

## 제주드림타워, 1박 800만원 펜트하우스 경품 이벤트

제주드림타워는 1박에 800만 원인 프레지덴셜 스위트 숙박권 등을 경품으로 내건 인스타그램 이벤트를 7월 12일까지 실시한다. 제주드림타워와 HAN컬렉션 인스타그램에 방문하고 싶은 곳이나 HAN컬렉션 입점 선호 브랜드를 선택해 이유를 남기면 된다. 프레지덴셜 스위트 숙박권은 플래티넘 당첨자 1명만 받는다. 당첨자에게는 100만원 상당 디너이용권 등을 함께 제공한다.



## 하반기 5G폰 시장서 반격 준비하는 삼성전자

# 8월 출시할 폴더블폰...대반전 '히든카드'

출하량 늘었지만 애플 등에 밀려 중국 시장 부진 때문이란 분석도 하반기에 다양한 라인업으로 공격 신제품 가격 낮추고 조기 출시 전망



▲삼성 갤럭시 Z 폴드 2

삼성전자가 5G 스마트폰 시장에서 힘을 쓰지 못하고 있다. 올해 초 출시한 '갤럭시S21'의 흥행 덕에 1분기 5G 스마트폰 출하량이 지난해 4분기보다 크게 증가했지만, 점유율에선 애플과 중국 기업에 밀려 4위에 그쳤다.

삼성전자는 하반기 중저가 모델과 함께 다양한 폴더블 제품을 선보이며 5G 스마트폰 시장 점유율 확대에 나선 방침이다. 특히 폴더블폰의 경우 출시 일정을 예년보다 앞당기고, 가격까지 낮추는 강수를 둘 것으로 알려져 성패에 관심이 모아진다.



삼성전자가 하반기 폴더블 등 다양한 제품을 선보이며 5G 스마트폰 시장 점유율 확대에 나선다. 폴더블폰을 체험할 수 있도록 한 '갤럭시 To Go 서비스'. 사진제공 | 삼성전자

### ●1분기 5G폰 시장 점유율 4위

시장조사기관 스트래티지애널리틱스(SA)에 따르면 삼성전자는 1분기 7700만 대의 스마트폰을 출하하며 23%의 점유율로 1위를 차지했다. 2위는 5700만 대를 출하한 애플(17%)이었다. 삼성전자는 지난해 4분기 애플에 잠시 내줬던 왕좌를 탈환했다.

하지만 5G 시장만 놓고 보면 상황이 다르다. 삼성전자는 1분기 1700만 대를 출하하며 점유율 4위(12.5%)에 머물렀다. 지난해 4분기보다 출하량이 크게 늘었지만, 애플과 중국 기업들에 미치지 못했다. 1분기 5G 스마트폰 시장 점유율 1위는 지난해 말 첫 5G 제품인 '아이폰12'를 선보인 애플이 차지했다. 지난해 4분기(5220만 대)보다는 많이 줄었지만, 1분기에도 4040만 대를 출하하며 점유율 29.8%를 기록했다. 중국의 오포와 비보가 그 뒤를 이었다.

### ●"하반기 폴더블 대중화"

삼성전자는 하반기 보급형부터 프리

해 4분기(5220만 대)보다는 많이 줄었지만, 1분기에도 4040만 대를 출하하며 점유율 29.8%를 기록했다. 중국의 오포와 비보가 그 뒤를 이었다.

1분기 5G 스마트폰 출하량은 오포 2150만 대, 비보 1940만 대였다. 점유율은 각각 15.8%와 14.3%다. 지난해 4분기 삼성전자를 제치고 4위를 기록했던 샤오미는 1660만 대를 출하하며 12.2% 점유율로 5위에 올랐다.

세계 최대 시장 중 하나인 중국에서의 부진이 삼성전자의 발목을 잡았다는 것이 관련 업계의 대체적 분석이다.

삼성전자는 하반기 보급형부터 프리

미엄 제품까지 다양한 라인업으로 5G 스마트폰 시장을 공략할 방침이다. 프리미엄 제품군에선 올 하반기 대중화를 목표로 한 폴더블폰으로 승부수를 띄운다. 관련 업계에 따르면 삼성전자는 이르면 8월 초 새 폴더블 스마트폰 언팩(공개) 행사를 열고, 8월 말 경 출시할 것으로 보인다. 새 제품은 '갤럭시Z폴드3'와 '갤럭시Z플립3'로 예상된다.

삼성전자는 지난해 '갤럭시Z폴드2', '갤럭시Z플립 5G' 등을 9월 출시했다. 올해는 이보다 한 달 가량 빨리 신제품을 선보이는 셈이다. 신제품의 가격을 대폭 낮출 것이라 전망도 나온다. 삼성전자는 22일 첫 네트워크 언팩 행사를 열고 5G 네트워크 시장 공략도 강화하기로 했다.

삼성전자가 신제품 스마트폰의 출시 시기를 앞당기고 가격을 낮추는 이유는 하반기 나올 애플의 신형 아이폰과 중국의 폴더블폰을 견제하기 위한 포석이다. 업계는 삼성전자가 새로운 제품을 통해 5G 스마트폰 시장에서도 점유율을 높이면서 내년쯤 중국 업체를 추월할 것으로 보고 있다. 중국 5G 스마트폰 시장 성장은 둔화하고 있는 반면 그 외 다른 시장은 5G 서비스가 더 본격화할 것으로 보이기 때문이다. 다만 중국 업체들도 유럽 등 해외시장 진출에 적극적이어서 치열한 점유율 경쟁이 예상된다.

김명근 기자 dionys@donga.com

## 한국타이어, 피렐리 제치고 타이어 기업 6위 영업이익 전년비 15.5% 증가...질적성장 이뤄



한국타이어엔테크놀로지(대표이사 이수일, 이하 한국타이어)가 영국 타이어 전문지 '타이어프레스(Tyrepres)'가 발표한 2020년 글로벌 리딩 타이어 기업 순위에서 2019년 대비 1단계 상승한 6위를 차지했다고 22일 밝혔다.

한국타이어는 2020년 매출액 6조 4540억 원을 달성하며, 피렐리(7위)를 제치고 6위에 오르는 쾌거를 달성했다. 국산 타이어 업체 중 금호타이어는 18위, 넥센타이어는 20위에 그쳤다.

글로벌 타이어 기업 순위 상승과 더불어 영업이익 역시 전년 대비 약 15.5% 증가했다. 특히 글로벌 리딩 타이어 기업들이 집중하고 있는 18인치 이상 고인치 승용차용 타이어 판매 비중이 약 35%로, 전년 대비 3% 포인트 상승하며 질적 성장도 함께 이뤄졌다는 점에서 의미가 크다.

한국타이어는 독일, 영국 등의 국가에서 진행되는 자동차 전문지의 타이어 비교 테스트에서 최상위 평가를 기록했으며, 유럽 온라인 전자상거래 플랫폼 '타이어24'가 소비자 조사를 기반으로 발표한 '2020 베스트 셀러 브랜드'에서 사계절용, 여름용, 그리고 겨울용 타이어까지 3개 부문에서 1위를 기록하며 기술력을 입증한 바 있다.

원성열 기자



김인규 하이트진로 대표(왼쪽 첫 번째)와 강중훈 대한민국재향소방동우회 대외협력부장(오른쪽 첫 번째) 등이 기증식 후 기념촬영을 하고 있다. 사진제공 | 하이트진로

## 하이트진로, 소방유가족 소송비 지원 기증식

하이트진로가 21일 서울 청담동 사옥에서 소방관 유가족에게 소송비를 전담하는 기증식을 열었다. 지난해부터 업무 스트레스로 극단적 선택을 한 소방관들이 순직으로 인정받는 데에 필요한 변호사 선임비 등 소송비용과 긴급 생계비를 지원해왔다. 소송비 지원 가족 중 4월 순직유족급에 승인이 결정된 바 있다. 올해는 소송비, 긴급 생계비, 유자녀를 위한 소방관 육성 장학금 지원 등 총 19명의 소방관 유가족을 지원할 예정이다. 김인규 하이트진로 대표는 "하이트진로의 소방 유가족 지원사업이 마중물이 돼 향후 사회적 관심과 여론이 형성되기를 희망한다"고 했다.



## 포스코건설, 체결유류 차단 '스마트 안전벨트' 개발

포스코건설은 건설현장의 안전벨트 체결 유류나 실수를 원천적으로 차단시키는 스마트 안전벨트(사진) 개발에 성공했다고 22일 밝혔다. 스마트 안전벨트는 생명줄이나 구조물에 정확히 체결됐는지를 판단하고 아예 체결하지 않거나 엉뚱한 곳에 체결했을 경우 안전벨트 착용자와 안전관리자에게 즉시 통보된다. 안전벨트 불량체결 사례는 데이터베이스화해서 추후 근로자 안전교육과 스마트 안전벨트 기능개선 자료로 활용하게 된다. 포스코건설은 비계·동바리 설치, 교량, 타워크레인 설치 작업 등 추락위험이 높은 작업에 스마트 안전벨트를 우선 활용하고, 10개 현장을 시작으로 점진적으로 적용을 확대할 방침이다.

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

## '듣는 콘텐츠'에 꽃힌 MZ세대...오디오 플랫폼 경쟁 본격화

카카오, 소셜 오디오 '음' 출시 플로도 윌라 등과 콘텐츠 강화

오디오 플랫폼이 주목받고 있다. 동영상과 달리 운동이나 다른 일을 하면서 즐길 수 있다는 특징을 내세워 MZ세대를 중심으로 인기를 모으고 있다.

대표적인 것이 바로 일론 머스크 테슬라 최고경영자(CEO)와 정용진 신세계 부회장 등이 이용하면서 관심을 끈 음성 소셜네트워크서비스(SNS) '클럽하우스'다. 최근 들어 주목도가 다소 떨어진 듯하지만, 글로벌 정보기술(IT) 기업들이 비슷한 기능을 갖춘 서비스들을 잇달아 내놓으며 경쟁이 더욱 본격화하는 양

상이다. 글로벌 SNS 페이스북은 라이브 오디오를, 세계 최대 음원 서비스 스포티파이도 그린룸이라는 서비스를 선보였다.

글로벌 트렌드를 주시하던 국내 기업들도 경쟁에 합류했다. 카카오는 최근 다자간 음성 소통이 가능한 소셜 오디오 플랫폼 '음'을 출시했다. 카카오 계정을 이용해 누구나 간편하게 가입하고, 언제 어디서나 빠르고 손쉽게 대화방을 개설해 참여할 수 있다는 것이 특징이다.

음원 서비스인 플로는 오디오 플랫폼으로 진화를 추진한다. 드림어스컴퍼니는 지난달 음악 사업을 확대하는 한편 플로를 오디오 플랫폼으로 변화시키기

위해 3년 동안 2000억 원 규모의 투자를 추진한다고 밝혔다. 오리지널 팟캐스트 등을 제작하고 윌라, 스포라디오, 인기 유튜버 등과의 파트너십을 통해 오리지널 오디오 콘텐츠를 강화하고 있다.

개인 오디오 방송 플랫폼 스포라디오도 새삼 주목받고 있다. 스포라디오는 매년 국내외에서 200% 가량의 매출 성장을 보이고 있다. 지난해 아이튠즈 판매액은 2019년보다 70% 이상 성장한 837억원을 기록했다. 또 지난해 1인 누적 청취 시간은 2019년보다 44% 증가했고, 라이브 방송 채널 역시 82% 증가한 3400만 개가 새롭게 개설된 것으로 나타났다.

김명근 기자



플로의 오리지널 콘텐츠 '반전의 하이라이트' (위)와 카카오의 소셜 오디오 플랫폼 '음' 사진제공 | 드림어스컴퍼니·카카오

## "일상 속 스포츠카" 현대차 '아반떼 N' 디자인 티저 공개

스포츠한 외관·역동적인 주행 매력

현대자동차 고성능 브랜드 N이 해치백(벨로스터 N)과 SUV(코나 N)에 이어 세단(아반떼 N)으로 라인업을 확장한다. 현대자동차는 22일 세단 중에서는 첫 번째 고성능 모델인 '아반떼 N'의 디자인 티저를 공개했다.

아반떼 N은 2020년 4월 출시한 '올 뉴 아반떼'를 베이스로, 원래 지니고 있는 스포티한 디자인에 역동적인 주행 감성을 녹여낸 것이 특징이다.

측면부는 공기의 흐름을 정돈해주는 대형 사이드 스커트를 적용해 공격성을 끌어올렸고, 음각 N 로고가 새겨진 N 전용 레드 스트립을 통해 차체가 한층 더 낮고 속도감 있게 보이도록 했다. 후면부는 트렁크 위에 N 전용 윙타입 스포일러를 적용해 주행 시 차량 뒤쪽에서 발생하는 공기 와류현상을 줄이고 고속에서 차량이



아반떼 N은 사이드 스커트, 윙타입 스포일러, 디퓨저 등을 적용해 디자인에 역동성을 더하고, 공격성도 대폭 강화했다. 사진제공 | 현대차

뜨는 양력현상을 억제해 주행안정성을 높였다. 리어 디퓨저와 대구경 듀얼싱글 머플러

도 아반떼 N을 확실한 고성능차로 보이도록 해준다. 다만 구체적인 사양과 성능, 가격은 공개되지 않았다.

틸 바텐베르크 현대차 N브랜드매니저먼트모터스포츠사업부장 상무는 "아반떼 N은 올 뉴 아반떼 특유의 스포티한 면에 N의 감성을 엮어 한 단계 진화한 고성능 세단"이라며 "일상에서는 편안한 주행을, 트랙에서는 더욱 과감한 퍼포먼스를 발휘할 수 있는 진정한 일상의 스포츠카로 역동적인 주행을 원하는 고객들에게 큰 만족감을 줄 것으로 기대한다"고 밝혔다.

원성열 기자 sereno@donga.com