

오묘한 'LG벨벳'의 색다른 숨은공신은... "나노 적층"

LG전자 'LG 벨벳' 디자인 세미나

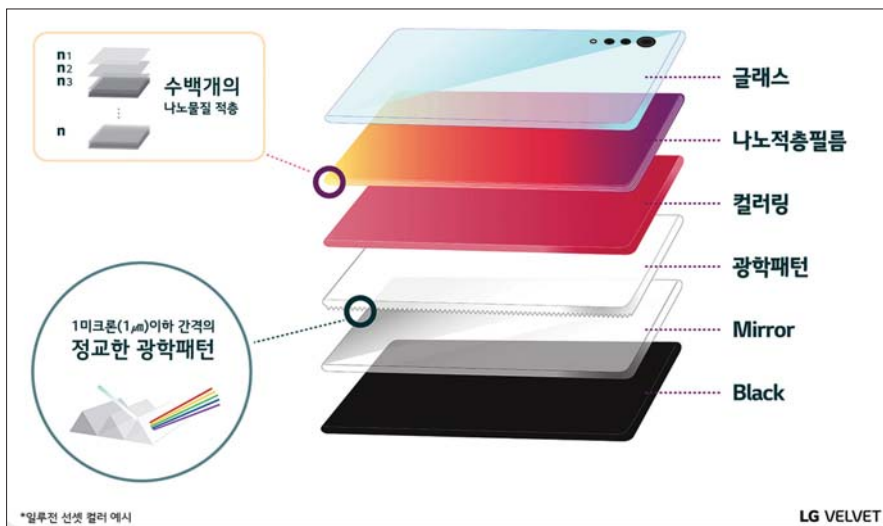
1μm 간격 촘촘한 광학패턴으로
깊고 입체감 있는 색상 표현
나노물질 수백층 쌓은 특수필름
다채로운 '일루전선셋' 완성

'기능보다 스타일에 집중한 스마트폰.'

LG전자의 전략 스마트폰 'LG 벨벳'을 설명하는 수석이다. LG전자가 19일 LG 벨벳 디자인과 후면 컬러 공법에 대한 온라인 테크 세미나를 실시했다. LG 벨벳 디자인 개발에 참여한 LG전자 MCD디자인연구소 김영호 전문위원, 유승훈 책임연구원, 최보라 책임연구원, 생산기술원 제품품질연구소 도기훈 책임연구원과 김문영 책임연구원이 참석해 LG 벨벳의 디자인과 색상을 소개했다.

김영호 전문위원은 "스마트폰이 기술적으로 고도화되고 보편화가 급속히 진행되면서 대화면과 후면의 고화소밀타카메라를 강조하는 등 획일적인 기능과 디자인의 스마트폰이 대부분이어서 스타일이 사라진 시대처럼 보인다"며 "LG전자가 추구하는 디자인 철학은 단순함과 간결함을 추구하는 미니멀리즘이고, 이를 반영해 고기능보다 스타일에 집중한 스마트폰 LG 벨벳을 만들었다"고 강조했다.

LG 벨벳의 디자인 특징은 각도에 따



라 다르게 보이는 후면 색상과 손에 착감기도록 한 '3D 아크 디자인'이다.

◆오묘한 색상의 비밀은?

LG전자는 '광학 패턴'과 '나노 적층' 기술로 각도에 따라 다르게 보이는 LG 벨벳 후면 컬러를 완성했다.

최근 출시되는 대부분의 스마트폰 후면에는 사람의 눈에 보이지 않는 일정한 모양의 광학 패턴이 그려져 있다. 이 패턴들은 스마트폰의 색상을 또렷하게 하거나 입체적으로 보이게 한다. LG 벨벳 후면에는 머리카락 두께의 1/100 수준인 1μm(마이크로미터) 이하의 간격으로 광학 패턴이 들어가 있다. 촘촘한 광학 패턴은 LG 벨벳의 색상을 더 깊이 있고, 입체감 있게 표현하는데 기여했다.

광학 패턴은 LG전자 생산기술원이

독자 설계했다. 생산기술원은 LG 벨벳의 4가지 색상인 오로라 화이트, 오로라 그레이, 오로라 그린, 일루전 선셋이 가진 독특한 느낌을 극대화하기 위해 각 색상마다 맞춤형 패턴을 적용했다. 이 공정은 정밀하게 패턴을 새겨야 하므로 과정이 까다롭고, 가공시간도 이전 제품 대비 10배 이상 소요된다.

LG 벨벳의 4가지 색상 중 가장 다채로운 색상을 보이는 것은 모델은 일루전 선셋이다. LG전자는 일루전 선셋에 '나노 적층' 기술로 만들어진 특수필름을 적용해 다채로운 색상을 구현해 냈다. 특수필름은 서로 다른 굴절률을 가진 나노 물질 수백 층을 쌓아 올려 만든다. 각각의 물질들은 서로 다른 각도로 빛을 반사하며 다채로운 색상을 낸다.



LG전자가 19일 LG 벨벳 디자인과 후면 컬러 공법에 대한 온라인 테크 세미나를 실시했다. 왼쪽 상단부터 LG 벨벳 디자인에 참여한 최보라 책임연구원, 유승훈 책임연구원, 도기훈 책임연구원, 김영호 전문위원, 김문영 책임연구원이 LG 벨벳을 소개하고 있다. /LG전자

◆3D 아크 디자인, 최상의 그림감 제공

LG 벨벳은 전면 디스플레이 좌우 끝을 완만하게 구부린 3D 아크 디자인을 처음으로 적용했다. 후면 커버도 동일한 각도로 구부러 하단에서 보면 가로로 긴 타원형 모양이다. 타원형이기 때문에 손과 밀착되는 접촉면이 넓어져 착감기는 손맛을 제공한다.

LG전자는 4가지의 곡률(흰 정도)을 적용해 최상의 그림감을 완성했다. 제품의 양끝에서부터 6.5R, 10R, 15R, 18R 순서로 곡률을 적용해 스마트폰 중심부와 가까워질수록 점차 완만해진다.

고기능 대신 스타일을 강조한 만큼 손떨림방지기능(OIS)과 고음질 오디오 칩 퀴드텍이 빠지고, 칩셋으로 5G 통합

칩인 '스냅드래곤 765'를 채용한 것은 아쉬움으로 남는다. 최근 출시되는 전략 스마트폰 대부분에는 스냅드래곤 765보다 성능이 높은 스냅드래곤 865가 쓰인다. LG 벨벳은 지난 15일 이동통신3사와 오픈마켓, LG 베스트샵, 하이마트, 전자랜드 등 자급제 채널을 통해 국내 시장에 출시됐다. 출고가는 89만9800원이다.

LG전자 김영호 전문위원은 "LG 벨벳은 새로움을 추구하면서도 보편성을 잃지 않는 디자인 원칙을 지킨 제품"이라며 "LG 벨벳에 녹아있는 디자이너의 감성적 터치가 고스란히 고객에게 전달될 것"이라고 강조했다.

/구서윤 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr

현대차 '수소 캠페인' 영상 1억뷰... 세계 주목

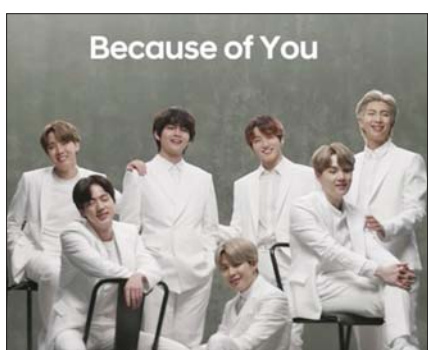
BTS 출연... 수소 메시지 등 담아

현대자동차가 지난달 선보인 '글로벌 수소 캠페인'이 선한 에너지 '수소'에 대한 세대의 공감을 이끌어 글로벌 시장에서 주목받고 있다.

현대차는 지구의 날을 맞아 선보인 방탄소년단과 함께하는 '글로벌 수소 캠페인' 특별 영상이 27일 만에 조회수 1억회를 돌파했다고 19일 밝혔다. 지난 달 22일 현대차 월드와이드 유튜브 채널을 통해 처음 공개한 이번 영상은 아름다운 대자연의 다음 세대에 물려주기 위해 지속가능성의 중요성과 수소에 대한 메시지를 담았다.

이번 특별 영상은 현대차 브랜드 캠페인 영상 중 최단기간 내 조회수 1억회를 달성하는 등 전 세계적으로 많은 이목을 집중시키고 있다.

영상속에서 방탄소년단 멤버들은 자



현대차 월드와이드 유튜브 채널에 게재된 '글로벌 수소 캠페인' 특별 영상 콘텐츠 캡처 장면.

연과 어우러지는 모습을 보여주며 자연이 선사하는 일상 속의 소중한 언어들을 강조했으며 영상 말미에는 물 이외의 오염물질을 배출하지 않는 수소전기차 '넥쏘'가 등장해 선한 에너지 '수소'와 현대차가 그려나갈 더 나은 미래에 대한 비전을 전했다.

현대차 월드와이드 유튜브 채널에는 6만 5000개 이상의 '좋아요'와 약 2400

건에 이르는 긍정 댓글 등 특별 영상에 대한 좋은 반응이 잇따랐다.

이번 특별 영상이 단기간에 많은 조회수를 달성할 수 있었던 이유로는 자연과 어우러진 방탄소년단의 영상미 뿐만 아니라 영상 속 '아름다운 대자연의 소중한 언어들'의 의미가 밀레니얼 세대 고객들에게 진정성 있게 전달돼 높은 공감대를 이끌어 낸 것으로 보고 있다.

1980년대 초반부터 2000년대 초반에 출생한 밀레니얼 세대는 제품 구매 시에도 환경과 사회에 대한 영향을 중요하게 고려하는 등 착한 소비를 주도하고 있어 수소 캠페인 역시 이들의 높은 호응을 얻고 있다. 특히 현대차는 특별 영상이 다소 낯설 수 있는 선한 에너지 '수소'와 지속가능성에 대해 다시 한번 생각할 수 있는 시간을 만들어 선한 영향력을 알릴 수 있는 계기가 될 것으로 기대하고 있다. /양성운 기자 ysw@

SK네트웍스, ICT 소외계층 지원 늘린다

세이브더칠드런과 업무협약

SK네트웍스가 정보통신기술(ICT) 소외계층 지원을 더 강화하기로 했다.

SK네트웍스는 19일 서울 마포 세이브더칠드런 본부에서 '2020 ICT 꿈나무 사업' 협약을 맺었다고 밝혔다.

이번 협약은 정보통신사업 브랜드 민트와 에이프릴스톤 등 기부 연계 프로그램으로 ICT 취약계층 아동들의 IT 기기 구매 및 교육 프로그램 활동 등 지원을 확대하는 내용이다.

앞서 SK네트웍스는 지난해부터 자사 사업을 활용한 세이브더칠드런 연계 사회공헌 활동을 진행해왔다. 민트 ATM에는 중고폰 기부 기능을 통해 2500만원 기부금을 마련했고, 지난해 말에는 무선 블루투스 이어폰 '에이프릴스



서보국 SK네트웍스 정보통신사업부장(오른쪽)과 정태영 세이브더칠드런 정태영 사무총장이 기념촬영을 하고 있다. /SK네트웍스

톤 a20'을 세이브더칠드런 에디션으로 2000개 한정 제작해 2000만원을 추가 기부했다.

SK네트웍스는 앞으로도 세이브더칠드런 기부연계 프로그램을 강화해 비즈니스 모델을 활용한 이웃돕기 등 사회적 가치 창출 확대에 힘쓴다는 계획이다. /김재용 기자 juk@

“군 장병 음악감상·VOD 맘껏 즐기세요”

KT 'Y군인 플러스' 요금제 2종 출시

KT는 현역 병사들을 위해 미디어 혜택을 담은 'Y군인 플러스' 2종을 출시한다고 19일 밝혔다. Y군인 플러스는 데이터 무제한 요금제와 함께 실시간 채널과 주문형비디오(VOD)를 볼 수 있는 시즌믹스와 지니뮤직 서비스를 더했다.

Y군인 플러스 요금제는 'Y군인 55 플러스'와 'Y군인 77 플러스' 총 2종이다. 2세대의 선호도가 높은 영상과 음악과 콘텐츠 수요를 반영해 '시즌 초이스' 혜택을 강화한 것이 특징이다.

Y군인 55 플러스는 월 5만5000원(이하 부가세 포함)에 데이터 100기가바이트(GB)를 제공한다. 데이터가 다 떨어

져도 최대 초당 5메가비트(Mbps)의 데이터를 무제한 쓸 수 있다. Y군인 77 플러스는 월 7만7000원에 데이터 완전 무제한으로, 시즌초이스 제공 콘텐츠 중 두 가지를 선택할 수 있다.

군인 요금제는 입대일로부터 24개월까지 이용할 수 있다. 가입을 원하는 군인 고객은 대리점 또는 고객 센터에 병적증명서 등 군입대 입증서류와 신분증을 제출하면 된다.

/김나인 기자 silkni@

KT엠모바일, 롯데하이마트서 알뜰폰 판매

KT의 알뜰폰(MVNO) 그룹사 KT 엠모바일은 국내 가전제품 유통 전문점 롯데하이마트 온라인 쇼핑몰에서 톱템 에블루션(LTE) 후불 유심을 판매한다고 19일 밝혔다.

롯데하이마트에 출시하는 LTE 후불 유심은 KT 엠모바일의 주요 요금제 9종이다. KT 엠모바일은 롯데하이마트에서 LTE 후불 유심을 구매한 가입자에게 온라인 직영몰과 동일한 요금할인 및 추가 데이터 혜택을 제공한다. 또 9

개 요금제 중 ▲실용 USIM 2.4 ▲실용 맘껏 2.5G ▲M 데이터 선택 USIM 10GB 등 3종에 가입한 고객에게는 유심 구매 비용과 배송료를 전액 지원한다.

오는 7월 3일부터는 롯데하이마트 일부 오프라인 매장에 LTE 후불 유심을 공급한다. 양사는 LTE 후불 유심 구매가 가능한 오프라인 매장을 지속 확대해 소비자 편의성을 높이고 알뜰폰 사업 활성화를 도모한다는 계획이다.

/김나인 기자