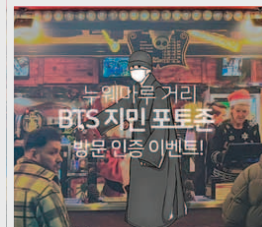


제주 누웨마루 거리 'BTS 지민 포토존' 인증 이벤트

제주관광공사는 2월 6일까지 'BTS 지민 포토존 인증 이벤트'를 진행한다. 방탄소년단(BTS) 멤버 지민이 자신의 SNS에 방문사진을 올려 화제가 된 제주시 연동 누웨마루 거리에 'BTS 지민 포토존'을 조성하고, 이곳서 찍은 사진을 비치제주 홈페이지에 올리면 추첨을 통해 200명에게 문화상품권을 증정한다. 제주관광공사는 지민이 방문했던 장소 및 주변 관광 콘텐츠를 비치제주 홈페이지에서 소개할 계획이다.



활동 영역 넓히는 기업 가상인간들

가수 데뷔·화보촬영...가상인간, 스타로 진화 중

컴퓨터 그래픽과 인공지능(AI) 기술 등으로 만들어진 '가상인간'(디지털 휴먼)이 활동 영역을 넓히고 있다. 단순 홍보모델에서 벗어나 소셜네트워크서비스(SNS) 인플루언서와 화보모델은 물론, 은행원이나 쇼호스트 등 다양한 활동을 하고 있다. 여기서 한 발 더 나아가 가수로 데뷔하는 등 엔터테인먼트 영역 확장에도 시동을 걸었다. 사생활 리스크와 시공간의 제약이 없고, 메타버스 등 MZ세대의 새로운 트렌드에도 부합한다는 것이 강점이다.

가상인간, 기대 이상 성과로 관심 ↑
'래아', 미스틱과 뮤지션 데뷔 MOU
가수 윤종신이 프로듀서로 참여해
'한유아', 패션 매거진 화보 공개
넷마블-카카오, 가상 아이돌 제작

●김래아·한유아, 가수 데뷔 눈앞

LG전자의 가상인간 '김래아'는 뮤지션으로 데뷔를 앞두고 있다. LG전자는 지난달 엔터테인먼트 기업 미스틱스토리(미스틱)와 래아의 뮤지션 데뷔를 위한 업무협약(MOU)을 맺었다. 래아는 미스틱스토리의 '버추얼 휴먼 뮤지션 프로젝트'에 참여한다. 윤종신 미스틱스토리 대표 프로듀서가 참여해 래아의 노래는 물론 목소리까지 프로듀싱한다.

래아는 LG전자가 AI 기술을 활용해 구현한 가상인간이다. 지난해 'CES 2021'에서 처음 소개됐다. 이후 인스타그램 계정 등을 통해 일상을 공개하며 소통해 왔다. 음악만이 아니라 비주얼 아트, 패션 등 다양한 요소를 접목해 함께 소통하고 즐길 수 있는 문화 콘텐츠



가상인간들이 활동영역을 엔터테인먼트 등으로 빠르게 넓히고 있다. 뮤지션 데뷔를 앞둔 '래아'(왼쪽)와 윤종신 미스틱스토리의 대표 프로듀서, 2월 음원을 발매하는 '한유아' 3D 디지털휴먼 '수아'(위 사진부터 시계방향), 사진제공 LG전자·스마일게이트·온마인드

와 메시지를 전달하는 아티스트가 되고 싶다는 포부를 가졌다.

스마일게이트의 '한유아'도 가수로 데뷔한다. 2월 말 음원 발매를 앞두고 있다. 한유아는 AI 기반 가상인간으로, 그동안 다양한 SNS 활동을 해왔다. 12일에는 패션 잡지 'Y매거진'의 화보도 공개했다. 럭셔리 브랜드들이 참여한 이번 화보를 기점으로 음악, 연기 등 다양한 분야로 진출해 활동을 펼칠 계획이다.

백민정 스마일게이트 IP사업담당 상무는 "바야흐로 버추얼 아티스트와 협업할 수 있는 시대가 도래했다. 향후 여러 영역에서 활동하는 아티스트 한유아의 성장이 기대된다"고 말했다.

●넷마블-카카오, 버추얼 아이돌 그룹 준비

협업과 투자 등 관련 기업들의 움직임도 활발하다.

넷마블의 자회사 넷마블에프앤씨는

관련 사업을 추진할 메타버스엔터테인먼트를 설립했다. 메타버스엔터테인먼트는 또 카카오펀터테인먼트와 손을 잡았다. 메타휴먼 기술과 엔터테인먼트의 시너지를 내기 위한 협업을 추진한다는 계획이다.

양사의 프로젝트 시작은 K팝 버추얼 아이돌 그룹이다. 현재 캐릭터 개발을 진행 중인 메타버스엔터테인먼트는 독자적 세계관과 개성 강한 캐릭터들로 구성된 아이돌 그룹을 올해 중 선보일 예정이다.

SK스퀘어는 카카오페이 3D 디지털 휴먼 제작사 온마인드에 80억 원을 투자했다. 온마인드는 가상인간 '수아'를 제작해 운영하고 있다.

기업들이 이 분야에 관심을 갖는 이유는 가상인간이 소셜 플랫폼이나 광고 등에서 기대 이상의 성과를 내고 있기 때문으로 보인다. 지난해 신한라이프 광고에 등장해 이름을 알린 싸이더스튜디오 오엑스의 '로지'가 대표적이다. 로지는 이후에도 유통 등 다양한 분야의 광고모델을 꿰차면서 수십억 원의 수익을 올린 것으로 알려졌다.

IT와 엔터테인먼트의 융합, 메타버스 등 새로운 플랫폼의 등장도 가상인간의 몸값을 올리고 있다 SK스퀘어가 온마인드에 투자한 이유도 마찬가지다. SK가 보유한 각종 플랫폼과 시너지를 낼 수 있다는 계산이다.

예를 들어 디지털휴먼 기술로 메타버스 플랫폼 '이프랜드'에 실감나는 아바타를 구현할 수 있다. 또 음원 서비스 '플로'와 온라인 동영상 서비스(OTT) '웨이브'가 가상인간을 인기 아티스트로 육성해 엔터테인먼트 사업에서도 수익을 낼 수 있을 것으로 기대된다.

김명근 기자 dionys@donga.com



LG, 벤츠에 올레드 인포테인먼트 시스템 공급

2022년형 EQS모델에 탑재...파노라마 스크린 구현

LG전자가 독일 자동차 제조사 메르세데스-벤츠 AG에 플라스틱 올레드(P-OLED) 기반의 인포테인먼트(IVI) 시스템(사진)을 공급했다. 프리미엄 전기차인 2022년형 EQS 모델에 양사가 공동 개발한 인포테인먼트 시스템을 탑재했다.

이번에 공급한 인포테인먼트 시스템은 계기판, 중앙정보디스플레이(CID), 보조석디스플레이(CDD) 등 3개의 화면이 하나로 통합된 형태다. 특히 운전자와 조수석 탑승자가 각각의 화면을 독립적으로 사용할 수 있다.

LG전자는 자유롭게 휘고 구부릴 수 있는 P-OLED 디스플레이를 사용해 대시보드 전체를 곡면 형태의 파노라마 스크린으로 구현했다. 이를 위해 곡면의 유리성형, 표면처리, 디스플레이 접합 등 LG만의 차별화된 기술을 집약했다. 또 터치가 가능한 직관적 인터페이스, 초고화질 해상도, 얇은 베젤(테두리) 등을 통해 차원이 다른 사용자 경험을 제공한다는 것이 LG전자 측 설명이다.

인포테인먼트 시스템 안정성도 높였다. 정면에서 충돌 사고가 발생할 경우 차량의 탑승자가 계기판 등 차량 내부에 위치한 머리 부상을 최소화할 수 있도록 했다. LG전자의 인포테인먼트 시스템은 미국 연방자동차안전기준(FMVSS) 가운데 '내부 충격으로부터 탑승자 보호'에 해당하는 '정면 충돌 테스트'를 통과했다.

김명근 기자

올리브영, 글로벌몰서 100만 고객 확보 목표

북미서 매출 80%...현지 외국인 고객 마케팅 강화

헬스&뷰티(H&B) 스토어 CJ올리브영이 연내 자사 글로벌몰에서 100만 명 고객 확보를 목표로 제시했다.

2019년 6월 오픈한 올리브영 글로벌몰은 해외 150여 개국 고객이 현지에서 한국 화장품을 구매할 수 있는 역직구(온라인 해외 직접 판매) 플랫폼이다. 지난해 하반기 매출은 2019년과 비교해 20배가량 늘었다. 첫 해 3만 명 수준이었던 멤버십 회원도 지난해 30만 명을 넘어섰다. 같은 기간 취급 품목 수도 2000개에서 1만 개로 늘었다.

글로벌몰 매출의 80% 가량이 북미 지역에서 발생하고 있어, 올해 미국과 캐나다에 거주하는 현지 외국인 고객 확대에 집중한다는 계획이다. 또 글로벌몰에서의 현지 외국인 고객의 구매 행태를 분석해 상품군 강화, 큐레이션, 마케팅에 적극 활용한다. 상품 구매 후기 작성 시 제공하는 혜택을 강화해 리뷰를 늘리고 결제 수단도 다양하게 도입할 예정이다.

회사 측은 "글로벌몰을 통해 현지 외국인 고객에게 한국 화장품을 소개하는 동시에, 국내 중소기업의 수출을 지원하는 'K뷰티 게이트웨이' 역할에 주력할 계획"이라며 "해외시장에서의 K뷰티 성장 기회요인을 적극 발굴하고, 한국 화장품의 세계화를 가속화할 것"이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

맥도날드 행운버거 100만 돌파, 기부액 1억 달성



맥도날드가 연말연시 한정 메뉴로 선보인 행운버거(사진) 판매량이 100만 개를 돌파했다. 판매량에 따라

적립되는 기부금액도 1억 원을 달성했다. 26일까지 판매하는 행운버거는 새해 행운을 기원하고 따뜻한 나눔 활동에도 동참할 수 있는 연말연시 한정 메뉴다. 고객이 행운버거 단품 혹은 세트 1개를 구매할 때마다 100원씩 기부금이 적립된다. 올해는 출시 2주 만에 1억 원의 기부금이 적립됐다. 적립된 기부금은 한국RMHC에 기부해 중증질환 어린이 치료에 사용될 예정이다.

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

압도적 크기의 초대형 SUV가 온다...쉐보레 '타호' 사전계약 실시

성인 7명 탑승해도 편안한 넓은 실내 강력한 퍼포먼스·안정적 오프로드 지원 온라인 샵에서 판매...가격 9253만원

쉐보레가 압도적 존재감을 갖춘 초대형 SUV '타호(TAHOE)'를 국내 시장에 선보인다. 12일부터 쉐보레 온라인 샵에서 사전계약에 돌입했다.

미국에서는 6000만 원대의 LS트림부터 판매하지만, 국내에는 최고 등급의 하이컨트리(High Country) 모델만 들어왔다. 2열 파워 릴리즈 기능이 적용된 캡틴시트와 3열 파워 폴딩 시트가 탑재된 7인승 모델이다. 5세대 신형 타호의 가격은 9253만원(개소세 인하 기준)이며, 다크 나이트 스페셜 에디션은 9363만 원이다.

1억 원대에 가까운 가격이지만 관심은 뜨겁다. 할리우드 영화나 드라마에서 경호차량으로 자주 등장한 럭셔리 초대형 SUV이며, 'SUV의 제왕'이라 일컫는 캐딜락 에스칼라이드(ESCALADE)와 플랫폼을 공유하는 형제 차량이기 때문이다.

크기는 압도적이다. 전장 5352mm, 전폭 2057mm, 전고 1925mm라는 어마어마



쉐보레 타호는 5352mm의 전장과 3071mm의 광활한 휠베이스를 갖춘 초대형 SUV로 높은 관심을 받고 있다. 국내에는 최상위 모델인 하이컨트리만 판매되며 가격 9253만 원부터다. 쉐보레 타호 적재 공간은 2열까지 모두 접으면 최대 3480리터의 공간이 확보된다.

한 차체 길이를 자랑한다. 휠베이스는 3미터가 넘는 3071mm로 그야말로 광활한 실내공간을 확보하고 있다. 2열 레그룸은 1067mm이며, 특히 3열 레그룸은 성인 남성도 편안하게 탑승할 수 있는 886mm에 달한다. 성인 7명이 탑승해도 장거리 이동에 전혀 무리가 없을 정도다.

초대형 SUV답게 적재용량도 탁월하다. 3열을 편 상태의 기본 적재용량은 722리터, 2열까지 모두 접으면 최대용량은

3480리터에 달한다.

퍼포먼스도 압도적이다. 6.2L V8 직분사 가솔린 엔진과 10단 자동변속기가 탑재돼 최대 출력 426마력, 최대 토크 63.6kg·m의 강력한 힘을 자랑한다. 최대 견인력은 3493kg이다.

4륜 구동 시스템이 기본으로 장착되며, 어댑티브 에어 라이드 서스펜션이 적용돼 고속 주행 시 자동으로 지상고를 20mm 낮춰 공기역학과 연비를 개선해주며 오프로



드 주행 시에는 모드에 따라 25mm에서 최대 50mm까지 차고를 높여 안정적인 오프로드 주행을 지원한다.

또한 대형 SUV에서 흔히 발생할 수 있는 진동과 롤링 현상을 방지하기 위해 1000분의 1초 단위로 노면을 스캔하며 세계 최고 수준의 반응속도를 자랑하는 마그네틱 라이드 컨트롤이 장착돼 노면 상태와 상관없는 최적의 승차감을 제공한다.

원성열 기자 seren@donga.com