

“디카·CD플레이어”... Z세대, 20년전 레트로에 폭 빠졌다

‘빈티지 카메라·뉴트로’ 유행에
2000년대 라디오 등 제품 등장
“옛날 기기 감성 따라갈 수 없어”

Z세대들의 환호에 철지난 전자제품들이 돌아오고 있다.

신제품 보다 2000년대 초반 나온 100만~300만 화소의 디지털 카메라와 CD플레이어 등 레트로 감성이 물씬 풍기는 제품이 인기를 누리면서다.

7월 업계에 따르면 최근 Z세대를 중심으로 2000년대 선보인 디지털 카메라 등이 큰 인기를 끌면서 품귀현상이 일어나고 있다.

오래된 전자제품을 구입할 수 있는 서울시 중구 세운대림상가는 최근 디지털 카메라와 CD 플레이어를 구입하려는 20대들의 방문이 이어지고 있다. 디지털 카메라 일부 기종은 찾는 이들이 늘면서 연락처를 남겨두는 사람들까지 있을 정도다.

방문객이 늘며 아예 일부 상인들은 100만~300만 화소대의 2000년대 발매 디지털 카메라를 모아 ‘빈티지 카메라’ 또는 ‘Y2K 카메라’로 판매하고 있다. 방문한 소비자들도 꼭 작동 여부를 하는 모습을 봤을 때 실사용을 목적으로 하는 이들이 많다는 게 상인들의 증언이다. 특히 20대들이 찾는 제품은 카메라 마니아들이 찾는 전문가용 카메라



서울 종로구 장사동 한 전자제품 판매상가에 진열된 ‘빈티지 카메라’들의 모습. 2000~2010년 전후로 발매된 카메라들로 20대들d에게 10만원 전후에서 활발히 판매되고 있다. /김서현 기자

(DSLR)이 아닌 컴팩트 디지털 카메라다. 대략 300만 화소 전후의 제품이 가장 인기를 끌고 있다.

세운대림상가에서 구형 라디오와 CD플레이어 등을 판매 중인 김정모 씨는 “라디오는 종종 판매되곤 했는데 카메라는 요즘 갑작스럽게 인기를 끄는 품목”이라며 “인테리어로 쓰려는지 들으려는진 모르겠지만 우리로선 좋은 일”이라고 밝혔다.

남대문 일대에서 카메라를 판매하는 장모씨(66)도 최근 유행에 대해 “오래된 전자 기기들도 깨끗하게 관리만 한다면 주인의 손에서 영원히 살아 있다”며 “젊은 사람들이 관심을 가지니 전자 제품을 사랑하는 입장에서 그저 기쁠 뿐”이라고 밝혔다.

관련 업계에 따르면 CD플레이어는 그동안 아이돌 팬들과 예전 음악 팬들을 중심으로 수요가 꾸준했다. 다만 주로 하이파이(HI-FI)나 빈티지 오디오 마니아들을 중심으로 수요가 형성됐고, 20대 이하 연령층에서는 실제 휴대용 CD플레이어를 경험한 적 없는 경우가 대부분이어서 극히 일부 아이돌 팬들 외에는 수요가 없다시피 했다. 전자기업 아이리버 등이 꾸준히 CD플레이어를 출시했으나 휴대용 제품 대신 인테리어를 고려한 제품을 중심으로 출시한 이유다.

휴대용 CD플레이어 인기에도 소형 가전업체인 일우는 최근 상품문의가 물밀 듯 들어오고 있다. 2022년 2월 네이버 스마트스토어에 등록된 일우의 휴대용 CD플레이어(IW-ET07)에 등록

된 상품 문의의 237개 중 올해 1월부터 6월 현재까지 등록된 문의글은 60여 개에 달한다. 작년 한해 등록된 문의 글 78개의 절반을 넘겼다.

뉴트로 유행에 편승한 아이돌 그룹이 마케팅에 활용한 사례도 등장했다. 아이돌그룹 에스파(aespa)는 5월 정규 1집 앨범 ‘Armageddon(아마겟돈)’을 CD플레이어에 CD를 동봉한 형태로 출시해 큰 화제를 모았다. 14만 5000원에 달하는 가격이지만 당일 2차분까지 모두 품절 됐다.

X(구 트위터) CD플레이어 앨범을 구입하고 인증한 한 팬은 “비싸지만 일석이조다. 아이돌 팬이 된지 얼마 안돼 CD를 사도 컴퓨터로나 들어야 했는데 너무 좋다”며 “크기는 잘 모르겠지만 밖에도 들고 다니겠다”고 들뜬 기분을 전하기도 했다. CD플레이어 앨범은 아이돌 팬뿐 아니라 한 인스타그램 계정이 올린 릴스에서도 100만 회 이상 조회되는 등 SNS에서도 큰 관심을 끌었다.

2000년대에 출시된 파나소닉의 CD플레이어와 소니 디지털 카메라를 구입한 이지은(22)씨는 “아이폰이나 DSLR 카메라가 사진이 잘 나오고 예쁜 것은 알지만 옛날 전자기기의 감성은 따라갈 수가 없다”며 “오래됐다고 버리면 환경 파괴지만 잘 사용한다면 새로운 추억이 된다”고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

카카오모빌리티

참여형 가맹택시 추진

카카오모빌리티가 지역별 사업자들의 전문성을 중심으로 한 시장 참여형 가맹택시 모델을 새로 선보인다.

카카오모빌리티는 그동안 표준화된 서비스 운영 노하우 적용을 위해 중앙 관리 방식으로 운영된 가맹 본부를 지역별로 분권화한다고 7일 밝혔다.

가맹 본부에는 지역 내 택시 시장에 대한 이해도가 높고 가맹 사업 운영의 경험과 전문성이 있는 사업자들이 참여할 수 있도록 한다는 계획이다.

지역별로 선정된 사업자는 가맹 본부 운영을 통해 오프라인 서비스 품질을 관리하고 카카오모빌리티는 플랫폼을 다양한 가맹본부에 개방해 IT(정보 기술) 기술 개발 및 지원에 집중하기로 했다.

각 가맹본부 선정은 ▲택시 사업자들의 과의 상생 역량 ▲가맹 사업 운영 전문성 ▲서비스 품질 관리 체계 보유 등의 기준을 전국에 동일하게 적용한다. 세부 사항은 추후 가맹 사업 거래의 공정화에 관한 법률 및 여객자동차 운수사업법에 따라 구체화해 공개할 예정이다.

또 카카오모빌리티는 2.8% 수수료의 새로운 가맹택시 상품 운영을 위한 신청 접수 등 관련 절차에 착수한다고 밝혔다.

/이혜민 기자

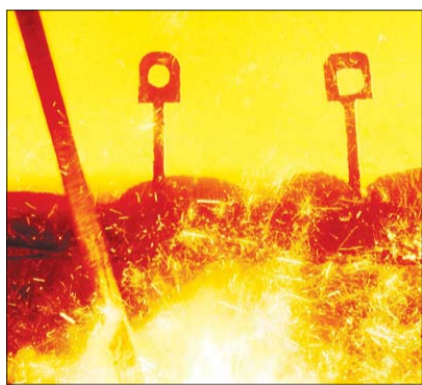
‘소음·분진 등 주민 갈등’... YK스틸, 부산 떠나 당진으로

2021년 당진시와 업무협약 체결
부산 지역주민 피해에 이전 결정
일각선 일자리 감소 심화 우려도

국내 5위 철강 생산 기업 YK스틸이 부산을 떠난다.

7일 철강업계에 따르면 YK스틸이 회사 이전을 준비하고 있다. YK스틸은 2023년 12월 기준 매출액 6100억원, 영업이익 350억원에 직원 수 360여명의 기업이다. 건설 자재인 이형강을 주로 생산하며, 연간 118만톤의 철강을 생산하는 국내 5위 철강회사다.

회사는 지난 2021년 당진시와 ‘당진



철을 녹이는 용광로. /뉴시스

시민 우선채용’ 업무협약을 맺은 후 이듬해엔 3000억원 규모의 투자 협약을 체결한 바 있다.

당진 석문국가산업단지에는 ▲인공지능 ▲바이오 및 나노융합 기술 ▲정보통신 ▲디지털 부품 소재 ▲차세대 그린 에너지 ▲자율주행 자동차 ▲기가스틸 업종의 사업체가 모여 있는 곳이다. 국토교통부가 선정한 7대 신성장산업 관련 기업체가 입주할 수 있는 곳이다.

YK스틸이 회사이전을 결정하는데는 지역 주민들의 지속적인 민원의 영향이 컸다. YK스틸은 지난 1966년 현재의 사하구 구평동 일대에 본사와 생산시설을 구축했다. 이후 아파트, 상가, 학교 등의 생활 시설이 공장 근처에 들어섰고, 1990년대부터 공장에 대한 인근 주민들

의 민원이 제기됐다. 소음, 분진, 악취 등의 피해를 주민들이 호소한 것이다.

결국 YK스틸은 본사와 생산시설을 충남 당진시 석문국가산업단지로 이전을 결정했다. 지역 주민들의 불편은 해결되지만, YK스틸과 관계 기업이 부산을 떠나면 지역 일자리 감소로 이어지고 있다.

부산시 통계에 따르면 부산에서 거주하는 만 18세에서 34살 청년인구는 2040년까지 매년 2.7% 감소할 것으로 예상된다. 기업이 떠나고 일자리가 줄어들면 이와 같은 현상이 더욱 심해질 수 있다.

/백대성 기자 iunms@



카카오모빌리티.

네이버

“주변 모임을 한눈에”

네이버 밴드가 전국에서 운영되고 있는 다양한 밴드들을 지역별로 살펴볼 수 있는 ‘동네 밴드’ 서비스를 출시했다고 7일 밝혔다.

멤버가 6명 이상인 밴드 리더라면 누구나 동네 밴드로 등록해 이웃 사용자에게 밴드를 편리하게 알릴 수 있다. 동네 밴드 등록 시 소모임, 지역 상점, 단체 3가지 카테고리 중 하나를 선택하고 밴드 상세 주소를 등록하면 동네 밴드 서비스 지도에 위치를 표시할 수 있다. 일반 사용자는 동네 밴드 서비스를 통해 본인 지역에서 활발히 운영되는 다양한 밴드들을 살펴보고 가입할 수도 있다.

밴드는 동네 밴드 서비스 출시를 맞아 오는 14일까지 오픈 이벤트를 진행한다. 이벤트 페이지를 친구나 지인 등 주변에 공유하고 자신이 참여하고 있는 밴드가 동네 밴드로 등록될 수 있도록 밴드팀에 요청하면 된다.

/이혜민 기자

LG전자, 해외 협력사들과 생산성 높인다 LGU+, 통신 제품 中 小 企 기술육성 나선다

인니서 협력사와 생산성 사례 공유

LG전자가 최근 인도네시아 땅그랑과 짜비퐁에 위치한 현지 생산법인에서 해외 진출 협력사 32곳 임직원들과 함께 생산성 우수 사례를 공유했다.

7일 LG전자에 따르면 인도네시아는 아시아 생산 거점 지역 중 하나다. LG전자는 인도네시아에 제품 개발부터 생산, 판매, 서비스까지 이어지는 현지 완결형 사업 구조를 구축했다.

이 자리에서 태국과 인도, 인도네시아 등 동남아 지역에 진출한 6개 협력사가 생산 및 품질 공정의 개선 사례를

공유했으며, 스마트 팩토리 기술 적용 현황 등을 설명했다.

우수 사례로 소개된 가전부품 협력사는 생산 공정을 디지털화하고 설비를 원격 조정하는 ‘스마트 컨트롤타워 매니지먼트 시스템’을 구축해 공정 소요 시간을 1시간 가량 단축했다.

또 인쇄회로기판(PCB) 어셈블리를 생산하는 협력사는 빅데이터를 활용한 통계적 품질 시스템을 도입해 효율성을 높였다. 신규 유사 모델을 개발할 때 빅데이터로 불량 가능성을 확인해 사전 조치한 것이다.

/이혜민 기자 hyem@

통신3사, 5G 연동 기술 규격 공유

LG유플러스를 비롯한 통신 3사와 한국전파진흥협회(RAPA)가 통신 관련 제품을 개발하는 중소기업의 기술육성을 위해 업무협약을 체결했다.

7일 통신업계에 따르면 지능형 사물인터넷(IoT) 서비스가 확대되는 것에 반해, 중소기업은 제품 개발에 필요한 인프라가 부족해 어려움을 겪고 있다. 이를 해소하기 위해 RAPA와 통신 3사는 협약을 통해 중소기업이 신제품을 개발할 때 ‘IoT기술지원센터’에서 사전 테스트를 받을 수 있도록 지원하고,

기술멘토링을 강화해 IoT 기기의 상용화 검수를 돕는다.

통신 3사는 5G 통신망 연동 기술 규격을 공유하고, 각 통신사의 제품 검수 환경에 대한 정보를 정기적으로 제공해 중소기업이 맞춰서 제품을 제작할 수 있도록 돕는다. 뿐만 아니라 제품 검수 시 RAPA의 테스트 결과를 활용하며, 중소기업에 기술자문 및 컨설팅도 제공한다.

LG유플러스 강봉수 품질혁신센터장(상무)은 “업무협약으로 중소기업의 기술력 향상과 빠른 제품 제작에 기여할 수 있게 됐으며, 자사 서비스의 품질을 더욱 높일 수 있게 됐다”고 전했다.

/이혜민 기자