



BMW 코리아는 7월31일까지 인천 영종도 BMW 드라이빙 센터에서 M 50주년을 기념해 다양한 M 모델을 전시한다. 사진제공 | BMW코리아

## BMW, M 모델 50주년 이벤트

7월까지 영종도 드라이빙 센터에 M 모델 전시

BMW 코리아(대표 한상운)가 2일부터 7월 31일까지 인천 영종도 BMW 드라이빙 센터에서 고성능 브랜드 M 설립 50주년을 기념해 다양한 M 모델을 전시하고 이벤트를 진행한다.

이번 전시는 BMW 드라이빙 센터에 위치한 M 전용 전시공간인 M 타운뿐 아니라 BMW 드라이빙 센터 내 모든 전시공간을 BMW M 하이 퍼포먼스 및 M 퍼포먼스 모델로 꾸며 팬들에게 다양한 볼거리를 제공할 예정이다.

SNS 이벤트도 진행한다. 7일까지 진행되는 이번 SNS 이벤트는 휴대폰 또는 스마트 워치 배경화면을 다운받은 후, BMW 코리아를 태그해 개인 계정에 게시하고 M 50주년 생일 축하 메시지를 해시태그로 남기면 된다. 추천을 통해 총 370명에게 M 50주년 텀블러, 아트 볼트, 3단 우산 등의 기념품을 제공한다.

한편 BMW M은 라인업 다변화와 차별화된 한정판 마케팅 전략으로 국내 시장에서 폭발적으로 성장하고 있다. BMW 코리아는 지난해 총 7가지 M 모델을 새롭게 출시하고, BMW 샵 온라인을 통한 M 한정 에디션을 21종 선보이는 등 M 모델 포트폴리오를 적극 확대하며 11종의 M 하이 퍼포먼스 모델과 17종의 M 퍼포먼스 모델을 판매 중이다.

그 결과 지난해 BMW M 모델의 국내 판매량은 전년 대비 무려 42% 성장하면서 전 세계 BMW M 내에서 5위 시장으로 성장했다. 올해 역시 전년 동기 대비 17% 성장하며 아시아 지역 판매 1위를 차지하는 등 꾸준히 상승세를 기록 중이다. 원성열 기자 sereno@donga.com

## 글로벌세아, 쌍용건설 인수작업 착수

글로벌세아(GLOBAL SAE-A) 그룹이 쌍용건설 인수에 나섰다.

2일 M&A업계에 따르면 글로벌세아 그룹은 최근 쌍용건설 최대주주인 두바이투자청(ICD) 측에 쌍용건설 인수를 위한 입찰참여의향서(LOI)를 제출하고 본격적인 인수작업에 착수한 것으로 파악됐다. 글로벌세아 그룹이 쌍용건설 인수에 나선 이유는 ICD가 전 세계적인 코로나19 팬데믹 이후 투자 계열사 포트폴리오 재정비에 나섰다 때문이다.

의류 제조 및 판매 세계 1위인 세아상역을 중심으로 업계 1위의 종합제지업체인 태림페이퍼, 글로벌 EPC 전문 기업인 세아STX 엔텍 등 10여 개 계열사를 보유한 글로벌세아 그룹은 전 세계 10개국에 현지생산법인을 두고 있으며, 2021년에는 그룹 매출 4조2500억 원을 기록했다.

업계 관계자는 “글로벌세아는 쌍용건설이 보유한 약 7조 원 규모의 양질의 수주잔고에 더해 글로벌 인지도와 시공 경험 및 기술력을 활용한 시너지를 기대하고 있는 것으로 보인다”고 평가했다. 글로벌세아 그룹은 2025년까지 섬유·패션, 제지·포장, F&B·다이닝, IT투자를 주축으로 매출 10조 원, 영업이익 1조 원 규모의 그룹으로 발전하겠다는 ‘VISION 2025’ 계획을 발표한 바 있다. 김도한 기자 dohony@donga.com

## 한국P&G, 페브리즈 비치형 실내공간용 출시

한국P&G가 ‘페브리즈 비치형 실내공간용’을 출시했다. 냄새 분자를 중화해 냄새 원인을 근본적으로 제거한다. 또 냄새가 스며들 수 있는 표면에 보호막을 형성해 냄새 분자의 방출을 막아 냄새 재발을 방지한다. 실내 공기 흐름을 고려한 공기 역학 설계로, 밀폐된 공간에서도 강력한 탈취력을 자랑한다. ‘코튼&블루 제스민’, ‘라일락&피오니’, ‘화이트 티&라일락’ 등 3종의 프리미엄 향으로 구성했다.

## 엘앤피코스메틱, 사회적 거리두기 해제 효과에 함박웃음



메디힐 모델 에스파



엘앤피코스메틱이 코로나19 사회적 거리두기 해제와 실외 마스크 착용 의무 해제 효과로 연신 미소 짓고 있다. 메디힐 모델 에스파와 리뉴얼 출시한 마스크팩 제품, 메디힐 ‘티트리 수딩 선크림’과 ‘세범 밸런싱 선크림’, 메이크업 ‘아이크라운 아트크로스틱 섀도’ (왼쪽부터 시계방향). 사진제공 | 엘앤피코스메틱

## “마스크 벗으니, 마스크팩이 잘 팔리네”

뷰티업체 엘앤피코스메틱이 코로나19 사회적 거리두기와 실외 마스크 착용 의무 해제 효과로 함박웃음을 짓고 있다. 실외 활동이 늘면서 화장품 구매가 활발해진 분위기과 맞물려 메디힐의 마스크팩과 선크림, 메이크업의 색조화장품 판매가 증가하고 있기 때문이다.

### ● ‘마데카사사이드 에센셜 마스크’ 인기

먼저 지난해 12월 말 리뉴얼해 선보인 메디힐의 주력 제품인 마스크팩이 인기다. 건강한 피부를 넘어 일상 속 모든 순간의 만족을 기반으로 힐링을 전한다는 브랜드 정체성과 함께 제품명, 성분, 패키지 디자인 등을 재정의한 게 주효했다. 제품 디자인에는 자연에서 온 추출물로 이뤄진 대표 성분의 이미지를 담아 깨끗하고 순수한 성분으로 피부를 편안하고 부드럽게 케어한다는 의미를 표현했다.

대표 상품은 ‘마데카사사이드 에센셜 마스크’다. 4월 말 누적 판매 100만 개를 돌파하고, 5월 누적 판매 수량 135만 개를 기록

했다. 2분기에 코로나19 사회적 거리두기와 실외 마스크 착용 의무 해제와 함께 판매 호조를 보이고 있다는 게 회사 측 설명이다. 이 제품은 병풀의 잎, 뿌리, 꽃 등 모든 부위를 담은 4-센텔라 콤플렉스와 저온초음파추출법을 적용한 4-TECA 등의 핵심 성분을 함유해 피부 진정은 물론 잡티와 균일한 피부톤 관리를 돕는 등 피부 트러블 애프터케어에 탁월하다.

‘티트리 에센셜 마스크’와 함께 피부 트러블 흔적을 케어하는 비포-애프터 스킨케어 루틴을 추천한다. 티트리와 병풀의 진정 효능 차이에 주목한 게 핵심이다. 회사 측은 “피부 트러블이 발생하기 전과 직후에는 자극받은 피부를 진정시키고 유수분 밸런스를 케어하는 ‘티트리 에센셜 마스크’를, 자극받은 피부가 어느 정도 회복했다면 ‘마데카사사이드 에센셜 마스크’를 사용할 것을 추천하

다”고 했다.

### ● 선크림과 색조화장품도 판매 증가

봄·여름 시즌과 함께 코로나19 사회적 거리두기 해제로 외출이 잦아지면서 메디힐의 선크림 매출도 늘었다. 3월 말 출시한 ‘티트리 수딩 선크림’과 ‘세범 밸런싱 선크림’이 대표 상품이다. 4월 말까지 헬스&뷰티(H&B)스토어 CJ올리브영 누적 판매 9511개를 기록한 데 이어, 상승세를 타고 5월 2주차에 누적 판매 1만 개를 돌파했다.

‘티트리 수딩 선크림’은 메디힐 독점 성분인 티트리 카밍 바이옴을 함유해 민감한 피부에 산뜻한 진정을 선사한다. ‘세범 밸런싱 선크림’은 피부에 보송하게 밀착돼 피부를 케어하고 자연스러운 톤업을 돕는다. 두 제품 모두 자외선 차단과 피부 보호에 탁월하다. 자외선 차단 지수

테스트를 완료했고 피부 자극 지수 제로 판정을 받았다. 또 공기중 인크와 FSC 인증 패키지를 적용해 친환경 요소도 강화했다. 회사 측은 “선크림 2종은 메디힐의 브랜드 노하우와 뷰티 트렌드를 담은 제품력을 바탕으로 소비자의 사랑을 받고 있다”며 “엔데믹 특수로 외출이 활발해진 시점에 선크림 제품에 대한 관심이 고조되는 분위기와 맞물려 야외활동 시 챙겨야 할 파우치템으로 주목받고 있다”고 했다.

실외 마스크 착용 의무 해제와 함께 그동안 주목했던 색조 화장품 판매도 다시 활력을 얻는 분위기다. 메이크업의 ‘아이크라운 아트크로스틱 섀도’가 대표 상품으로, 5월 기준 전년 동기 대비 134% 판매 상승률을 기록했다. 사용부위에 따라 두께와 제형을 차별화한 스틱섀도우로, 가루날림과 도구 없이 눈 메이크업을 간편하게 할 수 있다. 뭉침없이 쉽게 지워지지 않는 지속력과 부드러운 발림성, 매혹적인 색감과 발색력이 특징이다. 정정욱 기자 jjay@donga.com

## 삼성전자-네이버, 국내 첫 ‘이음 5G’ 상용화 협력

일반 기업에서 직접 5G망 구축 건물 내 자율주행 로봇 등 활용

삼성전자와 네이버가 국내 첫 ‘이음 5G’ 상용화에 나섰다. 이음 5G는 5G 특화망이다. 이동통신 사업자가 아닌 일반 기업에서 직접 5G 망을 구축하는 것이다. 와이파보다 고성능질과 이동성, 확장성, 보안성에서 강점을 가진다.

건물 등 특정 지역에서 자율주행 로봇이나 스마트팩토리 등의 서비스 구현에 활용할 수 있다. 국내에선 지난해부터 4.7GHz와 28GHz를 특화망 전용 주파수로 할당하고 상용 서비스를 위한 준비를 진행해 왔다. 지난해 12월 네이버클라우드를 시작으로 LG CNS와 SK네트웍스서비스 등이 5G 특화망 사업자 등록했다. CJ올리브네트웍스 등도 사업을 추진하기로 했다.

삼성전자는 네이버클라우드와 경기 성

남 네이버 제2사옥 ‘1784’에서 국내 최초 이음 5G 서비스를 위해 협력하고 있다. 삼성전자의 이음 5G 전용 장비를 1784에 적용한 데 이어, 무선국 개설 인허가 절차를 완료해 국내 최초 5G 특화망이 도입된 테크컨버전스 빌딩을 구축했다. 상용화는 이달 중 이뤄질 것으로 보인다.

1784는 5G 특화망 도입을 통해 인공지능(AI), 로봇, 자율주행 등 첨단기술이 융합된 혁신 서비스를 실행하는 ‘테스트베드’ 역할을 하게 된다. 특히 양사는 세계 최초로 5G 특화망과 클라우드를 기반으로 한 자율주행 로봇 서비스를 시작한다. 이음 5G에 연결된 클라우드는 로봇의 두뇌 역할을 해 수십에서 수백 대에 달하는 로봇들과 정보를 동시에 주고받을 뿐 아니라 자율주행 경로를 초저지연·실시간으로 제어한다. 이를 기반으로 로봇은 건물 내 임직원에게 택배, 커피 배달 등의 편의 서비스를 제공한다. 1784에 설치된 삼성전자



네이버 제2사옥 ‘1784’에서 이동 중인 로봇.

사진제공 | 네이버

의 이음5G 전용 기지국 라디오와 컴팩트 코어 등 통신장비는 로봇과 클라우드 사이의 통신을 연결하는 신경망으로서 핵심 역할을 하게 된다.

양사는 1784 이음5G 서비스를 시작으로, 내년 세종시에 구축 예정인 ‘각 세종’ 신규 데이터센터에서도 협력을 이어갈 예정

이다. 아울러 제조와 물류, 항만, 의료 등 여러 산업 분야의 기업들과 이음 5G 도입을 위한 논의를 진행 중이다. 솔루션 파트너사도 적극 발굴해 5G 특화망 생태계를 조성하는 등 긴밀한 협력을 지속해 나간다는 계획이다. 김병근 기자 dionys@donga.com

편집 | 김태환 기자 bong82@donga.com