

‘포스트 코로나’ 맞서는 SK… 사회문제·투자 동향 제시

17일 온라인서 ‘서브 소백’ 개최
 임팩트 투자 전문가들 한자리에
 산업 트렌드, 투자 방안 등 논의

임팩트 투자 전문가들이 ‘소셜벨류 커넥트(SOVAC, 소백)’에서 ‘포스트 코로나’의 사회문제 해결 방안을 제시한다. 새로운 사회 문제와 공익과 수입을 동시에 추구하는 방법, 사회적 기업의 경영 전략 등을 집단지성으로 논의해볼 예정이다.

SK그룹은 17일 오전 10시30분부터 11시50분까지 실시간 온라인으로 진행하는 제1회 ‘SUB(서브)-소백’을 개최한다고 14일 밝혔다. 하반기 소백 본 행사를 앞두고 사전 세션 성격으로 진행되는 것이다.

주제는 ‘포스트 코로나 시대다. SOV



소백 2019 당시 최태원 회장.

/SK

AC 홈페이지에 접속하거나 유튜브에서 ‘SOVAC’을 검색하면 누구나 참여 가능하다. 실시간 참여는 물론, 행사 이후에도 해당 콘텐츠를 언제든 시청할 수 있다.

SK는 “앞으로 매월 온라인을 통해서 소백-소백을 열 예정”이라며 “코로나19가

초래한 급격한 사회 변화를 시의적절하게 점검하고, 비대면 시대에 맞춰 상시적으로 관련 논의들을 할 수 있도록 플랫폼을 만든 것”이라고 설명했다.

소백은 최태원 SK회장 제안으로 출범한 국내 최대 민간 주도 사회적 가치 축제다. 지난해 5월 처음으로 열렸으며,

사회적 기업과 대학 등 80여개 기관과 시민이 모여 다양한 사회문제 해결 방안을 모색했다. 5000여명이 참석해 성공적인 첫발을 내딛었다는 평가를 받았다.

이번 서브소백은 허재형 투트임팩트 대표가 진행을 맡고, 정경선 HGI 의장, 한상엽 SOPOONG 대표, 이덕준 D3주빌리 대표, 진윤정 소프트뱅크벤처스 이사 등 임팩트 투자 분야를 선도하는 ‘올스타급’ 인사들이 사회 변화에 따른 임팩트 투자 동향에 대해 실시간 토론한다.

임팩트 투자란, 사회 환경 문제를 해결하는 스타트업 등을 키워내 수익과 공익을 동시에 추구하는 투자를 말한다. 토론자들은 사회적 기업가와 예비 창업자들에게 실질적 도움이 될만한 산업 트렌드 변화, 임팩트 투자 유치 방안 등을 논의할 예정이다.

구체적으로는 ▲코로나19로 더 많은 이해관계자들이 사회문제를 인지함에 따라 임팩트 투자가 빠르게 대형화 하며 ▲새롭게 생겨나는 사회문제 해결 기업에게는 성장의 기회가 열릴 것이며 ▲글로벌 이동이 급격하게 감소하면서 지역 문제를 해결하는 기업이 임팩트 투자 시장에서 주목을 받게 될 것이라는 의견을 나눌 계획이다.

토론에 앞서 코로나19가 초래한 교육, 과학기술, 기후변화 환경, 사회 변화 상에 대해 고려대 마동훈 교수, 서울대 박상욱 교수, 김성우 김앤장 법률사무소 환경에너지 연구소장, 연세대 장용석 교수가 진단하는 시간도 갖는다. 행사 마지막에는 사회적 기업, 소셜벤처 대표로부터 사전에 취합한 질문에 답하는 ‘성공적인 임팩트 투자 유치를 위한 조언’도 준비됐다. /김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr

PC게임의 화려한 귀환… “모바일도 접수”

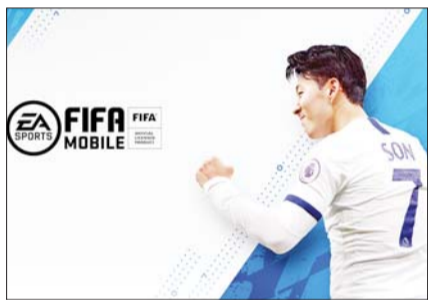
넥슨 ‘피파모바일’, ‘카트라이더’
 양대 마켓서 나란히 1·2위 흥행
 하반기 ‘바람의 나라’ 등 출격 준비

과거 흥행했던 PC 장수 게임들이 모바일로 새 단장을 하고 있다. 최근 출시된 ‘카트라이더 러쉬플러스’에 이어 넥슨의 신작 ‘피파모바일’이 모바일 게임 시장에서 흥행 조짐을 보이며 ‘복고 열풍’을 불러일으킬지 주목되고 있다.

14일 게임업계에 따르면 넥슨은 지난 10일 ‘피파모바일’을 양대 마켓에 정식 출시했다. 피파모바일은 출시 이후 이날 기준 구글 플레이에서 인기 순위 1위, 앱스토어에서는 2위를 기록하고 있다.

피파모바일은 미국 일렉트로니카즈(EA)가 1993년 콘솔 게임으로 처음 출시한 뒤 꾸준히 신작을 내며 인기를 얻어 3040세대들의 ‘추억의 게임’으로 통한다.

피파모바일은 이 게임을 모바일로 이식했다. 36개리그, 650개 이상의 클럽, 1만7000명 이상의 실제 선수 등 피파 공식 라이선스를 보유하고, 모바일 게임의 특성 상 언제 어디서나 즐길 수



넥슨의 ‘피파 모바일’.

있다. 축구 플레이에 최적화된 조작법을 구현했고, 자신만의 팀을 구성할 수 있는 점도 특징이다.

피파모바일과 함께 지난달 출시한 모바일 게임 ‘카트라이더 러쉬플러스’ 또한 한 달이 지났는데도 꾸준한 인기를 누리고 있다. 이날 기준 카트라이더 러쉬플러스는 인기 순위로 구글플레이 2위, 앱스토어 1위에 자리하고 있다.

카트라이더 러쉬플러스는 넥슨의 인기 온라인게임 ‘카트라이더’ IP 기반의 모바일게임 브랜드다. PC에서 벗어나 모바일 디바이스에 맞춘 조작감을 갖춰 게임 초보인 유저들도 손쉽게 즐길 수 있는 것이 특징이다.

웹젠의 신작 모바일 다중접속역할수행게임(MMORPG) ‘뮤아크엔젤’ 또한

2001년 웹젠이 출시한 PC 온라인 게임 ‘뮤 온라인’이라는 장수 게임을 기반으로 만들어진 신작이다.

뮤아크엔젤은 이날 기준 구글플레이 인기 순위 4위, 애플 앱스토어에서는 매출 순위 6위에 오르며 꾸준히 상위권에 자리하고 있다.

올 하반기에도 PC에서 모바일로 이식한 장수 게임들이 등장할 예정이다. 넷마블은 오는 18일 자체 IP인 PC 온라인 게임인 모바일로 재해석한 ‘스톤에이지월드’를 국내 포함 172개국에 출시할 예정이다. 이 게임은 3D그래픽으로 석기시대 생활과 펫 등 원작의 감성을 살렸다.

이밖에 넥슨은 하반기에도 ‘바람의 나라’ 모바일 버전 게임인 ‘바람의 나라: 연’을 출시할 예정이다.

업계 관계자는 “추억의 PC 게임’이 모바일로 나오면서 3040세대들의 향수를 자극하고 있다”며 “회사 입장에서도 기존 IP를 기반으로 만들어 수월한 면이 있다. 원작 감성을 담아내면서도 모바일로 즐길 수 있는 특화 서비스를 조합하는 것이 관건”이라고 말했다.

/김나인 기자 silkni@



LG전자 올레드 TV 새 광고.

/LG전자

LG 올레드 TV 광고 ‘인류의 색’ 연출 눈길

LG전자가 올레드 TV 새 광고로 오랜 기간 인류의 삶에 녹아든 색의 아름다움을 표현한다.

LG전자는 최근 올레드 TV 새 광고 ‘인류의 컬러’편을 론칭했다고 14일 밝혔다.

이번 광고는 올레드 TV의 압도적 화질로 인류가 오랜 기간 이어온 일상의 다채로운 색과 아름다움을 보여주는 콘셉트로 만들어졌다. 세계 8개 국가의 전통이 깃든 일상을 영상에 담았다.

LG 올레드 TV가 색의 아름다움을 보기에 최적이라는 의미를 전달하기 위함이다. ▲화면, 구동부, 스피커, 벽걸이 부품을 전부 내장해 TV가 벽에 완전히 밀착하는 갤러리 디자인 ▲3.85밀리미터(mm) 두께로 그림 한 장이 벽에 붙어 있는 듯한 월페이퍼 디자인 ▲화면

을 맡았다 펼쳐는 세계 최초 롤러블 등 LG 올레드 TV만의 품격 허신도 소개한다.

영상은 우선 한 여성이 LG 올레드 갤러리 TV를 시청하는 장면으로 시작해 인도네시아 전통 천연염색 기법을 보여주고, 색깔이 흘러가 인도 홀리 축제에 참가한 소녀의 손 위에 놓인 가루로 변한 후, 태국의 한 어촌마을과 방글라데시 일상 풍경 속 색으로 이어진다.

화면은 LG 올레드 롤러블 TV가 아래로 말려 내려가며 분위기를 반전한다. 이슬람 예배당 모스크의 형형색색 문양, 에티오피아 여인이 등불을 들고 걷는 모습, 터키의 딸기 농장, 베트남 농부가 전통 향초를 말리는 모습 등으로 화려한 색감을 연출했다. /김재용 기자

유리피언 사로잡은 삼성·LG 신형 TV

LG올레드 갤러리 4K TV
 삼성 QLED 4K TV ‘호평’

삼성전자와 LG전자 신제품 TV가 나란히 유럽에서 연이어 호평을 받고 있다.

14일 업계에 따르면 최근 영국 매체 AV포럼은 LG 올레드 갤러리 4K TV(OLED65GX)와 삼성 QLED 4K TV(QE55Q95T)에 10점 만점에 9점을 줬다.

AV포럼이 9점을 준 제품은 13개지만, 2020년형 모델 중에서는 LG전자와 삼성전자 제품 뿐이다.

LG전자 TV는 16개 부문 세부 평가에서 명암비, 회색조, 보정 화질, 설치 품질, 사용법 등에서 만점을 기록했다. ‘산업 디자인의 기적’이라는 평가와 함께, 얇은 두께로도 주요 기능을 구현할 수 있다는 부연 설명을 들었다.

삼성전자 TV는 스마트 기능과 쉬운 사용법 부문에서 만점을 받았다. 8K TV까지 대체할 수 있는 기능이라며 극찬을 받았다.

영국 IT 매체 T3 역시 ‘올해 최고의 TV’를 선정하며 12개 중 절반을 삼성과 LG 제품으로 채웠다. 특히 삼성 QLED TV(75Q950TS)는 종합 평가 최고의

TV로, LG OLED TV(OLED65CX)는 최고의 게이밍 TV로 선정됐다.

아울러 삼성전자는 4K LED TV와 500달러 이하 최고의 TV로, LG전자는 최고의 대형 OLED TV로 최고 자리에 섰다.

앞서 삼성 QLED TV는 독일 영상·음향 전문 평가지 비디오에서도 TV 부문 역대 최고점을 부여받은 바 있다.

LG 올레드 TV도 프랑스 크슈아지르, 네덜란드 콘수멘텐본드 등에서 최고 평점을 기록했다.

업계 관계자는 “유럽은 화질을 중시해 프리미엄 TV에 대한 선호도가 높은 편”이라며 “코로나로 TV 사용 시간이 늘어난 것도 프리미엄 TV 업체들엔 긍정적인 신호”라고 설명했다. /김재용 기자

‘LG 홈브루’, 주류 마니아들에게 눈도장

서울국제주류박람회 시음 등 소개

LG전자가 주류 마니아들에 ‘LG 홈브루’의 맛을 뽐냈다.

LG전자는 12일부터 14일까지 서울 코엑스에서 열리는 2020 서울 국제 주류 박람회에 참가했다고 밝혔다.

서울국제주류박람회는 국내 유일의 주류전문 전시회로, 올해로 18회째다. 와인과 맥주, 사케 등 국내외 주류와 관련 식품, 액세서리 등 다양한 제품을 소개한다.

LG전자는 박람회에서 LG홈브루로 만든 프리미엄 수제맥주를 시음할 수 있는 자리를 마련했다. 앞서 LG전자는 지난해 규제 샌드박스를 활용해 LG 홈브루를 이용한 시음행사를 할 수 있도록 허가를 받은 바 있다.

LG홈브루는 세계 최초 캡슐형 수제맥주제조기로, 인기 맥주 5종을 취향에 따라 직접 제조할 수 있는 제품이다. 온수살균세척시스템과 케어솔루션 매니저를 활용해 위생 관리도 철저히 하고 있다. /김재용 기자