

뉴욕어도 외면한 애플스토어... 삼성·MS가 대체

Q 르포 | 공사중인 뉴욕 '애플스토어' 가보니

혁신이 사라진 애플, 현지 소비자들도 더 이상 사랑하지 않는 분위기였다. 삼성도 현지에서 맥을 못추고 있는 상황이지만, 마이크로소프트(MS)가 구원투수로 나서면서 새로운 시대를 향한 기대도 커진다.

◆애플은 지금 '공사중'

미국 뉴욕시의 별명은 '빅 뉴욕 시티'. 맨하탄 5번가에는 전세계에서 가장 방문객이 많은 애플스토어도 자리 잡고 있다. 한 때 방문객과 직원으로 발 디딜 틈이 없었던 곳이지만 지금은 공사중이다. 매장이 있던 널따란 자리는 몇 년째 높은 펜스로 둘러싸여 가려져 있다. 얼마나 공사가 마무리된 지도 확인하기 어려웠다.

애플의 현실을 떠올리게 했다. 스티브 잡스 사망 이후 제품 개선과 기능 혁신을 전혀 이루지 못하는 상황에서 콘텐츠 사업을 미래 먹거리로 선정해 안간힘을 쓰고 있지만 아직까지 기대에는 미치지 못하고 있는 모습이다.

애플은 일단 옆 건물 한 칸을 임대해 임시로 애플 스토어를 운영하고 있다. 임시 스토어도 복층에 적지 않은 규모로 운영 중이다.

방문객은 많았다. 투명한 유리벽 밖에서도 쉽게 볼 수 있었다. 테이블마다 자리를 차지한 사람들은 여행객부터 가족단위 나들이족, 점심 식사 시간 여유를 낸 직장인들로 보였다.

그러나 정작 애플 신제품을 살펴보거나 설명을 듣는 경우는 많지 않았다. 직원 숫자도 방문객만큼 많다는 소문과는 달리, 열 손가락으로 가늠하기 충분했

다. 그나마도 몇명은 서서 고객을 기다릴 뿐이었다.

방문객 대부분은 자리에 앉아서 개인 소유 스마트폰을 확인하거나 충전하기에 바빴다. 잠시 쉬어간다는 분위기가 대부분이었다.

특히 위층에서는 방문객 상당수가 점원들과 다투고 있었다. 비싼 수리비에 항의하는 내용이었다. 애플이 불필요한 수리를 하고 비용을 청구했거나, 수리 결과에 만족하지 못하는 내용이었다.

웨스트 14번가에 있는 애플스토어도 분위기는 비슷했다. 방문객 숫자가 많지 않았고, 제품 관심도도 낮았다.

◆MS와 손잡고 빈자리 노리는 삼성

삼성전자가 그 자리를 넘볼 상황은 못했다. 뉴욕에 있는 삼성전자 체험형 매장인 삼성 837을 방문해보니, 참담하다는 생각이 들 정도로 아쉬움이 컸다.

새로운 플래그십 노트10이 출시된 직후였지만, 방문객은 다섯명 안팎에 불과했다. 현장 직원이 2배 이상 말을 정도였다.

점원 적극성도 낮았다. 1층에 있는 브리핑 공간에서도 갤럭시 노트10을 소개하고 있지 않았다. 갤럭시 노트10 전시 공간도 2층에 몰려 있었고, 갤럭시 워치 액티브2와 갤럭시북S 등 신제품은 아예 없었다. 언제 볼 수 있느냐는 질문에, 점원은 모른다고 대답했다.

그렇다고 삼성전자가 미국 소비자들에 외면받고 있다는 얘기는 아니다. '갤럭시노트 10 언팩' 행사에 일반인들의 관심도 높았고, 행사가 끝난 후 뉴욕 시내에 있는 일부 대형 전자 매장에는 적

공사장 옆 건물서 임시스토어 운영 방문객 왕왕 있지만 신제품 관심 ↓ 대부분 폰충전하거나 컴퓨터로 이용 비싼 수리비·수리결과 놓고 설전도

삼성전자 체험형 매장 '삼성837' 방문객 적고 소극적 응대 아쉬워 MS스토어, '갤노트10' 적극 홍보 연동 콘텐츠 등 협업 분위기 물씬

많은 소비자들이 제품을 보러 일부러 찾기도 했다.

특히 맨하탄 5번가에 있는 MS 스토어는 매장 1층의 절반 이상을 노트10에 할애하고 있었다. 자사 제품보다도 비중이 높았다. 점원들도 먼저 다가가 제품을 체험해보겠냐고 적극 권했으며, 소비자들도 끊임없이 방문해 노트10을 체험해봤다.

엑스박스(X-BOX) 컨트롤러와 오피스 연동 등 기능도 적극적으로 소개하고 시연할 수 있게 했다. PC게임을 노트10으로 즐기게 하는 서비스는 아직 준비하지 못했다며 점원은 미안해하기도 했다.

삼성이 MS와 협업하면서 예상되는 효과는 또 있다. 일각에서는 현지 소비자들이 미국 브랜드라는 이유로 애플에 집착하고 있다고 보고 있다. 갤럭시가 미국 대표 기업인 MS와 밀접하다는 인식이 확대되면 갤럭시 브랜드 이미지를 크게 제고할 수 있다는 예상도 여기에서 나온다.

/뉴욕(미국)=김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr



미국 뉴욕 맨하탄 5번가에 있는 애플스토어는 전세계에서 가장 유명하지만, 지금은 공사중이다.



뉴욕에 있는 삼성 모바일 체험관 '삼성837'. 갤럭시 노트10이 출시된 직후에도 반응이 뜨겁지는 않았다.



갤럭시 노트10은 MS 엑스박스 패드와 오피스 솔루션에서도 아주 중요한 역할을 맡았다. 추후 클라우드 게임 서비스에서도 핵심 역할로 주목받을 전망이다. /김재용 기자

현대·기아차

해외 최대 생산기지 중국서 인도로 이동

현대·기아자동차의 최대 해외 생산 기지가 중국에서 인도로 이동하고 있다. 11일 한국자동차산업협회에 따르면 올해 상반기 중국 공장 총 생산량은 44만1560대로 전년 동기(55만4629대) 대비 20.4% 줄었다. 현대차가 28만8060대, 기아차가 15만3500대로 각각 23.9%와 12.8% 감소했다.

이 같은 기조가 연말까지 유지되면, 중국 생산량은 연간 100만대를 밑돌 가능성이 높다. 2010년 104만3307대를 기록한 이후 10년 만에 가장 저조한 성적표다. 생산능력 270만대의 3분의 1에 불과한 수준이다.

반면, 인도 공장 생산량은 꾸준히 증가세를 이어가고 있다. 현대차 인도공장의 상반기 생산량은 35만1837대로 지난해 같은 기간보다 1.1% 늘었다.

현대차는 인도공장 생산량 40%를 수출하고 있다. 기아차도 생산물량 일부를 아프리카·중동, 아시아·태평양, 중남미 등 신흥시장으로 수출해 인도 신흥시장 판매 확대를 위한 교두보로 활용할 계획이다. /양성운 기자 ysw@

피부컨디션 맞춰 관리... 홈뷰티족에 딱

구기자의 뜰구쓰구

LG전자 홈 뷰티기기 'LG 프라엘 플러스'

3주간 사용... 피부개선 효과 특출 '더마 LED마스크' 9분간 맞춤 케어 리프트업 등 주변기기과 시너지

LG전자는 지난 2017년 론칭한 프리미엄 홈 뷰티기기 '프라엘'을 한 단계 업그레이드한 2019년형 신제품 'LG 프라엘 플러스'를 지난달 출시했다. 프라엘의 장점을 유지하면서 안전성과 성능을 높였다.

LG 프라엘 플러스를 3주간 사용해봤다. 매일 꾸준히 사용하지는 못했지만 사용한 날과 안 한 날의 피부 상태 차이를 분명하게 체감할 수 있었다.

LG 프라엘 플러스는 ▲더마 LED 마스크 ▲토탈 리프트업 케어(탄력 관리 및 리프팅) ▲갈바니 이온 부스터(화장품 흡수 촉진) ▲듀얼 브러시 클렌저(클렌징) 등 4종으로 구성된다.

◆더마 LED 마스크 "전작 대비 LED 개수 30% 늘려"

가장 기대했던 제품은 더마 LED 마스크다. 피부톤 개선과 탄력 관리에 도



더마 LED 마스크를 착용한 모습.

움을 주며, 프라엘 4종 중 더마 LED 마스크만 구매하는 소비자가 많아 대표 제품이라고 할 수 있다.

더마 LED 마스크는 평소에 쓰던 스킨·로션을 바르고 마스크 안에 있는 안경에 눈을 맞추듯 쓰고 편히 누워 있기만 하면 된다. 전원을 켜고 시작 버튼을 누르면 "케어를 시작합니다"라는 안내음성과 함께 9분간 피부관리가 시작된다. 안경같이 생긴 '아이 월드'가 LED로부터 눈을 보호해준과 동시에 마스크를 쓴 상태에서 앞을 볼 수 있게 해줘 리모컨을 조작하기에 편리하다. 3분 단위로 남은 시간을 알려준다.



LG 프라엘 플러스 4종. 더마 LED 마스크(상단)와 갈바니 이온 부스터, 듀얼 브러시 클렌저, 토탈 리프트업 케어(하단 왼쪽부터). /구서윤 기자

더마 LED 마스크는 LG이노텍 LED를 탑재했으며 LED 불빛의 파장을 이용해 안면부위의 피부 톤과 탄력 개선에도움을 준다. 복합 LED 광원이 피부의 각기 다른 깊이에 골고루 침투해 투명하고 탄력 있는 피부로 관리해준다. 2017년형에 비해 LED 개수가 30% 늘어났다.

배터리가 없을 경우엔 "충전이 필요합니다"라는 음성이나오는 무선 충전이 가능해 충전 중에도 사용 가능한 부분이 좋았다. 케어 중간에 마스크를 벗으면 LED 조명이 꺼진다.

◆효능 높여주는 주변 기기

수분젤을 바른 후 타이팅 모드를 시작하면 빨간색의 LED 빛이 나온다. 5초 간격으로 효과음이 울리기 때문에 이에 맞춰 피부를 끌어올리듯 마사지하면 된다. 수분젤이 충분하지 않을 경우 따가운 느낌이 들기도 했다. 이마, 볼, 턱, 목 부위의 케어가 가능하며, 갑상선이 있는 목젓 부분은 피해서 사용해야 한다.

갈바니 이온 부스터는 갈바니 이온, 초음파, 온열 등을 복합적으로 사용해 유해 물질을 제거하고 화장품의 유효 성분은 피부 속 깊은 곳까지 침투시켜주는 흡수 촉진 기기다.

세안 후 수분젤을 바르고 클렌징 모드를 선택한 후 왼 볼(30초), 오른 볼(30초), 코(45초), 턱(30초), 이마(45초) 순서로 얼굴을 아래에서 위로 부드럽게 닦아내듯 밀면서 사용하면 된다.

이후 세안을 한 뒤 화장품을 바르고 흡수촉진 모드로 얼굴 부위를 마사지하면 된다. 흡수촉진 모드는 화장품 속 유효성분의 침투를 돕는다. 온열 효과로 기기 헤드 부위에서 따뜻함을 느낄 수 있다.

피부에 자극이 적은 실리콘 브러시와 각질까지 완벽히 관리해주는 답클렌징용 미세도 브러시를 제공해 피부 상태에 맞게 골라 쓰면 된다. 제품 출하기는 ▲더마 LED 마스크 119만9000원 ▲토탈 리프트업 케어 59만9000원 ▲갈바니 이온 부스터 44만9000원 ▲듀얼 브러시 클렌저 34만9000원이다. /구서윤 기자 yuni2514@