

트위지 타고 부산 투어 해볼까

르노, 차량 공유 서비스 '투어지' 컨설팅 제공
부산 관광지 실시간 제공...일자리 창출 기대

르노삼성자동차(대표이사 도미니시노라)가 자사 초소형 전기차 '르노 트위지(TWIZY)'를 기반으로 한 부산시 관광 차량 공유 서비스인 '투어지(TOURZY)' 출범식에 참여해 부산광역시와 함께 모빌리티 기반 스타트업 육성을 위한 지원 계획을 밝혔다.

'투어지(TOURZY)'는 부산시 관광 벤처 스타트업 기업인 투어스테프에서 선보인 초소형 전기차 트위지 전용 비대면 모빌리티 셰어링 서비스다. 르노 트위지는 경차보다 가벼운 무게와 차체 크기를 지녀 대중교통이 불편한 주요 관광지 등에서 친환경 교통수단으로 활용도가 높다. 스마트폰을 이용해 차량 예약과 반납도 쉽게 할 수 있다.

투어지 서비스는 부산 백스코와 오시리아 관광단지를 시작으로 부산시 주요 관광거점에서 트위지 50대로 운영된다. 카셰어링 서비스와 함께 스마트폰 앱을 통해 부산 유명 관광지 및 맛집 코스 추천 등이 실시간 제공될 예정이다.

르노삼성자동차는 '투어지'의 모빌리티 비즈니스 플랫폼 설계 및 운영 컨설팅을 제공했으며, 부산시 및 부산도시공사와 협력해 오시리아 관광단지에 트위지 거점과 충전 인프라를 구축했다. 도미니 시노라 르노삼성자동차 CEO는 "'투어지'는 탄소중립, 비대면성, 동반성장에 기여한다는 측면에서 특히 젊은 관광객들에게 각광받는 투어 아이템이 될 것으로 기대된다"면서 "앞으로 도 부산시와 함께 부산의 관광일자리 창출 및 스타트업 육성을 위해 힘쓰겠다"고 말했다.

초소형 전기차 르노 트위지는 가정용 220볼트 전기로 약 3시간 30분이면 완전 충전이 가능하고, 1회 충전 시 주행 거리는 주행 환경에 따라 55~80km다. 원성열 기자



신형 제타

폭스바겐, 쏘카에 신형 제타 추가 공급계약

폭스바겐코리아는 쏘카와 신형 제타 프레스티지 모델 50대 추가 공급 계약을 체결했다. 폭스바겐코리아는 지난해 12월부터 서초, 판교, 부산, 남대구, 순천 등 5곳의 폭스바겐 전시장과 서비스센터를 포함해 전국 19곳에서 신형 제타 20대를 대상으로 쏘카 카셰어링 서비스를 제공해왔다. 폭스바겐코리아는 제타가 쏘카 내 동급 차종(컴팩트 세단) 중 가장 높은 가동률을 기록하자 수입차 대중화 전략의 일환으로 차량을 추가 공급하기로 했다.

“가장 ‘쉐비’다운 차, 트래버스·콜로라도 인기 비결”

(쉐보레 미국식 애칭)

2019년 3분기 국내 시장에 선보인 대형 SUV '트래버스'와 정통 아메리칸 픽업트럭 '콜로라도'가 꾸준한 판매량을 유지하며 수입 SUV 및 픽업트럭 베스트셀링 모델로 자리매김했다. 쉐보레는 2019년 8월 한국수입자동차협회(이하 KADA)의 회원 가입을 결정하고 트래버스와 콜로라도를 수입차로 포지셔닝해 이미지 전환 및 국산 경쟁 차종과의 차별화에 성공했다.

판매량도 꾸준하다. 본격적인 판매를 시작한 2020년 판매 기록을 보면 트래버스는 4035대, 콜로라도는 5049대를 판매하며 쉐보레가 2020년 KADA 수입차 연간 등록대수 6위(1만2455대)에 오르는 데 기여했다. 소비자들에게 더 새로운 마케팅을 선보이기 위해 수입 SUV 시장에서 강자로 자리매김한 트래버스와 콜로라도를 타고 캠핑장으로 떠난 쉐보레 마케팅 브랜드매니지먼트팀 최은영 팀장, 송승안 차장, 함주희 차장을 언택트 인터뷰했다.

소비자들 한국에는 없는 차 요청 슈퍼 SUV와 픽업트럭 시장 개척 수입차로 포지셔닝...합리적 가격 편견 뛰어 넘는 주행 안정성 강점 국산 경쟁 차종과의 차별화 성공

-쉐보레가 트래버스와 콜로라도를 출시하면서 국내 소비자들에게 어필하기 위해 택한 전략은 무엇인가?

“고객들이 쉐보레에 기대하는 것은 쉐보레만의 특징이 담긴 우수한 미국의 제품에 대한 경험이다. 이런 소비자의 니즈를 만족시키기 위해 국내 시장에 트래버스와 콜로라도를 도입했다. 이전까지 한국시장에 없던 사이즈의 대형 SUV와 정통 픽업 트럭이라는 각자 고유의 영역에서 새로운 존재감을 발휘하면서 큰 호응을 얻었다. 두 차종이 인기를 얻으면서 쉐보레 본연의 DNA라고 할 수 있는 정통 SUV와 픽업이 브랜드라는 이미지도 자연스럽게 강화되고 있다.”



쉐보레 마케팅 브랜드매니지먼트팀 송승안 차장, 함주희 차장, 최은영 팀장(왼쪽부터)이 국내 수입차 시장에서 꾸준한 인기를 얻고 있는 대형 SUV 트래버스와 픽업 트럭 콜로라도를 배경으로 기념 촬영을 하고 있다. 사진제공 | 한국지엠

-코로나19로 마케팅 활동에 제약이 많다. 어떤 점이 힘들었고, 앞으로 어떤 마케팅을 계획하고 있나?

“지난해 초 출시한 소형 SUV 트레일블레이저는 코로나19로 직격탄을 맞았다. 전시, 체험 이벤트를 전혀 못했다. 올해엔 조심스럽게 야외 오프라인 이벤트를 준비 중이다. 6월에 콜로라도 오너는 물론 비 오너를 대상으로 트레일과 오프로드 주행은 물론 픽업트럭 뒤에 트레일러를 달고 운전하는 트레일링 등을 경험할 수 있는 이벤트를 진행할 계획이다.”

-콜로라도와 트래버스를 대상으로 고객 대상 오프라인 이벤트를 진행할 때 가장 강조하고 싶은 특징은 무엇인가?

“주행 안정성이다. 트래버스나 콜로라도처럼 덩치가 큰 차를 트랙에서 타볼 수 있는 기회를 주고 싶다. 일반적인 편견을 뛰어넘어 대형 SUV와 픽업 트럭도 고속으로도 안정성 있게 달릴 수 있다는 걸 보여주고 싶다. 또한 트레일링, 도로 주행,

캠핑, 차박까지도 고려한 행사 등 경쟁 브랜드가 할 수 없는 경험을 제공하기 위한 고민을 많이 하고 있다.”

-콜로라도와 트래버스를 더 잘 활용할 수 있는 꿀팁이 있다면?

“콜로라도의 적재함 활용이다. 1톤 트럭이나 가능한 가구 등을 쉽게 싣고 이동할 수 있다. 적재함에 특수 스프레이 코팅이 돼 있어서 굉장히 내구성 좋고 전혀 스크래치도 없다. 요즘 유행하는 중고 거래 등을 할 때 특히 유용하다. 트래버스는 뛰어난 공간 활용성이 강점이다. 2열은 개별 시트여서 개인 공간을 확보한 상태에서 편안하게 이동할 수 있다. 컵 홀더, 트렁크 밑 히든 공간 등 숨겨진 수납 공간도 많다. 3대가 함께 이동하면서도 편안함을 누릴 수 있는 것이 강점이다.”

-수입차 시장에서 경쟁 차종의 점유율을 빠르게 빼앗고 있다. 콜로라도와 트래버스만의 강점은 무엇인가?

“한국 소비자들은 가장 ‘쉐비(Chevy, 쉐

보레의 미국식 애칭)다운 차, 한국에서 경험할 수 없었던 차를 들여와달라고 요청해왔다. 슈퍼 SUV라고 불릴 정도로 큰 트래버스와 길이가 5.2m에 달하는 정통 픽업 트럭인 콜로라도를 들여온다는 것은 완전히 새로운 시장에 도전하는 일이었다. 수입차로 포지셔닝하면서 합리적인 가격을 책정했고, 국내 양산차 브랜드만이 누릴 수 있는 서비스 네트워크의 편리함을 강조했다. 소비자들에게 잘 어필된 것 같다. 한 가지 자랑하고 싶은 것은, 고객들 중 60%가 이전에 쉐보레 차량을 한 번도 구매해보지 않았다는 것이다. 고가의 제품을 사면서 신규 브랜드로 제품을 바꾼다는 것은 그만큼 제품이 매력적이기 때문인 것이다. 판매량이 아주 많은 것은 아니지만 내부에선 목표치를 훨씬 상회했고, 성공 가능성을 보여줬다. 향후 쉐보레의 포트폴리오를 확장하는데 많은 도움이 될 것이다.”

원성열 기자 sereno@donga.com

아이오닉5로 차박 체험...‘휠핑’ 참가자 모집

현대차, 6월부터 30팀씩 12회 진행

현대자동차가 6월부터 운영되는 차박 체험 플랫폼 ‘휠핑’의 참가자를 모집한다. ‘휠핑’은 최근 증가하는 차박(차에서 하는 숙박)에 대한 소비자들의 관심을 반영해 현대차

가 선보인 이색 차박 여행 플랫폼이다.

지난해 첫 선을 보였는데 차량 무상 제공과 함께 테이블, 의자, 폴딩박스, 매트 등 필수 차박용품을 소정의 금액으로 쉽게 이용할 수 있도록 큰 호응을 얻은 바 있다. 올해는 지난해보다 더 많은 차종을 마련

했고, 운영 규모도 확대했다. 6월 4일부터 8월 22일까지 약 세 달 동안 차수별 30팀씩 12회차(총 360팀)에 걸쳐 진행(해당 기간 중 매주 금~일 운영)된다. 올해 대상 차종은 투싼, 싼타페, 아이오닉5다.

운영 지역도 늘었다. 지난해는 고양에서만 진행했는데, 올해는 서울(2곳), 천안, 전주, 부산, 울산 등 6곳으로 확대해 접근성을 높였다. ‘휠핑’ 참가를 원하면 14일부

터 8월 12일까지 희망 차수에 맞춰 휠핑 사이트(<https://wheelping.com>) 내 페이지를 통해 응모하면 된다.

‘휠핑’ 서비스 이용 고객 전원에게는 오투기 간편식, 간편양념 및 에코백, 손소독제 등으로 구성된 웰컴 키트를 제공하며, 원활한 경우 LG전자 시네믹 및 블루투스 스피커 무상 대여가 가능하다.

원성열 기자 bong82@donga.com

뇌가 색시해지는 하루 두뇌게임

강주현의 퍼즐월드

위 정사각형 안에는 1~9까지의 숫자가 나열되어 있습니다. 이 숫자들을 사용해 가로, 세로, 대각선 방향은 물론 작은 정사각형 안에도 1~9까지의 숫자가 골고루 들어가도록 해 보세요.

■ 스도쿠문제

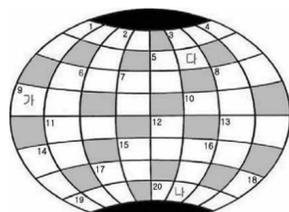
| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 3 | 8 | | 6 | 9 | | |
| | 2 | | | 4 | | | 6 | |
| 8 | | | | 9 | | | | 7 |
| 3 | | | | 1 | | | | 5 |
| | 5 | 8 | 9 | | 4 | 1 | 3 | |
| 6 | | | | 8 | | | | 9 |
| 7 | | | | 6 | | | | 4 |
| | 8 | | | 3 | | | 9 | |
| | | 2 | 1 | | 8 | 6 | | |

■ 스도쿠정답

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | | 8 | | 2 | | 4 | | 3 |
| 2 | | | 8 | 3 | | | 6 | |
| | | 3 | 6 | 9 | 7 | | | |
| 7 | 6 | | | | | 3 | 2 | |
| | | 5 | 7 | 2 | 6 | | | |
| 9 | | 2 | | 8 | | | 5 | |
| | | | | 6 | | | | |
| 6 | 2 | 9 | 8 | 1 | | | | |

■ 날말문제

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8 | 2 | 9 | 8 | 5 | 1 | 2 | 7 | 6 |
| 2 | 6 | 5 | 2 | 7 | 9 | 8 | 1 | |
| 4 | 1 | 8 | 6 | 9 | 2 | 5 | 8 | 1 |
| 6 | 7 | 2 | 5 | 8 | 1 | 1 | 9 | |
| 9 | 8 | 1 | 7 | 4 | 6 | 8 | 9 | 2 |
| 9 | 8 | 2 | 2 | 1 | 9 | 7 | 6 | 8 |
| 2 | 7 | 7 | 6 | 5 | 1 | 9 | 8 | |
| 8 | 9 | 6 | 1 | 7 | 4 | 6 | 2 | 9 |
| 1 | 5 | 6 | 9 | 2 | 8 | 8 | 2 | 7 |



■ 가로열쇠

01. 짙어서 과파가 된 여자. 03. 바지에서 다리가 들어가는 곳. 05. 고무 등으로 휘어지도록 만든 관. 06. 의 형제를 맺음을 이르는 말. 08. 음식을 일정한 방법으로 만들. 09. 어떤 일을 전문으로 하는 사람. 10. 국수

등의 문치를 세는 단위. 11. 공연을 하기 위해 관람석 앞에 좀 높게 만든 단. 13. 아침밥. 14. 원자재에 손을 대 새로운 제품을 만드는 일. 15. 이 불과 요. 17. 머리털 따위로 머리 모양을 만들어 쓰거나 붙이는 가짜 머리. 19. 찜쌀가루 등을 반죽해 넓고 둥글게 반질에 지진 떡. 20. 행동하는 것이 제멋대로임.

■ 세로열쇠

01. 쓸고 닦아서 깨끗이 함. 02. 과실 나무를 재배하는 농원. 03. 연료로 사용하는 기체. 04. 나무나 풀의 살아 있는 날 잎. 05. 친절함 마음씨. 06. 애만 쓰고 공을 들인 보람이 없음. 07. 일이 귀결되는 마당. 08. 일정한 방향이 없이 요 곳 조 곳으로. 12. 스승을 높여 일컫는 말. 14. 집안의 수입·지출을 적는 장부. 15. 머리털을 깎아 다듬음. 16. 얇은 쇠붙이 따위가 부딪쳐 울리는 소리. 17. 음식에 양념 등을 넣어 맛이 더 나게 함. 18. 신문 등의 출판물을 읽는 사람.

■ 날말정답

단어 이어가기: 날말을 모두 풀 다음 가~다칸을 이어붙이면 나라 이름이 됩니다.

