

금호타이어, 美 'ARC 어워드' 대한민국 대상

"이해관계자들과 소통해 지속가능경영 이끌 것"



금호타이어(대표 정일택)의 '2020년 연차보고서'가 '2021 ARC 어워드'에서 '대한민국 대상'(사진)을 수상하며 글로벌 타이어 브랜드로서의 가치를 인정 받았다.

'ARC 어워드'는 기업 커뮤니케이션 전문 업체인 미국 머콕사가 주관하는 세계 연차·지속가능보고서 경영 대회로 매년 독창성, 품질 및 디자인 등을 기준으로 종합 평가 및 시상하고 있다. 올해 35회를 맞는 이번 어워드에는 28개국 1875개의 제작물이 출품됐으며 이 가운데 대한민국, 오스트리아, 중국, 독일, 홍콩, 일본, 미국 등 12개 권역의 52개 제작물이 그랜드 워너(Grand Winner)로 선정됐다.

정일택 금호타이어 사장은 "금호타이어는 세계적 권위의 ARC 어워드에서 대한민국 최고의 타이틀을 얻게 되어 매우 기쁘게 생각한다. 이해관계자들이 잘 이해할 수 있도록 금호타이어가 지향하는 가치와 재무활동의 성과를 연차보고서에 시각적으로 잘 반영하여 좋은 성과를 이뤄낼 수 있었다. 다양한 이해관계자들의 원활한 소통을 통해 지속가능경영을 이끌어 나가겠다"고 소감을 밝혔다.

오리온 러시아 법인 연매출 1000억원 돌파

전년 동기비 29.6% 성장...2022년 신공장 완공 앞뒀

오리온은 러시아 법인 연매출이 1000억 원을 돌파했다고 밝혔다. 이는 법인 설립 이후 처음으로 단순합산 기준(11월) 연간 누적 매출액 1050억 원을 기록했다. 전년 동기 대비 29.6% 성장한 수치이다.

오리온은 2006년 트베리 공장을 설립하며 러시아 제과시장에 본격 진출했다. 공장 가동 첫 해에 169억 원의 매출을 올렸으며 2008년부터는 오보 지역에 제2 공장을 준공했다. 주력제품은 초코파이였다.

2019년 이후에는 매년 두 자릿수의 성장률을 기록하며 중국·베트남 법인과 함께 글로벌 성장을 이끄는 중심축으로 자리매김했다. 올해 상반기에는 누적 매출액 1조 원을 달성하기도 했다.

오리온은 2022년 러시아 트베리 주 크립조바에 신공장 완공을 앞두고 있다. 신공장이 가동될 경우 초코파이 공급량은 연간 10억 개 이상으로 확대된다. 오리온은 파이, 비스킷 등 신제품을 선보여 러시아는 물론 중앙아시아, 동유럽 시장까지 적극 공략할 계획이다.

초코파이는 진출 초기부터 러시아인들의 입맛을 사로잡으며 '국민파이'로 자리 잡았다. 현재 오리온은 러시아에서 해외법인 중 최다인 11종의 초코파이를 생산 및 판매 중이다.

KT&G, 탄자니아 어린이를 위해 정수장치 지원



KT&G(사장 백복인)가 앞담배 원료 수입국가인 탄자니아의 어린이들에게 '깨끗한 물 마실 권리'를 제공하기 위해 현지 초등학교에 친

환경 정수장치 1300대를 지원한다. 탄자니아는 만성적인 물 부족으로 저성장과 국민건강 악화 등 피해를 겪고 있는 '물 기근(water-scarcity)' 국가다. 인구의 39%가 안전한 물을 공급받지 못하고 빗물과 웅덩이를 주요 식수원으로 사용하고 있다. KT&G는 15일 탄자니아 타보라 지역의 ITUNDU 초등학교에서 전달식을 진행했다. 지원물품은 국내에서 제작된 후, 내년 3월까지 현지 공급이 완료될 예정이다. KT&G가 공급하는 물품은 국내 소셜벤처 '워터라이프'의 중력 필터 정수기(사진)로 중력으로 작동하는 필터를 이용해 전력 및 별도 소모품이 불필요하다.

다양해지는 라이브 커머스

“예능 보며 쇼핑”...콘텐츠 커머스 눈길

콘텐츠 시청하며 연관 상품 자연스럽게 구매 네이버, 골프대회 웹예능 쇼핑라이브에 공개 티몬도 '광고천재 씬드롬' 선봬...단독 혜택 제공

“예능 프로 보다가 웃 샀네.” ‘라이브 커머스’ 경쟁이 더 뜨거워지고 있다. 요즘은 단순히 물건을 판매하는 것을 넘어 다양한 볼거리를 제공하는 ‘예능형’ 라이브 커머스가 인기다.

여기서 한 발 더 나아가 본격 예능에 좀 더 가까운 ‘콘텐츠 커머스’까지 등장했다. 기존의 예능형 라이브 커머스가 쇼핑을 테마로 상품을 소개하는데 중점을 뒀다면, 새로운 방식의 콘텐츠 커머스는 일반 TV예능 같은 웹예능 콘텐츠를 보다 자연스럽게 관련 상품을 살펴볼 수 있도록 연결해 주는 것이 특징이다.

●네이버, 웹예능에 커머스 결합

네이버는 라이브 커머스 플랫폼 ‘쇼핑라이브’에서 웹예능과 커머스를 결합한 새로운 콘텐츠 커머스 실험에 나선다고 16일 밝혔다. 콘텐츠 제작사 ‘미스틱스토리’와 골프 예능 ‘쌍쌍 인비테이션’을 기획·제작해 쇼핑라이브에 이날부터 공개했다. 웹예능인 만큼 동영상 및 오디오 플랫폼 ‘네이버 나무’와 ‘네이버TV’에서도 볼 수 있다.

쌍쌍 인비테이션은 요즘 많은 관심을 받고 있는 골프를 테마로 한 스포츠 가족 동반 예능 콘텐츠다. 임진한 프로를 포함해 김이나, 강재준, 이은형 등 총 8쌍의 스타 가족이 라운딩에 참여하며 벌어지는 이야기를 담았다.

네이버는 콘텐츠 시청 경험을 커머스 경험으로까지 넓힐 계획이다. 이용자들은 콘텐츠를 시청하면서 연관 상품을 자연스럽게 탐색해 구매할 수 있고, 이용자 간 실시간 소통도 할 수 있다. 내년 1월부터는 패션, 집화,



웹예능과 커머스를 결합한 새로운 콘텐츠 커머스가 주목받고 있다. 네이버가 미스틱스토리와 제작한 골프 예능 ‘쌍쌍 인비테이션’(위 사진)과 티몬이 직접 기획·제작한 오리지널 콘텐츠 ‘광고천재 씬드롬’.

뷰티 브랜드들이 참여하는 ‘쌍쌍 인비테이션’ 전용 쇼핑라이브도 예정돼 있다.

네이버는 웹예능과 결합한 새로운 콘텐츠 커머스가 이용자들에게 더 진화된 쇼핑 경험을 제공할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

송재훈 네이버 쇼퍼라이브 책임리더는 “네이버 쇼퍼라이브는 플랫폼의 개방성을 바탕으로 콘텐츠의 다양성이 보장되고 이를 통해 온라인으로 접할 수 있는 상품 카테고리도 새롭게 확장하며 경쟁력을 키워가고 있다”며 “네이버가 기획한 다양한 오리지널 콘텐츠를 즐기는 이용자가 증가하는 흐름에 맞춰 콘텐츠 커머스 실험을 다양화하고 라이브 커머스의 새로운 가능성을 지속 발굴해 나가겠다”고 말했다.

●티몬도 웹예능 콘텐츠 선봬

교보증권에 따르면 국내 라이브 커머스 시장 규모는 지난해 4000억 원에서 2023년 10조 원으로 성장할 전망이다. 시장이 빠르게 커지면서 유통 기업들의 경쟁도 치열해지고 있다. 카가오가 최근 라이브 커머스 기업 그룹컴퍼니를 인수한 것처럼 투자를 늘리는 한편, 소비자들의 눈길을 사로잡을 만한 콘텐츠 차별화에도 적극 나서고 있다.

예능형 라이브 커머스도 그 중 하나다. 전자상거래(e커머스) 기업들도 앞 다퉈 관련 서비스를 강화하고 있다. G마켓이 CJ ENM과 협업해 선보인 ‘장사의 신동’이 대표적이다. 최근엔 티몬이 예능에 좀 더 가까운 웹예능 콘텐츠를 선보여 관심을 모았다. 티몬이 직접 기획·제작한 오리지널 콘텐츠 ‘광고천재 씬드롬’은 주인공 정준하가 광고를 의뢰한 기업을 찾아가 기업 홍보 전단지를 그려주고 의뢰 대가로 고객 혜택을 얻어 내는 과정을 담은 웹예능 프로그램이다. 관련 상품 혜택은 티몬에서 단독으로 만나볼 수 있다.

김명근 기자 dionys@donga.com

현대차그룹, 혁신적인 소형 모빌리티 플랫폼 ‘모베드’ 공개

(MobED)

바디·바퀴 자유조절로 복잡한 도심에 최적화 흔들림·충격 최소화로 배송·촬영장비 등 활용

현대자동차그룹이 첨단 로보틱스 기술이 집약된 신개념 소형 모빌리티 플랫폼 ‘모베드(MobED, Mobile Eccentric Droid)’를 공개했다.

납작한 직육면체 모양의 바디에 독립적인 기능성 바퀴 네 개가 달려있어 기울어진 도로나 요철에서도 바디를 수평으로 유지할 수 있으며, 휠베이스와 조향각의 조절이 자유로워 좁고 복잡한 도심 환경에 최적화된 것이 특징이다.

개별 동력 및 조향 제어 시스템을 적용해 360도 제자리 선회와 전 방향 이동이 가능하다. 고속 주행 등 필요에 따라 전륜과 후륜의 간격을 65cm까지 넓혀 안정적인 주행이 가능하며, 저속 주행이 필요한 복잡한 환경에서는 간격을 45cm까지 좁혀 좁은 길도 쉽게 빠져나갈 수 있다.

모베드는 너비 60cm, 길이 67cm, 높이 33cm의 크기에 무게 50kg, 배터리 용량 2kWh, 최대 속도 30km/h로, 1회 충전 시 약 4시간의 주행이 가능하다. 지면의 충격을 효과적으로 흡수할 수 있도록 12인치 타이어가 적용됐다.

현대차그룹은 바퀴와 바디를 자유롭게 조절할 수 있는 모베드의 특성상 흔들림을 최소화해야 하는 배송



모베드는 납작한 직육면체 모양의 바디에 독립적인 기능성 바퀴 네 개가 달려있어 기울어진 도로나 요철에서도 바디를 수평으로 유지할 수 있다. 사진제공 | 현대차

및 안내 서비스, 촬영장비 등에 쓰일 수 있을 것으로 기대하고 있다. 또한 모베드 플랫폼의 크기를 사람이 탑승 가능한 수준까지 확장하면 노인과 장애인의 이동성 개선이나 유모차, 레저용 차량 등 1인용 모빌리티로서도 다양하게 활용될 수 있다는 설명이다.

현대차그룹 로보틱스팀 현동진 상무는 “실내에서만

이용됐던 기존 안내 및 서빙 로봇의 한계를 극복하고 도심 실외에서의 활용성을 극대화하기 위해 이동성을 획기적으로 개선한 모베드를 개발하게 됐다”며, “고객들이 모베드의 활용성을 어떻게 확장시켜 나갈지 무척 기대된다”고 말했다.

원성열 기자 sereno@donga.com

BMW, 인천시·인천경제자유구역청과 BMW R&D 센터 건립 MOU

기존 센터를 청라로 확장 이전...2023년 완공 예정

BMW그룹 코리아(대표 한상운)가 15일 인천시 및 인천경제자유구역청(IFEZ)과 신규 BMW R&D 센터 건립을 위한 양해각서(MOU)를 체결했다.

이번 협약은 현재 영종도 드라이빙센터에 있는 BMW R&D 센터를 청라국제도시로 확장 이전함으로써 한국 시장에 보다 최적화된 솔루션 및 모빌리티 서비스를 제공하고 국내 기업 및 대학, 정부 연구 기관들과 협력해 BMW

그룹의 글로벌 파트너로 성장을 도모하기 위해 마련됐다.

BMW R&D 센터 코리아는 청라 IHP(Incheon Hi-Tech Park) 도시첨단산업단지 내 5295㎡ 부지에 내년 착공해 2023년 완공할 계획이다. 독일 본사와 함께 자율주행, 커넥티비티, 전기와 기술 등 독일과 한국의 기술 교류를 통해 다양한 미래 모빌리티 분야의 연구를 수행하게 된다. 제품 개발은 물론 시험 및 검사 등을 수행할 테스트 시설까지 갖추게 되며 인력 확대에 따른 국내 고용창출에도 기여할 것으로 기대된다.



BMW R&D센터 건립 MOU 체결식에서 디터 스트로블 BMW코리아 R&D 총괄 센터장, 박남춘 인천시장, 이원재 인천경제자유구역청장(왼쪽부터)이 기념 촬영을 하고 있다.