

“기술+경험 큰 시너지 기대… 글로벌 새 C2C 트렌드 제시”

〈개인간 거래〉

네이버 인수 포시마크 현지 간담회
美 유저 4명 중 1명 포시마크 사용
25분 씩 이용, 639억개 소셜 교류
자체개발 라이브 커머스 ‘포시쇼’
네이버 커머스 기술 접목 고도화

포시마크 창업자이자 CEO인 마니시 샌드라는 “네이버가 포시마크를 인수하면서 맺은 파트너십은 양사가 모두 성장하는 모멘텀이 될 것”이라며 “네이버의 강력한 기술력을 활용해 마케팅, 서치, 유저 인게이지먼트(참여도) 기능을 강화할 것이다. 네이버의 플랫폼 커뮤니티와 포시마크의 콘텐츠 경험이 결합돼 시장에 미치는 영향은 클 것”이라고 밝혔다.

네이버는 지난 12일(한국시간 13일) 미국 캘리포니아 레드우드시티에 위치한 포시마크 본사에서 기자간담회를 개최하고, 포시마크의 시작과 현재, ‘팀네이버’ 일원이 된 이후의 향후 계획 등에 대해 공개했다.

이날 행사에는 마니시 샌드라(Manish Chandra)와 공동 창업자이자 SVP(수석부사장)인 트레이시 선(Tracy Sun), CMO(최고 마케팅 책임자) 스티븐 영(Steven Young) 등이 참석했다.

◆639억개 소셜 교류 진행

마니시는 “8000만 미국인 유저들이 포시마크를 사용해 4명 중 1명이 포시마크를 사용한다”며 “유저 한명 당 25분 간 포시마크를 사용하며, 639억개의 소셜 교류 활동을 진행하고 있다. 포시마



(왼쪽부터) 스티븐 영 포시마크 CMO, 마니시 샌드라 포시마크 창업자 및 CEO, 트레이시 선 포시마크 공동 창업자 및 SVP. /네이버

크는 2억 3000만개 이상의 아이템이 판매되는, 소셜 마켓플레이스 중 강자가 되었다”고 말했다.

그는 또 “사용자들이 자신의 옷장을 기반으로 서로 연결해 수익을 창출하고, 상호 소통할 수 있도록 서비스 초기부터 커머스와 커뮤니티를 결합한 ‘커뮤니티 커머스’ 플랫폼 형태의 포시마크를 출시했다”고 설명했다.

마니시는 “셀링 경험은 동네에서 단골 상점을 구매하는 경험을 제공하고, 다른 셀러들과 상호 작용하고 셀러가 고객에 대해 많이 알수록 취향이 어떤지 고민하게 된다”며 “포시마크의 AI(인공지능) 기술이 서치 기능 강화에도 움이 됐다”고 말했다.

그는 “고등학생이건 70세 할머니이건 어떤 연령층이건 물건을 사고 파는

것이 손쉬워진다. 이용자에게 여러 툴을 제공해 자신의 옷장에서 물건을 팔고 다른 사람들이 물건을 파는 데 도움을 주게 된다. 소셜 커뮤니티 기술을 활용해 리테일 시스템을 만들었는데, 유저들이 다른 유저들의 물건을 공유하거나 지지하게 된다”고 설명했다.

마니시는 포시마크의 4가지 핵심 가치에 대해 소개했다. 첫번째로 사람들 간의 연결에 집중해 사람이 기업, 비즈니스, 커뮤니티, 매출로 이어지는 원동력이라고 평가했다. 이를 기반으로 다양한 C2C 마켓플레이스를 만들어 많은 사람들이 물건을 사고 팔 수 있게 된다는 것이다. 마니시는 또 “새로운 혁신을 만들어낼 수 있는 ‘다름과 이상함에 대해 포용’하는 것이 굉장히 중요하다. 각각의 개인, 조직이 성장을 도모하

지만 혼자 성장하는 것은 불가능해 커뮤니티, 셀러들과의 ‘동반 성장’하게 된다”며 “마지막으로 공감, 존중, 신뢰에 기반해 사업을 키우는 게 가능해진다”고 강조했다.

마니시는 “네이버에 대해 인상 깊었던 점은 e커머스 시장에서의 위치, 가치와 비전이었는데, 양사가 상호 보완할 점은 많고 많은 가치와 비전을 공유해야겠다고 생각했다”며 “네이버와 포시마크가 향후 10년 간 어떤 성장을 도모할지 기대된다”고 밝혔다.

◆사용자 중 MZ 세대가 80%

포시마크 사용자 중 MZ 세대가 전체의 80%를 차지하고 있다. 특히 미국 밀레니엄 세대 여성의 약 90%가 포시마크 커뮤니티에 가입돼 있다. 포시마크는 사용자들의 오프라인 축제 행사인

‘포시 페스트’, 온·오프라인 미팅인 ‘포시파티’ 등 커뮤니티 활성화를 위해 다양한 노력도 기울이고 있다.

트레이시 선 수석부사장은 “사람들의 커뮤니티가 e커머스의 동력이 되었고, 셀러의 옷장에서 소싱해 다양하고 넓은 카탈로그를 제공하고 있다. 이번 시즌 아이템에만 초점을 맞춘 게 아니라 전 시즌의 패션 아이템을 유저들에게 제공하고 있다”며 “유저 선호도에 대한 풍성한 데이터베이스(DB)도 보유해 맞춤형 쇼핑, 추천의 경험도 제공한다. 유저가 특정 브랜드인 루이비통을 선호한다는 정보를 얻으면 이를 중요한 데이터로 활용하고 있다”고 소개했다.

그는 또 “불과 몇 달 전 라이브 스트리밍 이벤트를 런칭했다. 3000여명의 유저들이 이 이벤트를 진행했는데, 긍정적인 피드백을 받고 있다”고 설명했다.

트레이시는 자체 기술로 개발한 라이브 커머스인 ‘포시 쇼’를 소개하며, 향후 ‘포시 쇼’에 네이버의 라이브 커머스 기술을 접목해 서비스를 더욱 고도화할 계획이라고 밝혔다.

스티븐 영 CMO는 “포시마크는 캐주얼한 사용자 그룹 뿐 아니라 부업으로 포시마크 활동을 통해 수익을 창출하는 ‘사이드 허슬러’, 포시마크 활동을 본업으로, 새로운 사업을 시작한 ‘기업가 그룹’, 독특하고, 나치한 브랜드 중심의 스몰 비즈니스 ‘부티크’ 등이 있다”며 “자체 상품을 가진 브랜드들도 포시마크를 통해 성장하고 있다”고 말했다.

/채윤정 기자 echo@metroseoul.co.kr

LGU+, 서울교통공사와 UAM 복합환승센터 구축 나선다

서울 전역 UAM 조기 상용화 맞손
지하철 역사 중심 사전 연구 추진

서울교통공사와 LG유플러스가 서울 전역의 UAM(도심항공교통) 플랫폼 구축을 위해 손을 잡았다.

서울교통공사와 LG유플러스는 UAM 복합환승센터 조성과 UAM 조기 상용화 협력을 위한 업무협약을 지난 13일에 체결했다고 밝혔다.

서울시 성동구 서울교통공사 본사에서 열린 업무협약식은 LG유플러스 CEO 황현식 사장, CTO 이상엽 전무와 서울교통공사 김상범 대표, 김성렬 기술본부장 등이 참석한 가운데 진행됐다.

UAM은 도심 내 3차원 공중 교통체계를 활용한 항공운송 생태계로, 도심

에서의 이동 효율성을 극대화한 미래형 에어택시를 의미한다. 전기 수직 이착륙이 가능한 개인 항공기(PAV)와 결합해 승객이나 화물 운송을 목적으로 운용될 계획이다.

양사는 이번 업무협약을 통해 지하철 교통 인프리를 활용해 미래 지향적인 UAM 복합 환승 센터를 구축하고 UAM 조기 상용화를 위해 협력해 나간다는 방침이다. 이를 위해 서울교통공사는 복합 환승 센터 도입을 위한 제도 등 행정사항과 베토포트(Vertiport, 수직 이착륙 비행장) 인프라를 지원하고, LG유플러스는 노선 운영을 위한 교통관리 시스템을 개발하고 UAM 제반 통신 기술 실증에 나설 계획이다.

복합 환승 센터는 삼성역, 수서역, 구

로디지털단지 등과 같이 지하철, GT X, 버스 등 교통 이용객이 많은 지하철 역사를 중심으로 도입시키기 위한 방안을 마련하고 있다. 현재 서울교통공사는 1~8호선 도시철도에 275개 역사를 보유 중이다.

복합 환승 센터 도입 관련 실증과 함께 양사는 UAM 실현 가능성, 기술의 안전성, 지역 주민의 수용성 등 비행환경 조사는 물론 비행 경로에 따른 기상 조건, 비행 장애물 등 환경적 요소에 대한 사전 연구를 함께 추진할 예정이다.

LG유플러스는 지난해 5월 카카오모빌리티와 GS건설 등 다양한 영역에서 전문성을 갖춘 기업들과 컨소시엄을 구성하고 국토교통부 주최 ‘K-UAM 그랜드챌린지’ 실증사업에 참여하고 있

다. 이어 7월에는 부산시와도 UAM 생태계 조성을 위한 MOU를 체결하며 전국 UAM 사업 선점을 꾀하고 있다.

LG유플러스는 우선적으로 UAM 교통관리 시스템을 개발해 정부 실증사업에 적용하고, 향후 UAM 상용화 시기를 앞당기기 위한 시스템 고도화 방안을 모색해 나갈 계획이다.

전영서 LG유플러스 기업서비스개발 Lab장(담당)은 “정부 주도의 UAM 실증사업을 성공적으로 수행하고 초기 시장을 만들어가는데 서울교통공사와의 협력이 중요한 역할을 할 것으로 기대한다”며, “컨소시엄 참여사들과 협력을 지속해 안전하고 이용하기 쉬운 미래 교통 인프라를 만들어가겠다”고 말했다.

/채윤정 기자



갤럭시 버즈2 프로 360 오디오 레코딩을 사용하는 모습

/삼성전자

삼성전자 갤럭시 SW 업데이트

워치로 카메라 줌인 버즈로 동영상 녹음

삼성전자가 갤럭시 버즈2 프로와 갤럭시 워치를 통해 스마트폰 카메라의 사용성을 한단계 더 진화시킨다.

삼성전자는 스마트폰 동영상 촬영 시 360도 사운드 녹음이 가능하도록 갤럭시 버즈2 프로와 갤럭시 Z 플립4·폴드4의 소프트웨어 업데이트를 지난 13일부터 시작했다. 또한 갤럭시 워치5와 워치4 시리즈의 소프트웨어 업데이트를 통해 스마트폰 카메라를 원격으로 줌인(Zooming In)·줌 아웃(Zooming Out) 할 수 있는 기능을 추가한다.

삼성전자는 갤럭시 버즈2 프로와 갤럭시 Z 플립4·폴드4의 소프트웨어 업데이트를 통해 360 오디오 레코딩 기능을 지원한다. 이를 통해, 버즈2 프로를 착용하고 연결된 Z 플립4·폴드4로 북적거리는 행사장 한가운데서 동영상을 촬영할 경우, 촬영자는 연결된 버즈2 프로를 통해 본인이 듣는 그대로의 생생한 몰입형 사운드를 녹음할 수 있게 된다.

/허정윤 기자 zelkova@

아이오닉6, 유럽서 안전한 패밀리카 인정

유로 NCAP, 대형 패밀리카 ‘최우수’

현대자동차 전용 전기차 브랜드 아이오닉 6가 첨단기술과 뛰어난 주행성능 등을 앞세워 유럽에서 가장 안전한 대형 패밀리카로 인정받았다. 아이오닉 6는 유럽 사전계약 첫날 완판되는 등 글로벌 시장에서도 인기를 이어가고 있다.

현대차는 아이오닉 6가 유럽의 신차 안전성 평가 프로그램인 유로 NCAP(New Car Assessment Programme)의 ‘대형 패밀리카’ 부문에서 ‘최우수’ 차량에 선정됐다고 13일 밝혔다. 유로 NCAP측은 아이오닉 6가 정면과 측면 충돌테스트에서 승객 공간이 안전한 상태를 유지해 성인 및 어린이 탑승자의



현대차 아이오닉 6.

주요 신체를 잘 보호했다고 호평했다.

또 강건한 차체는 물론 승객을 보호하는 에어백 시스템, 다양한 첨단 안전 보조 기능 등이 결합돼 최고 등급의 안

전도 획득을 이끌었다고 평가했다.

유로 NCAP은 매년 ▲성인 탑승자 안전성 ▲어린이 탑승자 안전성 ▲안전 보조 시스템 ▲교통약자(보행자 및 자전거 탑승자) 안전성 등 네 가지 평가 영역에서 가장 높은 합산 점수를 받은 차량을 각 부문 최우수 차량으로 선정하고 있다.

아이오닉 6는 지난 11월 해당 기관의 네 가지 평가 영역에서 최고 등급인 별 다섯을 얻어 탁월한 안전성을 인정받은 바 있다.

/양성운 기자 ysw@