



비즈 트렌드 | 코로나19 시대 집콕족을 위한 히트템



CJ올리브영에서 판매하는 바디스크럽 사용 모습. GS25에서 프리미엄 즉석 컵밥을 고르고 있는 고객, 전자랜드에서 판매하는 프리미엄 가전(왼쪽부터). 코로나19 사태가 낳은 집콕족의 히트템들이 주목 받고 있다. 사진제공 | CJ올리브영·GS25·전자랜드

바디스크럽·즉석컵밥·에어프라이어 '불티'

바디스크럽 전년비 매출 44%↑
프리미엄 즉석컵밥도 51% 늘어
전자레인지는 516% 증가 웃음뜯

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산이 낳은 '집콕족'(집에만 머물러 있는 사람을 뜻하는 신조어)이 여러 히트템을 양산하고 있다.

먼저 바디스크럽(각질 제거제)이 이례적인 인기를 끌고 있다. 바디스크럽은 미세한 알갱이가 함유된 크림으로 피부

에 가볍게 문질러 각질을 제거한다. 원래는 피부가 건조해져 각질이 생기기 쉬운 가을 환절기와 겨울철에 수요가 높은 제품인데, 올해는 이례적으로 초여름부터 불티나게 팔리고 있다. CJ올리브영의 1~17일 매출에 따르면 바디스크럽 매출이 전년 같은 기간 대비 44% 증가했다. 코로나19 여파로 사우나와 미용실 등 다중이용시설 사용이 제한되면서 집에서 스크럽을 이용해 세신을 하고 기분전환을 꾀하는 고객이 늘었다는 분석이다.

편의점에서는 비싼 프리미엄 즉석컵

밥이 주목받고 있다. GS25의 5월 1일~6월 10일 매출에 따르면 즉석컵밥 판매가 전년 대비 36.1% 증가했다. 특히 프리미엄 즉석컵밥 24종은 매출이 51.5% 늘었다. 집에서 간편하게 끼니를 해결할 수 있는 컵밥이 인기를 끌고 있는 가운데 한 끼라도 제대로 된 식사를 하려는 심리가 프리미엄 상품 소비에 영향을 미쳤다는 분석이다.

집콕 생활의 가사노동을 덜어주는 '편리미엄 가전'의 인기도 계속되고 있다. 편리미엄은 편리함과 프리미엄의 합성어다. 생활의 편리함을 돕는 상품이나

서비스를 선호하는 현상을 뜻한다. 전자랜드의 1~5월 매출에 따르면 전자레인지와 에어프라이어의 매출이 전년 동기 대비 각각 516%, 46% 늘었다. 집에 머무는 시간이 늘면서 가사노동에 도움을 주는 편리미엄 가전 구매가 늘어난 것으로 풀이된다.

장유진 전자랜드 상품기획자는 "코로나19로 인한 편리미엄 트렌드가 지속될 것으로 예상된다"며 "소비트렌드에 발맞춰 고객이 원하는 상품을 구비할 것"이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

'던파' 허민, 넥슨 신작게임 제작 총괄 넥슨-원더홀딩스, 게임제작사 합작법인 설립



넥슨의 핵심 캐시카우 '던전앤파이터'를 개발한 허민(사진) 원더홀딩스 대표가 넥슨의 신작 게임 제작 전면에 선다.

넥슨은 원더홀딩스와 함께 새 게임개발사 2개를 합작법인(조인트벤처) 형태로 설립할 계획이라고 23일 밝혔다. 양사의 지분율은 50%이며, 김동건 넥슨 데브캣 스튜디오 총괄 프로듀서와 박훈 카트라이더 개발조직 선임 디렉터가 각 법인 초대 대표로 내정됐다. 허민 대표는 전체 프로젝트 총괄 프로듀서를 맡았다.

새 법인에는 넥슨에서 개발 중인 '마비노기 모바일' 개발실과 '카트라이더' 지적재산권(IP) 개발 조직이 합류해 '마비노기 모바일'과 '카트라이더: 드리프트'를 개발한다.

신규 법인 설립은 넥슨의 신작 게임 개발 논의에 허민 대표가 고문 역할로 참여한 것이 인연으로 작용했다. 넥슨은 지난해 9월 허민 대표를 외부 고문으로 영입한 바 있다. 또 원더홀딩스에 3500억 원의 전략적 투자도 단행했다. 양사 파트너십의 보다 직접적 성과를 위해 이번 별도 법인을 설립하게 됐다는 것이 넥슨 측 설명이다.

허민 대표는 2001년 네오플을 설립해 글로벌 히트작 '던전앤파이터'를 선보였다. 2008년에는 네오플을 약 3800억 원을 받고 넥슨에 매각했다. 이후 웨메프 창업을 통해 국내 e커머스 시장의 기틀을 닦았고, 에이스툰과 원더피플에서 총괄프로듀서로 게임 개발을 진두지휘하기도 했다.

이정현 넥슨 대표는 "허민 대표와 새로운 도전을 위한 다양한 논의를 이어왔으며, 이번 합작법인 설립은 그 연장선에서의 의미있는 결과물이다"고 말했다. 허민 대표는 "고문으로 일하면서 넥슨에서 개발하고 있는 신작들에 대한 높은 가능성을 봤다. 보다 직접적으로 프로젝트를 리딩할 수 있는 좋은 기회를 얻게 되어 기쁘다"고 말했다.

김명근 기자

이재용 삼성전자 부회장, 생활가전 사업 점검



삼성전자는 이재용(사진) 부회장이 23일 경기도 수원 생활가전사업부를 찾아 소비자가전(CE) 부문 주요 경영진과 미래 전략을 점검했다고 밝혔다.

23일은 이재용 부회장의 52세 생일이다. 하지만 이날 부회장은 생산현장에서 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT) 등 신기술을 도입한 제품 개발과 프리미엄 제품 판매 확대, 온라인 사업 강화 및 중장기 전략 등을 논의했다. 현장방문에는 김현석 삼성전자 CE부문장(사장), 최윤호 경영지원실장(사장), 이재승 생활가전 사업부장(부사장), 강봉구 한국총괄 부사장 등이 함께 했다.

이 부회장은 삼성전자의 가전제품 전시장을 찾아 새로운 기능을 직접 체험하기도 했다. 또 소비자가 쉽게 이용할 수 있도록 편의성을 향상시킬 수 있는 신기술과 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태 후 라이프스타일 변화에 대응한 신제품 도입 계획에 대해서도 경영진과 대화를 나눴다.

이 부회장은 "경영환경이 우리의 한계를 시험하고 있다. 자칫하면 도태된다. 흔들리지 말고 과감하게 도전하자. 우리가 먼저 미래에 도착하자"고 말했다. 김명근 기자

운전면허증을 스마트폰속에 "쓱!"...디지털 신분증 첫 상용화

국내 첫 디지털 공인 신분증 선포
첨단 보안기술로 개인정보 보호

앞으로는 편의점에서 술이나 담배를 살 때 신분확인을 모바일로 할 수 있다.

이동통신 3사와 경찰청은 '패스' 인증 애플리케이션(이하 앱)을 이용해 온·오프라인에서 운전 자격과 신분을 증명하는 '패스 모바일운전면허 확인서비스'를 24일 선보인다. 국내 최초 디지털 공인 신분증을 상용화하는 사례다.

패스 모바일운전면허 확인서비스는 편의성이 우수하며 가입자 3000만 명을 돌파

한 패스를 기반으로 해 빠른 확산이 가능하다. 사용자 본인 명의의 스마트폰 1대에 1개 통신사를 통해서만 이용할 수 있다. QR코드와 바코드가 표시되는 화면에 캡처 방지 기술을 적용했다. 기본 화면에는 운전면허증 사진과 인증용 QR코드 바코드만 노출돼 생년월일, 주소 등 개인정보의 불필요한 노출을 최소화했다.

개인정보 보호와 위·변조 방지를 위해 다양한 첨단 보안기술도 활용했다. 패스 앱에 운전면허증 등록 시 본인 회신 명의 인증과 기기 점유 인증을 거치며, 운전면허증 사진과 면허번호, 식별번호의 진위 여부도 동시에 확인한다. 특히 블록체인

기술로 패스 서비스와 경찰청 운전면허 시스템을 연동해 경찰청과 도로교통공단에 등록된 실제 면허증 사진이 앱에도 등록돼 타인의 사진이나 정보로 면허증을 위·변조하려는 시도를 차단할 수 있다.

패스 모바일운전면허 확인서비스는 우선 전국 CU, GS25 편의점에서 미성년자 확인을 위한 신분증으로 활용되며, 7월부터는 전국 27개 운전면허시험장에서 운전면허증처럼 사용할 수 있다. 경찰청은 교통경찰 검문 등 일선 경찰행정에 적용하는 방안을 검토 중이며, 렌터카 및 공유 모빌리티 업계 역시 적용을 고려하고 있다.

김명근 기자 dionys@donga.com



경찰청과 이통3사 협조로 운전면허증 사진과 인증용 QR코드로 개인 신분을 증명할 수 있는 스마트폰 앱 '패스'.

건강기능식품, 편의점과 손잡다

천호엔케어 뉴오리진 바이오티 등
편의점 활용 젊은 세대 적극 공략

건강기능식품업체들이 제품 판로를 다각화하고 나섰다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 면역력 등 건강에 대한 관심이 높아지고 구매 연령층이 낮아지는 변화에 대응한 행보다.

실제로 20대의 건강기능식품 구매율이 2018년 29.9%에서 2019년 46.7%로 크게 올랐다. 세븐일레븐이 발표한 올해 1~4월 홍삼과 비타민 등 건강식품 매출은 지난해 같은 기간보다 72.2% 뛰었다. 코로나19 확산을 계기로 젊은 세대들의 건강식품에 대한 수요가 높아지면서 이들을 공략하기 위

해 접근성이 좋은 편의점을 활용하고 있다. 천호엔케어는 건강식품 '굿모닝 밀크씨슬 핫개'를 편의점 세븐일레븐을 통해 출시했다. 씨앗 속의 실마린 성분과 비타민, 미네랄 등 영양성분이 풍부한 밀크씨슬과 핫개를 주요 원료로 현대인이 피곤한 아침에 활력을 충전하기에 좋다는 점을 부각시킨 제품이다. 간편하게 섭취할 수 있는 스틱 제형으로 한 포씩 구매가 가능해 젊은세대를 타깃으로 삼고 있다.

유한건강생활 뉴오리진은 액상형 밀크씨슬 '간편히 확개는 히말라야 밀크씨슬 히비스커스맛'(사진)을 CU를 통해 판매하고 있다. 역시 간편하게 섭취할 수 있도록 스틱 형태의 파우치에 담긴 액상형으로 출시했다. 카페인을 통해 졸음을 몰리치거나



일시적인 피로해소 효과에 집중했던 기존 자양강장제나 에너지드링크와 차별화를 꾀했다.

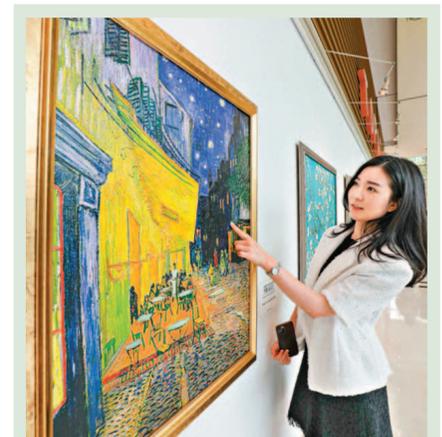
바이오티는 프리바이오틱스 음료인 '마시는 프리바이오틱스 바이오티' 2종을 편의점에 내놓았다. 칼로리가 100ml당 10kcal로 낮아 물처럼 가볍게 마실 수 있다는 점과 복숭아, 청포도 두 가지 상큼한 맛으로 2030세대를 공략하고 있다.

정정욱 기자 sadzoo@donga.com

LG전자, 유럽 가전업체 특허소송 승소

독일 뮌헨지방법원은 19일(현지시간) LG전자가 지난해 9월 베코와 그룬디히를 상대로 제기한 특허침해금지소송에서 원고 승소 판결을 내렸다. 이번 소송은 LG전자가 양문형 냉장고에 채택한 독자 기술인 '도어 제빙'에 관한 것이다. 터키 가전업체 아르첼릭은 특허를 무단으로 사용해 양문형 냉장고를 생산하고 있으며, 자회사인 베코와 그룬디히는 해당 제품을 독일, 영국 등 유럽에서 판매하고 있다. LG전자는 이번 판결을 토대로 베코와 그룬디히가 LG전자의 도어 제빙 기술을 적용한 냉장고를 독일에서 판매하지 못하도록 할 예정이다. 아르첼릭을 상대로 한 소송 공판은 연말 진행될 예정이다.

김명근 기자



"명화 재현 작품 구입하세요" 현대백화점이 28일까지 서울 목동점 7층 갤러리에서 빈센트 반 고흐, 구스타프 클림트, 클로드 모네 등의 명화를 재현한 작품을 전시 및 판매한다. 명화 원본과 동일한 크기에 붓으로 리터치한 작품 12점, 고유점화기술을 기반으로 제작한 아크릴 접합 작품 11점을 선보인다. 정정욱 기자, 사진제공 | 현대백화점