

“애들은 가라~” 어른들을 위한 넥슨의 야심작 ‘카이저’

〈모바일 다중접속역할수행게임〉

3년간 공들인 ‘카이저’ 내달 출시
부·명예·1대1 거래 담은 ‘R등급’
LG와 손잡고 ‘G7 씽큐’에 선택제

넥슨이 R등급(청소년이용불가) 모바일 다중접속역할수행게임(MMORPG) ‘카이저’를 내달 출시한다. 지난 3년 간 70여명의 인력을 투입해 제작한 MMORPG로, 시장에서 경쟁력 있는 오리지널 지식재산권(IP)으로 자리매김하겠다는 목표다.

넥슨은 16일 서울 광화문 포시즌스호텔에서 카이저 미디어 쇼케이스를 열고, 모바일게임 ‘카이저’를 내달 7일 출시한다고 밝혔다.

이 게임은 인기 PC게임 ‘리니지2’의 개발을 맡았던 채기병 패스파인더에이트 PD가 주축이 돼 개발한 게임이다. 사전 예약 약 한 달 만에 100만명이 넘는 신청자



박재민 넥슨 모바일사업본부장이 환영사를 하고 있다.

/손진영 기자 son@

가 몰렸다.

게임 슬로건은 ‘세상에 없던 R등급 모바일 MMORPG’다. 부, 명예, 권력을 키워드로 1대1 개인 거래 등 성인만이 즐길 수 있는 콘텐츠를 선보인다는 의미가 담겼다. R등급은 해외에서 18세 이용가 등

급을 뜻한다.

1대1 아이템 거래 기능은 2000년대 PC 온라인 게임에서 시장경제 활성화를 위해 주로 사용된 기술로, 국내에서 처음으로 모바일게임에 도입했다.

채기병 PD는 “카이저에서는 플레이어

들이 스스로 가치를 만들어가는 시장경제를 체험할 수 있다”며 “포화된 MMORPG 시장에서 진정한 MMORPG의 감성을 제공할 것”이라고 말했다.

모바일에 담아낸 풀3D 그래픽과 길드 간 경합을 펼치는 ‘장원쟁탈전’도 눈에 띈다.

경쟁작으로는 엔씨소프트의 인기작인 MMORPG ‘리니지M’가 꼽힌다.

넥슨 김현욱 실장은 “리니지M은 모바일 MMORPG에 한 획을 그은 게임”이라며 “카이저가 분명한 색을 가지고 있는 만큼 두 게임 모두 공생하는 구조가 만들어질 바란다”고 말했다.

카이저는 오는 18일 출시 예정인 LG전자의 플래그십 스마트폰 ‘G7 씽큐’에도 탑재된다. 지난 4일부터 넥슨과 LG전자는 서울 용산역과 경기 하남 스타필드 등 전국 50여곳에서 신제품 체험 부스인 ‘LG G7 씽큐 스퀘어’를 공동운영하고 있다.

넥슨 측은 “LG전자와 전략적 제휴를 맺고 카이저를 G7 씽큐에 선택제했다”며 “삼성전자와의 파트너십도 충분히 열려 있다”고 말했다.

‘카이저’는 안드로이드 및 iOS 운영체제 이용자를 대상으로 6월 4일 사전 오픈 서비스를 시작하고 7일 정식 출시에 돌입한다.

넥슨 박재민 모바일사업본부장은 “카이저’가 모바일게임 시장에서 새로운 경쟁력을 갖춘 자체 IP로 자리매김할 것으로 기대한다”며 “올해도 ‘카이저’를 포함해 장기적으로 호응을 얻을 수 있는 다양한 게임을 지속적으로 선보이겠다”고 강조했다.

한편, 이날 현장에서는 카이저 공식 홍보모델로 발탁된 배우 유지태가 무대에 깜짝 등장해 눈길을 끌었다. 유지태는 “완성도 높은 게임성을 앞세운 ‘카이저’의 홍보모델이 돼 기쁘게 생각한다”고 소감을 밝혔다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

버건디·골드 영롱한 색 입은 ‘갤S9·S9+’

삼성전자 신규 색상 선보

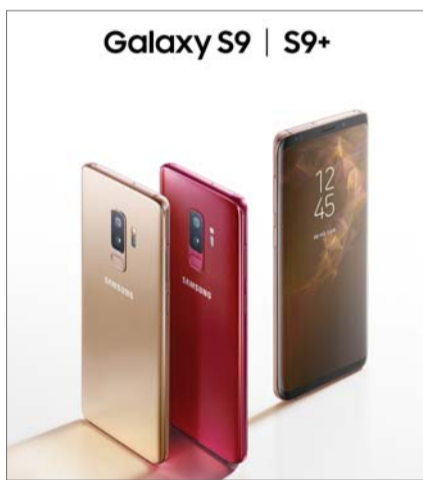
삼성전자가 전략 스마트폰 ‘갤럭시 S9·S9+(플러스)’ 버건디 레드와 선라이즈 골드 색상을 신규로 선보인다고 16일 밝혔다.

버건디 레드는 레드 와인에 빛이 투영되었을 때 느껴지는 깊고 풍부하지만 깨끗한 느낌을 표현한 색상이다. 지난해 ‘갤럭시 S8’을 통해 처음 선보였다.

선라이즈 골드는 태양빛이 공기 중에 부딪히는 순간의 아름다움을 표현한 색상이다. 스마트폰 최초로 적용된 삼성만의 글라스 표면 처리 공법을 적용해 새틴 원단에서 느껴지는 고급스러운 광택의 느낌을 최상으로 이끌어내 생동감과 차분함을 동시에 제공한다.

이로써 갤럭시 S9·S9+는 미드나잇 블랙, 코랄 블루, 라일락 퍼플에 이어 버건디 레드, 라일즈 골드 색상까지 총 5개의 색상을 갖추게 됐다.

삼성전자는 갤럭시 S9·S9+ 신규 색상 모델 출시를 맞아 17일부터 전국 주요 도시에서 더욱 새로워진 갤럭시 스튜디오를 운영한다. 갤럭시 스튜디오에서는 프리뷰 상태에서도 정보 확인이 가능한 ‘빅스비 비전’과 유명 브랜드 색조 제품으로



가상 메이크업을 해볼 수 있는 ‘AR 메이크업’도 체험할 수 있다. 또한, 배틀 그라운드와 검은 사막 등 인기 게임도 갤럭시 S9·S9+로 더욱 몰입감 있게 즐길 수 있다.

또한 새롭게 단장된 전국 4000여개의 모바일 특화 체험매장 ‘S·Zone’에서도 갤럭시의 신규 색상을 만나볼 수 있다.

버건디 레드 색상은 국내에서 64GB 모델로 오는 25일 출시되며, 선라이즈 골드 색상은 64GB 모델로 6월 초 출시될 예정이다. 갤럭시 S9의 가격은 95만7000원, 갤럭시 S9+는 105만6000원이다.

/구서훈 기자 yuni2514@

유럽감성+시원한 주행... 도로 위 ‘작은 거인’



르노삼성 ‘클리오’

민첩한 핸들링·강력한 토크 힘
‘소형차 한계’ 작은 실내 아쉬워



르노 클리오 주행 모습.

‘기다림이 길어지면 반가움은 배가 된다.’

르노삼성자동차가 올해 야심작으로 선보인 소형 해치백 ‘클리오’를 만난 느낌이다. 클리오는 지난해 4월 서울모터쇼에서 공개된 뒤 젊은 소비자들에게 많은 관심을 받았다.

오랜 기다림 끝에 출시된 클리오는 기대 이상의 성능을 갖추고 있었다. 올 1분기 유럽 등 글로벌 시장에선 11만대 이상 판매된 인기요인도 확인할 수 있었다.

지난 15일 강원도 강릉과 정동진 해변 코스에서 만난 르노 클리오는 체구는 작지만 뛰어난 주행성능과 연비 등 다양한 매력을 고루 갖추고 있다. 시승 구간은 강릉 골든투립 스키야베이 호텔에서 정동진 하슬라 아트월드를 왕복하는 약 125km 구간에서 진행됐다. 도심·고속 구간은 물론 와이딩 코스를

주행했다.

디자인은 젊은 고객층을 만족시키기 충분했다. 적당한 볼륨감 있는 근육질 몸매와 차량 전체를 타고 흐르는 부드러운 곡선 라인은 단단하고 야무져 보인다. 전면부 중앙에 위치한 다이아몬드형 ‘모장주’ 엠블럼과 라디에이터 그릴, C자형 주간 주행등은 르노의 디자인 DNA를 완벽하게 담았다.

소형차지만 힘이 부족하다는 느낌은 받지 않았다. 단단한 하체와 서스펜션은 경쾌한 주행감을 물론 방지턱도 부드럽게 넘어갔다. 작은 체구에서 뿜어내는 토크 힘은 디젤 차량답게 운전 재미를 더해줬다. 클리오에 탑재된 배기량 1461cc 디젤 엔진은 최대 90마력, 22.4kg·m 토크를 내는데 체감 성능은 예상보다 뛰어났다. 한적한 고속도로에

서 주변에 차량이 없는것을 확인한 뒤 가속 페달을 깊게 밟자 순식간에 180km를 넘어섰다. 강력한 토크를 자랑하는 데다 소음과 진동을 최소화한 5세대 1.5dCi 엔진이 위력을 느낄 수 있었다.

이날 시승은 차량의 다양한 성능을 체험하기 위해 급가속과 급제동을 하는 등 다소 거칠게 주행했다. 그 결과 연비는 L당 14.7km를 기록했다. 클리오의 복합연비는 17.7km/L다. 가격적인 면에서도 소비자의 부담을 최소화했다. 이날 시승차는 인텐스(INTENS) 트림으로 2320만원이다. 1990만원에 나온 기본형 젠(ZEN)은 국내 들어온 수입차 중 가장 싸다.

다만, 아쉬운 부분은 실내공간이다. 성인 남성 5명이 탑승하기엔 다소 부담스럽다는 느낌을 받았다. /양성운 기자 ysw@

전략 MMO ‘아이언쓰론’ 전세계 동시 출시

넷마블 사전등록 등 이벤트 진행

넷마블은 차세대 전략 MMO(대규모 다중접속) 게임 ‘아이언쓰론’을 중국을 제외한 전세계에 정식 출시했다고 16일 밝혔다.

아이언쓰론은 건설과 생산, 전투 등 전통적인 전략 요소에 넷마블의 역할수행 게임(RPG) 노하우를 가미한 차세대 전략 MMO 게임이다. 360도 풀3D 그래픽으로 구현된 세계와 다양한 장전 콘텐츠, 독특한 영웅 시스템 등 기존 전략 게임과 차별화된 요소들이 특징이다.

넷마블은 지난 4월 19일 미디어 쇼케이스를 통해 아이언쓰론을 국내에 처음으로 공개하고 글로벌 사전등록을 시작했



다. 출시를 앞두고 사전등록 참가자 100만명을 돌파하기도 했다.

넷마블은 이번 아이언쓰론 글로벌 출시를 맞아 성장 전략 이벤트 등 다양한 인 게임 이벤트와, 사전 등록 보상인 게임 재화 ‘1000골드’, ‘차원의 정복자 투구’, ‘차원의 정복자 대검’을 제공하는 이벤트를 진행한다. 이벤트는 16일부터 6월 15일까지 한달간 진행된다. /김나인 기자

캠핑족 취향저격 ‘더 뉴 그랜드 스타렉스’

현대차 활용성·편의성 높은 캠핑카

현대자동차가 캠핑족의 증가에 따라 더 뉴 그랜드 스타렉스의 캠핑카를 새롭게 선보였다.

현대차는 16일 디자인을 변경하고 오토캠핑에 필요한 사양들을 다양하게 적용한 더 뉴 그랜드 스타렉스 캠핑카를 출시한다고 밝혔다. 더 뉴 그랜드 스타렉스 캠핑카는 지난해 12월 출시한 더 뉴 그랜드 스타렉스의 외관에 실내 공간 활용성과 편의성을 높인 것이 특징이다.

현대차는 더 뉴 그랜드 스타렉스 캠핑

카에 ▲베이지 컬러의 고급 가죽 시트 ▲브라운 컬러의 주름식 커튼 ▲주황색 계열의 버밀리언 컬러를 적용한 팝업텐트로 신선하고 고급스러운 분위기를 연출했다. 특히 2열과 3열에 적용한 쿠션 시트는 0도부터 90도까지 기울기 조절이 가능한데 수직으로 세워 수납공간을 확장하거나 완전히 평평하게 눕혀 취침공간으로 사용할 수 있어 실내 공간 활용성을 높인다. 뿐만 아니라 ▲냉장고-싱크세트 ▲전기레인지 ▲접이식 실내 테이블 등을 기본으로 탑재해 음식물 보관, 조리, 식사를 차 안에서 모두 해결할 수 있다.



더 뉴 그랜드 스타렉스 캠핑카 실내

이 외에도 멀티미디어를 시청할 수 있는 빔프로젝터와 50인치 스크린, 슬라이딩식 모기장 등 편의사양을 대거 적용했다. 더 뉴 그랜드 스타렉스 캠핑카의 가격은 5100만원이다. /양성운 기자