

‘30년 만에 로고 교체’ 기아車... 모빌리티 전문 기업 도약

중장기 전략 ‘플랜 에스’ 일환
모빌리티 니즈 변화 선제 대응
프리미엄 브랜드 기대감 술술



Movement that inspires

기아차 새로운 로고.

로고를 그리는 형식으로 진행됐다.

‘폭죽과 동시에 발사된 가장 많은 무인항공기’ 분야에서 기네스북 세계 기록을 세운 이번 행사는 기아차 유튜브 채널과 글로벌 브랜드 사이트 등을 통해 확인할 수 있다.

기아차의 새로운 로고와 슬로건은 지난해 발표한 중장기 전략 ‘Plan S(플랜 에스)’의 일환으로, 사업 재편을 통해 미래 모빌리티 산업에서 선도적 위치를 확립하겠다는 기아차의 의지를 나타낸다. 신규 로고는 기아차의 새로운 브랜드 방향성을 나타내는 것으로, 균형(Symmetry)과 리듬(Rhythm), 그리고 상승(Rising)의 세 가지 디자인 콘셉트로 개발됐다. 먼저 ‘균형’은 기존 사업영역에서의 고객 만족은 물론, 미래 지향적인 제품과 서비스 제공을 통한 새로운



7일 기아차 디지털 채널을 통해 진행된 언베일링 행사에서 303대의 드론이 하늘에서 불꽃을 내뿜으며 기아차의 새로운 로고를 그리고 있다.

고객경험을 제시해 나가겠다는 자신감을 표현한다.

두 번째 콘셉트인 ‘리듬’은 새로운 로고의 선들이 모두 하나로 연결되어 있듯이, 고객의 요구에 따라 끊임없이 움직이고 변화하겠다는 자세와 고객에게 영감이 되는 순간을 계속해서 전달하겠다는 약속을 담고 있다. 마지막으로 ‘상승’은 진정한 고객 관점의 새로운 브랜드로 도약하겠다는 기아의 열정을 의미한다.

기아차 송호성 사장은 언베일링 행사를 통해 “새롭게 선보인 로고는 변화와 혁신을 선도해 나아가겠다는 기아차의 의지를 상징한다”며 “대전환의 시기를 맞고 있는 자동차 산업환경 속에서 미래 모빌리티 니즈 변화에 선제적으로 대응하고, 고객들의 삶에 영감을 불러일으킬 기아차의 새로운 모습과 미래를 함께 지켜봐 주시기를 바란다”고 말했다.

또한 기아차는 신규 로고와 함께 새로운 브랜드 슬로건 ‘무브먼트 댓 인스

피어스(Movement that inspires)’를 제시했다.

기아차가 로고를 완벽하게 교체하기까지 상당한 시간과 노력이 필요할 것으로 보인다. 비용적인 부분에서는 매장과 사원증, 깃발, 명함, 유니폼, 인쇄물 등 모든 부분을 바꿔야 하기 때문에 상당한 비용이 발생할 전망이다.

◆프리미엄 브랜드 기대감

기아차의 신규 로고와 브랜드 교체에 따라 프리미엄 브랜드에 대한 소비자들의 기대감도 높아지고 있다. 현대차는 프리미엄 브랜드 제네시스의 성공으로 효과를 보고 있다.

기아차가 과거 프리미엄 퍼포먼스 세단으로 출시한 ‘스팅어’는 차량에 독자 엠블럼 ‘E’를 사용하면 고급 브랜드 네이밍으로 주목받기도 했다. 실제 기아차가 지난 2015년 12월 에센시스(Esencis), 에센서스(Esenssus), 에센투스(Esentus) 등 ‘E’로 시작하는 3개 단어를 특허청에 출원한 바 있다. 현대차 제네시스와 비교할 때 기아차 에센시스는 모두 ‘~시스’로 끝난다는 점이 비슷하다. /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

LGU+, CES서 신사업 발굴... 대규모 참관

임원급 포함 직원 600여명 투입
5G 디바이스 분야 등 협력 고민

LG유플러스는 신사업을 통한 미래 성장동력 확보를 위한 첫걸음으로 오는 11일부터 나흘간 개최되는 ‘CES 2021’에 600여명의 임직원을 투입한다고 6일 밝혔다. 올해 행사가 온라인으로 개최된다는 점을 활용, 대규모 참관단을 통해 새로운 사업 기회를 발굴하겠다는 취지다.

CES(Consumer Electronics Show)는 1957년 미국 LA에서 시작된 세계 최대 규모의 IT, AI, 에너지, 바이오 등 첨단기술 관련 산업 전시회다. 올해는 코로나19의 영향으로 전면 온라인으로 행사가 열린다. 임원급 100여명을 포함한 600여명으로 구성된 참관단은 CES 기간 개최되는 다양한 키노트 스피치와 온라인 전시관을 둘러볼 예정이다.

이는 황현식 LG유플러스 CEO의 의중이 반영됐다. 황 CEO는 임직원에게 글로벌 업체의 온라인 전시관을 꼼꼼히 살피고, 각종 세션과 키노트 스피치 등



LG유플러스 직원들이 CES 온라인 홈페이지 화면을 둘러보고 있다. /LG유플러스

을 챙길 것을 주문했다. 글로벌 업체들이 구상 중인 신규 서비스와 제품에 대한 이해를 높여 빠르게 변화하고 있는 고객의 기대에 선제적으로 대응할 때 ‘짚팬’을 확보할 수 있다는 뜻이다.

우선 LG유플러스는 LG전자·삼성전자 등 단말기 제조사의 전시관을 찾아 차세대 5G 디바이스 분야 협력을 고민하고, 버라이즌·NTT 등 글로벌 통신사업자의 전시관을 찾아 향후 협력 가

능한 아이템도 발굴할 예정이다. 경쟁이 치열해지고 있는 모빌리티 분야에서는 벤츠와 GM 등 자동차 업체는 물론, 레이더·라이다 등 센서 제작 업체의 전시관도 찾아 협력 기회를 찾는다.

특히 신사업 분야는 글로벌 선도 업체뿐만 아니라 벤처기업·스타트업의 전시관까지 해당 임원이 직접 확인할 방침이다. /김나인 기자 silkni@

삼성 헬스, 걸음 수 도전 기능 추가

동기 부여 효과 확인

삼성 헬스 사용자들이 모여 함께 도전 과제를 해결하는 즐거움을 더하게 됐다.

삼성전자는 12일 삼성헬스 걸음수 도전 기능을 업그레이드한다고 6일 밝혔다.

이번 업데이트는 1대1 걸음수 대결뿐 아니라, 최대 10명까지 기록을 경쟁할 수 있는 기능을 추가했다.

삼성 헬스 앱 하단 투게더 메뉴에서

시작할 수 있으며, 도전 타이틀과 기간, 걸음 수 등을 설정하면 된다. 동시에 최대 20개까지 도전을 만들어 서로 다른 공간에서도 함께 운동하며 동기 부여를 할 수 있게 했다.

한편 삼성 헬스는 2012년 피트니스 기록 기능을 탑재해 출시한 후 다양한 운동 콘텐츠와 건강 관리 등 종합 플랫폼으로 성장했다. 도전 기능은 사용자들을 전체 사용자 대비 22% 더 걸게 하며 동기 부여 효과도 확인했다. /김재용 기자 juk@

대한항공, 스카이패스 개편 시행 2년 연기

우수회원 자격 취득 조건 확대

대한항공이 코로나19 장기화에 따른 항공여행 제한을 고려해 고객들의 마일리지 서비스 관련 제도 개선 시점을 연기했다.

대한항공은 6일 개편된 스카이패스 제도의 시행시한을 2년 늦추기로 결정했다고 밝혔다. 이와 함께 우수회원 자격 취득 조건도 넓혀 혜택의 대상을 늘리는 한편, 올해 만료되는 마일리지 유효기간을 1년 연장한다.

앞서 대한항공은 지난 2019년 12월 일등석과 프레스티지석의 마일리지 적립률을 높이고 항공권 운임 수준에 맞춰 일반석의 마일리지 적립률을 개선하며, 보너스 항공권 및 좌석 승급 마일리지의 공제 기준 변경 등을 골자로 한 스카이패스 제도 개편을 발표한 바 있다. 이에 따라 올해 4월부터 순차적으로 변경된 제도를 시행키로 했다.

하지만 이번 시행시한 2년 연기 결정에 따라 스카이패스 마일리지 적립률



대한항공 항공기.

및 마일리지 공제 기준 변경은 당초 올해 4월 1일에서 2년 연기된 2023년 4월 1일부터 시행된다. 이에 따라 사전고지 3개월, 유예기간 3년 등 총 3년 3개월의 충분한 기간을 가질 수 있게 됐다.

또한 내년 2월부터 시행될 예정이었던 신규 우수회원 제도도 2년 연기해 2024년 2월부터 시행된다. 평생 우수회원 자격 부여 종료 시점도 내년 2월에서 오는 2024년 말까지로 연기된다.

아울러 우수회원 자격 취득에 필요한 연간 탑승실적 산정기준도 기존보다 완화했다. /김수지 기자 sjkim2935@

신동해그룹, AJ셀카 인수... 업계 신뢰 회복

AJ셀카 지분 77.79% 인수

신동해그룹은 중고차 유통 플랫폼, AJ셀카를 인수한다고 6일 밝혔다.

신동해그룹은 AJ네트웍스가 보유한 AJ셀카의 지분 77.79% 전부를 인수하는 주식매매계약을 체결하면서 AJ셀카 총 주식 274만 4147주 중 213만 4747주를 166억 5529만원에 인수하였다. AJ셀카는 2019년 매출 861억원 수준으로

업계 3위로 평가받는 기업이다.

신동해그룹은 축구장 24개를 합친 17만 5676㎡ 크기의 중고차 매매단지 ‘오토허브’를 경기도 용인시 기흥구에 보유하고 있으며 AJ셀카 인수를 통해 사업 효율성 강화에 기대하고 있다. AJ셀카가 경기도 안성에 보유한 국내 최대 단일 중고차 경매장을 활용해 기업형 신차 및 중고차 유통 기업으로 키워 나갈 예정이다. 또한, 전기자동차 중

차의 유통 산업을 중장기적으로 전문 육성한다는 강한 의지도 갖고 있다

신동해그룹은 1991년 신동해인터내셔널 사명으로 미국에서 커피전문점과 주유소, 패스트푸드점에 ‘논슬립 슈(미끄럼 방지 신발)’를 대량 공급한 것이 사업의 시작이다. 이를 기반으로 부동산과 저축은행 등 사업 다각화에 성공했다. 신동해그룹 관계자는 “AJ셀카 인수를 통해 중고차 업계의 소비자 신뢰를 확보하고 공정성 강화를 통해 중고차 산업의 미래를 선도해 나가겠다”며 말했다. /양성운 기자