊은 세대들이 유튜브를 많이 이용하면서 국내 인터넷 기업들도 동영상 콘텐츠 서비스 강화에 공을 들이고 있다. 하지만 쉽게 바꾸기 힘든 검색과 콘텐츠 소비습관 탓에 고민이 많다. 네이버의 한성숙 대표는 최근 가진 기자간담회에서 이와 관련 “10대 친구들은 검색 자체를 유튜브로 한다. 걱정도 많고 위기라고 본다”며 “동영상 에디터의 편의성을 높이고 올해 안에 사용자 제작 콘텐츠(UGC) 플랫폼도 내놓을 것이다”고 말했다.

김영근 기자 dionys@donga.com

“올림픽 현장서 스키를”…평창 장기체류형 상품 개발

구미주 스키 팬 대상 상품…7월 출시 예정

성공리에 끝난 평창동계올림픽의 열기를 방한 관광산업으로 이어가려는 움직임이 활발하다. 한국관광공사와 강원도는 동계올림픽 개최 지역의 스키 리조트를 활용한 장기체류형 여행 상품 개발에 들어갔다.

호주, 영국 등 구미주 스키 팬을 대상으로 동계올림픽 실상종목이 열린 평창과 정선의 스키 리조트에서 최대 10일간 머무르면서 한국 여행과 겨울철 동계 레저스포츠를 함께 즐기는 것

을 테마로 했다.

가칭 ‘평창 Big3+’로 명명한 이 기획상품에는 평창 지역의 휘닉스평창, 용평리조트, 알펜시아 3개 리조트와 정선 하이원 등 4개 리조트가 참여했다. 상품 이용객들은 이들 리조트들의 숙박시설과 총 73개 스키 슬로프를 자유롭게 이용할 수 있다.

한국관광공사와 강원도는 4개 리조트와 협의체를 구성하고 리조트 간 셔틀버스 운영, 슬로프 통합 패스발급, 윈스톱 예약창구 마련 등을 협의 중이다. 또한 해외상품과 축진을 위해

영국, 뉴질랜드 등 해외 스키전문 여행사 관계자들의 현장답사투어(뽀투어)를 4일부터 일주일간 강원지역 일대에서 진행하고 있다.

한국관광공사는 구미주 지역 해외지사 및 5월 호주에서 열리는 ‘스노우 트래블 엑스포’(Snow Travel Expo) 등 해외 주요 스키박람회에서 상품 홍보와 관광객 유치에 나선다. ‘평창 Big3+’는 5월까지 상품 및 브랜드 개발 등을 거쳐 7월 정식상품으로 출시될 예정이며 18/19 동계시즌부터 운영할 예정이다.

김재필 기자 oldfield@donga.com

하이트진로, 마산 맥주공장서 ‘참이슬’ 만든다

지역 여론 수렴해 효율화 선택

하이트진로는 7일, 공장효율화를 위해 지난해 9월부터 추진해 온 맥주공장 매각을 중단하고 마산공장(사진)에 맥주 설비 외에 소주 생산 설비를 구축하기로 했다고 밝혔다.

하이트진로는 강원, 전주, 마산 등에서 가동하고 있는 세 개 맥주공장 중 한 곳을 올 상반기까지 매각을 추진하기로 공시한 바 있다. 하이트진로가 매각 대신 맥주라인을 줄이고 소주라인을 확대하는 공장 효율화를 택한 이유는 마산 공장이 지역 대표기업으로 남길 원



하는 지역여론 때문이다. 소주라인으로 대체되는 기존 맥주 생산설비는 전주공장으로 이

전한다. 마산공장 소주설비 추가는 공장효율화와 함께 최근 소주 수요가 증가하는 영남지역 시장 변화에 능동적으로 대처한다는 이점도 있다.

하이트진로의 소주공장은 현재 경기도 이천, 충청북도 청주, 전라북도 익산 등 세 곳에 있다. 마산공장에서도 소주를 생산하게 되면 참이슬 판매량이 증가하고 있는 부산, 대구, 경상남북도 지역에 참이슬을 더욱 원활하게 공급할 수 있게 된다.

하이트진로 관계자는 “마산공장에서 참이슬까지 생산하게 됨으로써 시장변화에 효율적으로 대응할 수 있게 됐다”면서 “앞으로도 지역사회와의 상생과 고용안정 강화를 위해 노력할 것”이라고 말했다.

원성원 기자 sereno@donga.com



“오피스룩의 화사한 변신”

배우 박민영이 모델로 활약 중인 인디에프 여성복 브랜드 골빼니아 봄 시즌 화보를 통해 로맨틱 스프링룩을 선보였다. 화보에서 박민영은 블랙 우스와 검정 치마에 오렌지 레드 색상의 트렌치 코트를 매치해 산뜻한 색상이 돋보이는 오피스룩을 완성했다.

정영호 기자, 사진제공 | 인디에프

한 눈으로 보는 경제

7일

코스피지수	2401.82	↓	-9.59
코스닥지수	841.03	↓	-18.18
日 닛케이 지수	2만1252.72	↓	-165.04
中 상하이 종합	3271.67	↓	-17.97
국고채 금리 (3년물, 연%)	2.30	↓	-0.01
환율 (원 · 달러)	1068.70	↓	-2.30
국내금값 (원/그램 g)	4만5851.32	↑	+26.29

오늘의 얼굴

백종원 ‘더본코리아’ 상장 추진



요리연구가 백종원(사진)이 운영하는 외식업체 더본코리아가 증시 상장을 추진한다.

내년 상반기 상장을 목표로 기업공개(IPO) 주관사에 NH투자증권을 선정하고 계약 절차를 밟고 있다. 더본코리아는 한신포자·새마을식당·빽다방·홍콩반점 등 국내외 21개 브랜드를 운영하고 있는 외식업체다. 매출액도 2013년 775억원 수준에서 2016년에 1749억원으로 늘었다. 최대주주는 백종원 대표로 76.69%의 지분을 보유하고 있다. 더본코리아 측은 상장 계획에 대해 “아직 확정된 것은 없다”면서 조심스러운 입장을 보이고 있다.

비즈 TALK TALK

●“반도체, 자동차 부품 등까지 미국의 무역 규제가 확대되면 손실규모가 5년간 최대 13조 원에 이를 수 있다.” (최남석 전부대 무역학과 교수, 7일 전국경제연합회 산하 한국경제연구원 이 주최한 ‘대미통상전략 긴급점검 세미나’에서)

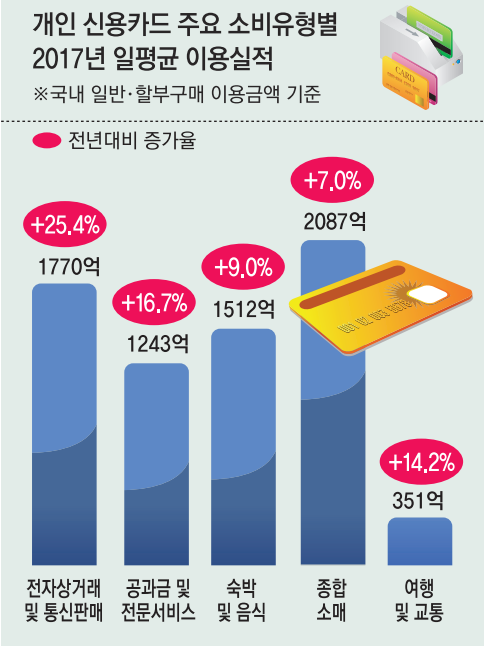
●“남북정상회담에서 개성공단 재개를 비롯한 남북경제협사업도 의제로 다뤄지길 기대한다.” (개성공단기업 비상대책위원회, 7일 제3차 남북정상회담 합의를 환영한다는 논평을 내며)

●“올해는 ‘사람중심 경제’의 본격 구현을 통해 국민 삶의 가시적인 변화를 창출해야 한다.” (김동원 경제부총리 겸 기획재정부 장관, 7일 관세공무원들에게 규제개혁을 통해 혁신성장의 선도가 되 달라고 주문하며)

데이터 경제

개인 신용카드 결제금액 일평균 1.3조

한국은행이 7일 발표한 ‘2017년 지급결제동향’에 따르면 지난해 2017년 중 지급카드 이용실적(총 814조원)은 일평균 22조원으로 전년 대비 5.9% 증가했으나 증가세는 전년(11.8% 증가)에 비해 둔화된 것으로 나타났다. 개인의 신용카드 이용실적은 일평균 1.3조원이었다. 소비 유행별로 보면 온라인 쇼핑을 비롯한 전자상거래 및 통신판매, 편의점 등에서 높은 증가세를 보였다. 또한 해외여행수요가 증가하면서 항공사를 중심으로 여행 및 교통 소비도 확대됐다.



여자 컬링팀, LG전자 광고모델 됐다

청소기 ‘코드제로’ CF 이달 공개 4년간 훈련지원 등 공식 후원도

LG전자가 ‘2018 평창동계올림픽’에서 은메달을 획득한 여자 컬링팀(사진)을 공식 후원한다. 향후 4년 간 경북체육회 소속 여자 컬링팀이 안정적으로 훈련할 수 있도록 지원한다는 계획이다. 또 여자 컬링팀을 가전제품 광고모델로도 발탁했다. 이달 공개될 청소기 ‘LG 코드제로’의 광고모델로 기용할 예정이다. LG전자는 광고를 통해 무선청소기 ‘코드제로 A9’과

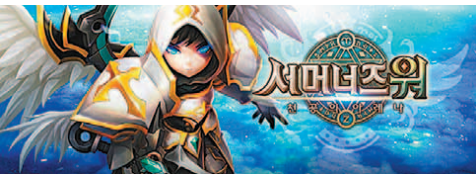
로봇청소기 ‘코드제로 R9’, 무선 진공청소기 ‘코드제로 T9’ 등을 소개할 계획이다.

한웅현 LG전자 브랜드커뮤니케이션팀담당 상무는 “최고 실력과 팀워크로 세계의 이목을 집중시키며 대한민국을 빛낸 여자 컬링팀과 함께 하게 돼 기쁘다”며 “이번 광고를 통해 LG 코드제로가 국가대표 무선청소기 브랜드로 자리매김하는 데 기여할 것으로 기대한다”고 말했다. ‘팀 김’이란 별칭으로도 유명한 여자 컬링팀은 지난달 평창동계올림픽에서 한국 컬링 사상 첫 올림픽 메달을 따냈다.

김영근 기자

편집 | 신하늬 기자

‘서머너즈 워’ 9000만 다운로드 돌파



컴투스의 글로벌 인기 모바일역할수행게임(RPG) ‘서머너즈 워: 천공의 아레나’(사진)가 전세계 누적 9000만 다운로드를 돌파했다. 지난 2014년 서비스를 시작한 서머너즈 워는 현재까지 71개국에서 게임 매출 1위를 달성한 장수 게임이다. 지속적으로 양질의 콘텐츠를 제공하고 안정적인 서비스를 제공한 것이 주요했다. ‘길드전’과 ‘이계의틈’, ‘월드아레나’ 등 단계적 대형 업데이트로 탄탄한 유저층을 확보했고, 최근에도 ‘길드점령전’과 신규 유저를 위한 가이드를 추가하며 다양한 즐길거리를 제공했다. 컴투스 관계자는 “과외 지적재산권(IP)으로 서머너즈 워가 꾸준히 자리할 수 있도록 전략적 업데이트, 전 세계적인 브랜드 구축 및 라이브 서비스 시스템을 더 강화해 나갈 것이다”고 말했다.

김영근 기자

현대약품, 소셜 스토리텔러 7기 모집

현대약품이 ‘소셜 스토리텔러’ 7기를 19일까지 모집한다. 대학생들에게 마케팅 실무 경험을 제공하는 사회공헌 프로그램이다. 12명을 선발해 마에로하이라, 헬씨올리고 프로바이오틱스, 루팅점안액, 버뮤라 플라스틱 등 현대약품 주

요 제품의 네이티브 애드 콘텐츠 기획, 제작 및 온라인 마케팅을 펼친다. 학생들의 역량강화를 위해 매달 개인 및 팀별 활동비를 지급하고, 총 3회에 걸쳐 전문가의 마케팅 특강도 진행한다. 29일부터 6월28일까지 약 3개월 간 활동하며, 심사를 거쳐 우수 활동자에게 상금 및 상장을 수여할 예정이다. 자세한 모집 요강 및 지원사항은 현대약품 홈페이지에서 확인할 수 있다.

명지병원, 유방암 환우회 ‘미술 전시회’ 열어



명지병원 유방암상선센터는 유방암 환우들이 암을 치료하면서 겪는 아픔과 외로움을 그림에 담은 전시회(사진)를 9일까지 진행한다. 명지병원 유방암 환우회 ‘명유회’가 주관하는 이번 전시회는 한국유방건강재단의 ‘2017 핑크리본 유쾌한 공모전’에 선정돼 사업비를 지원받아 기획됐다. ‘유방암’을 공통 주제로 한 환우들의 그림과 시화 등 25점을 명지병원 로비 회랑의 벽 앞에서 전시한다. 명유회 회원들이 만든 석고 방향제도 전시장에서 판매한다. 수익금은 명지병원 사랑나눔기금에 기부해 어려운 유방암 환우들의 치료비에 보탬 예정이다.

정용운 기자