

강남 한복판에 '휴식의 틈'... LG가 만든 MZ세대 문화공간

Q 르포 | LGU+ 복합문화공간 '일상비일상의틈' 가보니

매번 다른 스마트폰 대여 서비스
신제품 론칭 등 다양한 브랜드 팝업
오픈한지 한 달 만에 1.5만명 방문

15일 오전 방문한 서울 강남구 강남대로 426번지. 출근길로 바쁜 삭막한 도심 한가운데 위치한 일상비일상의틈에 들어가니 새소리가 귀에 들어왔다. 30미터(m) 크기의 미디어월에는 자연을 콘셉트로 한 영상이 실제 식물들과 어우러져있다. 숲에 들어선 듯 향도 퍼졌다. 천장을 올려다보니 열대우림과 같은 나무들이 우거져있다. 빗방울이 쏟아지는 듯한 효과가 연출되기도 했다. MZ세대(밀레니엄과 Z세대)를 위한 복합문화공간 '일상비일상의틈'이다.

◆LGU+, MZ세대 위한 문화공간 마련...도심 속 자연 느껴볼까

이날 서울 강남역에서 부근에서 열린 기자설명회에서 LG유플러스 김새라 마케팅그룹장은 "기존 매장이 상품과 서비스를 알리고 판매하는 장소였다면 일상비일상의틈은 고객과의 관계를 형성하기 위한 첫 단추이자 플랫폼"이라며 "3~5년 이상 장기 프로젝트를 통해 MZ세대를 공략하는 의외성을 만들고 미래 유플러스 고객을 확보하기 위한 선순환 구조, 에코시스템을 만들겠다"

고 힘줘 말했다.

일상비일상의틈은 지하 1층부터 지상 6층까지 7개층, 420평(1388m²) 규모다. 투명한 외벽으로 이뤄진 건물로 들어서보니 실제 살아있는 식물(리얼 플랜트)들과 자연을 콘셉트로 한 미디어월이 눈에 띄었다. 새소리와 싱그러움 향으로 휴식과 힐링을 느낄 수 있는 분위기를 연출했다.

1층 중앙에는 LG전자의 전략 스마트폰 'LG 윙'이 배치돼 있었다. 스마트폰을 빌려주는 투고 서비스를 통해 최대 1시간까지 이용해 볼 수 있다. "배치되는 스마트폰은 매번 다르다"고 직원이 귀띔했다.

구글과 협업해 만든 유튜브 스튜디오도 배치돼 있었는데, 전용 앱으로 이용하면 무료로 이용할 수 있다. 향후 스마트기기 신제품 론칭 이벤트, 패션·뷰티 등 다양한 브랜드 팝업도 선보일 예정이다.

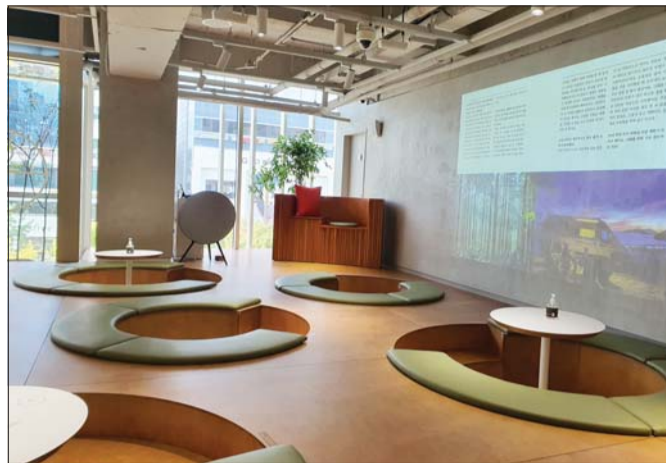
◆MZ세대 인기 브랜드 '총집합'...오픈한달 여 만에 MZ세대 1만5천명 이상 방문

2층부터 4층까지는 MZ세대들에게 인기 있는 브랜드인 카페와 독림서점, 포토스튜디오가 들어서 있다.

김새라 그룹장은 "MZ세대들이 원하는 브랜드와 서비스가 있어야 한다고



4층 '시현하다' 사진관에 위치한 포토존.



3층에 마련된 휴식 공간. 이 공간에서 아이패드를 대여해 네이버웹툰을 즐길 수 있다. /김나인 기자

생각해 이를 고려해 제휴처를 정했다"며 "각 분야의 전문성을 가진 유플러스는 내부 직원이 실시간 고객 반응을 적는 대화일지를 쓰면서 고객들의 전반적인 생각을 들어볼 것"이라고 말했다.

2층은 서퍼들에게 특히 인기있는 카페 '글라스하우스'가 직접 운영하는 공간이다. 대형 액정화면이 배치돼 강원도 양양의 해변 모습을 직접 감상할 수 있다. 카운터는 서핑보드와 동일한 재질로 제작했고, 가운데 공간은 스케이트파크와 같은 느낌으로 연출했다. 통신사에 따라 30~50% 음료 할인도 제공된다.

3층은 독립서적 책방 '스토리지북앤필름'이 운영한다. 아이패드를 대여해 네이버 웹툰을 볼 수 있는 휴식 공간이

눈에 띄었다. 4층은 '대화형 사진관' 콘셉트로 MZ세대에게 인기가 많은 '시현하다' 작가와 함께 증명사진, 스냅샷을 촬영할 수 있다. LG유플러스 이용자는 50% 할인된 가격으로 이용할 수 있다.

실제 일상비일상의틈에는 오픈 한달여 만에 1만5000명 이상의 MZ세대가 방문했다. LG유플러스에 따르면, 방문자 중 여성이 70% 이상, MZ세대가 65% 이상을 차지하고 있다. 방문 데이터가 쌓이면 이를 활용해 내부 동선이나 이벤트도 빠르게 바꿀 계획이다.

5층은 LG유플러스의 다양한 5G 서비스를 체험할 수 있는 공간이다. 대형 미디어룸에서는 'U+tv'를 통해 유튜브와 넷플릭스 등을 관람할 수 있고, 클라

우드 게임이나 스마트 홈트 등을 체험할 수 있다.

정문으로 나가서 계단을 통해 내려갈 수 있는 지하 1층에서는 반려견을 테마로 한 전시가 열리고 있었다. 유명인사들의 반려견 이름을 담은 명패가 배치돼 있고, 강아지에게 편안한 사운드파 울려 퍼졌다. 실제 반려동물을 데리고 방문해도 된다. 전시는 MZ세대 이슈와 관심을 반영해 분기별로 바뀔 예정이다.

일상비일상의틈은 매일 오전 11시부터 저녁 9시까지 운영된다. 전용 앱(일상비일상의틈)을 다운받아 통신문별 할인 혜택을 누릴 수 있으며 LG유플러스 고객은 최대 50%까지 할인이 제공된다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

'LG 시그니처' 앰버서더에 루이스 해밀턴

월드챔피언 6번...F1 최고의 드라이버
압도적 기술력 강조 '디지털 캠페인'
2000만 팔로워들과 활발하게 소통

F1 드라이버 루이스 해밀턴도 LG 시그니처 알리기에 동참한다. LG전자는 루이스 해밀턴을 시그니처 브랜드 앰버서더로 선정했다고 15일 밝혔다.

루이스 해밀턴은 F1에서 월드 챔피언을 6번 차지한 현역 최고 드라이버다. 유명 패션 브랜드와 협업하며 예술적 감각을 자랑하거나, 인권 문제를 해결하기 위한 사회 운동에도 적극 참여하는 중이다. SNS에서도 2000만 팔로워들과 활발하게 소통하고 있다.

LG전자는 루이스 해밀턴과 함께 시그니처의 압도적 기술력을 강조하는 디지털 캠페인을 전개한다. 우승을 위한



루이스 해밀턴과 LG 시그니처.

/LG전자

열정과 노력을 고객에 최고의 가치를 전달하겠다는 시그니처 지향점과 조합해 보여준다는 방침이다.

앞서 LG전자는 스포츠와 예술, 라이프스타일 분야 대표 인플루언서를 브랜드 앰버서더로 선정해왔다.

LG전자는 주요 소비층으로 급부상하고 있는 밀레니얼 세대에 LG 시그니처의 핵심 가치를 알리기 위해 스포츠, 예술, 라이프스타일 분야를 대표하는 인플루언서를 브랜드 앰버서더로 선정해 협업하고 있다. /김재용 기자 juk@

LG 스마트 TV서 한류 콘텐츠 즐긴다

지난해 이용고객 4배 늘어

LG전자가 TV에 한류 콘텐츠를 대거 추가한다. LG전자는 LG채널 서비스에 한류 콘텐츠를 방송하는 채널을 추가한다고 15일 밝혔다.

와이지엔터테인먼트의 YG TV와 케이팝 비디오 플랫폼 뮤비, K-푸드 채널인 먹방 TV 등이다. 미디어 그룹 넥스트엔터테인먼트월드(NEW)의 계열사 뉴아이다와 협업해 지속적으로 콘텐츠를 확대한다는 계획이다.

LG채널은 LG 스마트 TV에서 무료로 제공하는 서비스다. 2015년부터 시작했으며, 국내 기준으로 무료 채널은 112개에 달한다.



LG TV가 한류 콘텐츠를 추가한다. /LG전자

특히 지난해 유럽과 중남미 등에서 서비스를 시작하면서 이용 고객도 전년 대비 4배 가까이 늘었다. 한국과 북미 등 기존 서비스 제공 지역에서도 2배 이상 성장을 보였다. 코로나19로 집에 머무는 시간이 늘어남과 동시에 콘텐츠 양과 질을 동시에 높였기 때문으로 풀이된다. /김재용 기자

대한항공, 韓기업지배구조원 ESG평가 'A'

대한항공이 환경뿐 아니라 사회적 책임과 함께, 투명경영을 강화하며 '통합등급 A등급'이라는 쾌거를 이뤘다.

대한항공은 지난 14일 한국기업지배구조원(KCGS)이 발표한 2020년 상장기업 ESG 평가 및 등급에서 사회부문 A+, 환경부문 A, 지배구조부문 B+를 평가받아, 지난해 통합등급 B+에서 올해 '통합등급 A등급'으로 상향됐다고 15일 밝혔다.

한국기업지배구조원은 기업지배구조 및 사회적 책임에 대한 평가·연구·조사를 수행하는 기관이다. 매년 10월 국내 900여 상장회사를 대상으로 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 3가지 부문과 ESG 평가 및 등급을 공표하고 있다.

대한항공이 올해 ESG 평가에서 좋은 성적을 거두고 있는 이유는 기업의 사회적 책임을 다하고, 투명경영을 추구하기 위해 꾸준한 지속가능경영 노력



대한항공 보잉 787-9 항공기와 객실승무원.

을 기울여 왔기 때문이다. 대한항공은 이미 지난해 해외이사 후보 추천위원회의 독립성을 보장하기 위해 규정을 변경하고, 보상위원회를 신설했다.

/김수지 기자 sjkim2935@

현대차 '코나' 상품성 개선모델

현대차는 2017년 출시한 소형 스포츠 유틸리티차(SUV) 코나의 상품성 개선 모델인 '더 뉴 코나'를 출시한다고 15일 밝혔다.

외장 디자인은 선이 두드러지는 주간 주행등과 예리하게 마무리된 후드, 힘차게 솟은 스키드 플레이트로 진취적인 인상을 구현했다고 현대차는 설명했다. 전장이 40mm 길어졌고, 뒷부분은 전면 램프 디자인과 연결되는 후면 램프와 수평적 구조를 강조한 범퍼 디자인



현대차 '더 뉴 코나'.

이 안정적인 자세를 연출한다. 실내 디자인은 운전자의 드라이빙 경험에 초점을 맞춰 스마트하면서도 보다 넓게 느껴지는 공간으로 구성됐다.

/양성운 기자 ysw@