



[유통] "새해에도 옴로" 유통가 소비 키워드 '자기만족' 13



[엔터테인먼트] 무술년 맹활약 기대되는 '연기파 스타' 3인방 18



# 외제차 메카 압구정에 고객 마음 울리는 기아의 '비트360'



기아차 비트360 체험관 전경.

/기아자동차



Q 르포 | 기아자동차 브랜드체험관 'BEAT360'을 가다

서울 강남구 압구정로를 지나다가 보면 빨간색의 역동적인 건물이 눈을 사로잡는다.

개장 후 4개월 만에 누적 방문객 4만명을 돌파하며 도심 속 문화공간으로 자리잡은 기아자동차의 첫 브랜드 체험공간인 'BEAT360(비트360)'이다.

기아차는 비트360에 신선한 영감과 감동적인 울림으로 고객의 삶을 다채롭게 만들겠다는 철학을 담았다. 눈에 띄는 건물의 외관은 차체를 타고 흐르는 역동적인 공기의 움직임을 형상화했다. 보는 각도와 시간대에 따라 다양한 분위기를 선사해 눈길을 끈다.

이에 지난달 26일 기아차의 브랜드 문화 공간인 비트360을 찾았다.

강렬한 외관에서부터 기아차의 울림이 느껴지는 듯했다. 비트360이라는 명칭에는 여러 의미가 담겨 있다. 'BEAT'는 사람 마음에 울림을 준다는 뜻이다. '360'이라는 숫자도 각각 의미하는 바가 다르다. '3'은 비트360의 카페, 가든, 살롱의 세 공간을 가리킨다. '6'은 사람의 오감 외에 비트 360에 오면 새로운 감각 하나를 더 얻어간다는 뜻이고 '0'은 세 공간에 경계가 없다는 것을 의미한다.

도슨트(전시물 안내자)의 안내로 가장 먼저 카페 공간을 살펴봤다. 카페 공간은 커뮤니티 라운지, 스미스 티 카페, 아틀리에로 이뤄져 있다.

커뮤니티라운지에서는 음악콘서트와 북콘서트 등 다양한 이벤트가 열린다. 카페 한편에는 신진 작가를 소개하고 그들의 예술활동을 지원하는 공간인 아틀리에도 마련돼 있다. 한국에 하나밖에 없다는 스미스 티 카페에서는 다양한 차를 즐길 수 있다. 이 외에도 카페존에는 모닝, 스토닉 등 기아자동차의 소형차가 전시돼 있다. 방문객은 누구나 차에 탑승해서 차량을 살펴볼 수 있다.

카페 옆쪽에는 기아차와 관련된 물건을 구매할 수 있는 작은 상점이 자리하고 있다. 도슨트는 "기아차의 시트 제조공정에

기아차 체험관 도심 문화공간으로 4개월간 누적 방문객 4만명 돌파 세계 최초 디지털 도슨트 접목해

공간별 다양한 체험할 수 있는 카페·가든·살롱 등 한자리에

서 발생하는 자투리 가죽을 재활용해 만든 가죽가방이 인기상품"이라고 설명했다.

가든 공간에는 휴식을 즐기며 기아차의 SUV 모델을 감상할 수 있는 테라스 존, 기아자동차의 튜닝 브랜드인 튜온의 자동차 용품들을 만나볼 수 있는 공간인 베이 스캔즈 존, 가죽과 함께 아웃도어 감성을 느낄 수 있는 야외 쉼터인 힐링존으로 구성돼 있다.

마지막 장소는 살롱이다. 이곳의 서라운드 미디어 존에서는 기아차가 꿈꾸는 미래의 모습을 실제 차량에 탑승한 채 관람할 수 있다. 관람객이 차량에 올라타자 "웬홀에 진입했습니다"는 안내 음성과 함께 우주여행이 시작됐다. 미래의 자동차는 여러 위험요인들을 탑승자에게 설명하며 우주를 달렸다.

살롱에서는 전문 상담원에게 차량 구매 상담을 받을 수 있는 공간인 카 카운슬링 존도 있다. 옆을 보면 뮤직 라운지가 있다. 이곳은 어두운 채도와 간접적인 조명으로 편안한 분위기를 연출했다. 이곳의 차량 시트를 형상화한 최고급 가죽 소파에 앉아 헤드폰을 통해 추천음악을 들으며 휴식을 취할 수 있다. 소파에 앉아서 헤드폰을 끼고 태블릿PC를 통해 음악을 선택하자 선택한 차종에 어울리는 노래가 흘러나왔다.

뮤직 라운지 앞에는 스티어링 휠이 전시되어 있다. 도슨트는 "보통은 콘셉트 카와 실제 양산되는 차가 많이 다른데 이 조형물은 6년 전 프랑크푸르트에 전시된 차와 실제 양산된 차가 얼마나 비슷한지 보여주는 것"이라고 설명했다.

도슨트의 설명이 끝났다고 생각할 무렵



서울시 강남구에 있는 비트 360 내부.



관람객은 차에 탑승한 채로 기아자동차가 꿈꾸는 미래의 모습을 체험할 수 있다.

최첨단 디지털 기기인 홀로렌즈를 건넜다. 홀로렌즈를 착용하고 자동차의 앞자 눈앞에 디지털 도슨트가 나타났다. 그는 "니와 함께 도심을 누려볼까요"라고 경쾌한 목소리로 자동차의 특징을 설명해줬다. 자동차의 차선이탈방지 모습을 눈앞에서 생생하게 볼 수 있다.

이 외에도 모닝, K7과 같은 전시된 차량 앞에 서면 디지털 도슨트가 등장해 차량의 콘셉트와 기능, 장점 등을 설명한다. 비트 360의 디지털 도슨트는 세계 최초로 매개 현실로 제작된 차량 체험 콘텐츠다.

압구정역 근처에서 근무하는 직장인 김영석(36)씨는 "점심시간에 줄곧 일반카페만 찾다가 이곳에 오니 스티어링도 탑승하고

커피도 마실 수 있어 좋다"고 말했다. 카페에서 아이들과 함께 사진을 찍는 화목한 가족도 눈에 띄었다. 기아차에 대한 외국인들의 관심도 적지 않았다. 벤츠, BMW의 대형 SUV에 비해 가격이 절반이상 저렴한 '쏘렌토'를 살피며 "Great!"을 외쳤다.

한편 기아차의 다양한 자동차를 체험하고 휴식도 즐길 수 있는 비트360은 9시부터 21시까지 운영한다. 매월 셋째 주 월요일은 정기휴관일이다. 기아차의 브랜드와 상품에 대한 설명을 해주는 도슨트 서비스는 홈페이지를 통해 예약할 수 있으며 5명 이상부터 40명 미만까지 가능하다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

/구서윤·김현정·나유리·유재희·임현재·정연우 인턴기자