

美 '틱톡 금지법'에 난민 대이동... 메타 아닌 中 플랫폼 급부상

글로벌 플랫폼 경쟁 새 국면

오는 19일 틱톡 금지법 발효
대법원 가처분 소송 진행 중

중국 서버컬처 중심 콘텐츠
샤오홍수·레몬8으로 몰려

미국의 '틱톡(TikTok)' 퇴출 시한이 다가오면서 틱톡의 대안을 찾는 '틱톡 난민'들이 대이동에 나섰다. 메타(META)의 인스타그램으로 이동할 것이라는 전망과 달리 중국발(發) 앱으로 이동하며 업계 관계자들을 놀라게 하고 있다.

오는 19일 바이트댄스(ByteDance)와 틱톡은 미국 의회가 제시한 틱톡 매각 시한 360일을 맞이할 예정이다.

미국 의회는 지난해 4월 틱톡 내 설치된 백도어(Back Door·비인가 시스템 접근을 하는 악성코드)가 미국 시민의 개인 정보를 불법 탈취하고 이를 중국 정부에 전달함으로써 '스파이풍선(Spyballoon)' 역할을 한다고 주장했다.

그러면서 미국 내 사업을 이어가기 위해서는 미국내 기업에 틱톡 소유권을 매각할 것을 강제했다. 틱톡과 중국 정부 측은 이를 대(對)중국 견제이자 우량 기업 탈취 시도라고 반박했다.



오는 19일 미국 정부가 틱톡(TikTok)의 사업권을 미국 내 기업에 매각하지 않으면 사업권을 박탈하는 '틱톡금지법'이 시행될 예정이다. 틱톡의 접속 불가를 우려한 이용자들은 샤오홍수, 레몬8 등 중국 발 숏폼 플랫폼으로 이동하고 있다. /김서현 기자

블룸버그 통신은 13일(현지시간) 중국 당국이 틱톡을 미국 내 사업권 매각을 강제하는 틱톡 금지법을 따르도록 하고, 미국 차기 행정부와 협력 방안을 논의하는 과정에서 일론 머스크 테슬라 최고경영자(CEO)에 넘기는 방안을 검토 중이라고 밝혔다.

해당 보도에 관해 바이트댄스 측은 별도 의견을 내지 않았다. 지난 4월 미국 연방 대법원에 바이트댄스가 낸 틱톡

금지법 시행에 대한 가처분 신청은 계류 중이다. 현재 모회사 바이트댄스의 추정 가치는 2680억 달러, 틱톡 사업은 300~500억 달러 수준으로 알려져 있다.

틱톡을 둘러싼 정치적 알력다툼 속에서 틱톡을 이용 중이던 틱톡 이용자들은 대대적인 이동을 시작했다. 도널드 트럼프 미국 대통령 당선인은 틱톡 매각과 관련해 "연방대법원에서" 틱톡에 관해 어떤 일이 일어날지는 아무도 모

른다"라며 "취임 후 결정을 내릴 것"이라고 우호적인 입장을 피력한 바 있다.

그룹에도 틱톡 이용자들은 미국 내 틱톡 접속이 어려워질 경우 이미 축적한 데이터 등에 접근이 어려울 수 있다며 선제적으로 여러 플랫폼에 자리잡기를 시도하고 있다.

틱톡 이용자들이 특히 주목한 앱은 샤오홍수(XHS)의 '레드노트'와 바이트댄스의 앱 '레몬8'이다. 레드노트는

중국판 인스타그램인 샤오홍수의 국제 버전으로 지난 13일 오후 애플 앱스토어에서는 다운로드 순위 1위를, 구글 플레이스토어에서는 SNS 부문 8위를 차지했다. 미국 앱스토어에서 두 번째로 많이 다운로드된 앱은 레몬8이었다.

미국 이용자들은 레드노트 대신 샤오홍수로 이동하고 있다. 지난 13일 샤오홍수에서 틱톡 난민들이 자신의 샤오홍수 가입을 알리며 사용한 해시태그 '#tiktokrefugee'는 수만 개의 게시글을 쏟아냈다.

틱톡금지법으로 최대 이익을 얻을 것으로 전망됐던 메타의 인스타그램 등은 다소 정체됐다. 샤오홍수와 레몬8이 틱톡과 거의 유사한 서버컬처 문화와 콘텐츠를 가진 것에 반해 인스타그램은 미국 내 주요 틱톡 이용자들의 문화와는 다소 차이가 있어 이용자의 기대를 충족시켜주지 못했다는 평가다.

마케팅 업계 관계자는 "틱톡의 이용자들은 인스타그램 릴스 이용자들이 공유하는 패션과 쇼핑 문화보다는 다소서브컬처화(化)한 문화를 공유하는 특징이 있다"며 "오히려 유튜브 숏츠로 이동할 것으로 기대했는데 중국 앱으로 이동했다는 데에 매우 놀랐다"고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@metrosoul.co.kr

삼성, 아트TV '더 프레임'으로 호텔 시장 공략

투숙객 맞춤형 갤러리 경험 선사
구글 캐스트·애플 에어플레이 지원
슬림핏 디자인·무선 콘텐츠 공유

삼성전자가 TV를 끄면 예술 작품이 되는 '더 프레임(The Frame)' TV로 호텔 시장을 공략한다.

삼성전자는 '더 프레임(모델명 HL03F)'에 호텔 환경에 맞춰 주요 특징과 디자인을 새롭게 적용했다고 15일 밝혔다. '더 프레임'을 호텔 TV 라인업까지 확장함으로써 투숙객들에게 차별화된 경험을 제공하려는 시도다.

더 프레임은 전원이 꺼져 있을 때에도 그림·사진 등의 예술 작품을 보여주



삼성전자 호텔 TV 더 프레임 라이프스타일 이미지. /삼성전자

는 '아트 모드'를 제공한다.

또 액자 형식의 베젤과 슬림핏 벽걸이 디자인도 특징이다. 조도 환경에 따

라 콘텐츠의 밝기 및 컬러 톤을 자동으로 조정해 일상 공간을 갤러리처럼 연출해 준다.

/구남영 기자 koogija_tea@

데이원컴퍼니

공모가 1만3000원 확정

호텔 관리자는 '아트 모드'를 활용하며 무는 공간의 분위기를 원하는 대로 맞춤 조성할 수 있다. 삼성전자 더 프레임은 지난해 세계 최대 아트 페어인 '아트 바젤(Art Basel)'에 첫 공식 디스플레이로 선정되기도 했다.

특히 한층 더 편리한 투숙 환경을 제공하기 위해 2025년형 호텔 TV 전 모델에 무선 콘텐츠 공유 기술인 '구글 캐스트'와 '애플 에어플레이'를 지원한다.

이를 통해 호텔 투숙객은 객실 TV 화면의 QR 코드를 통해 보유한 스마트폰이나 태블릿의 콘텐츠를 TV 화면에서 연속성 있게 즐길 수 있다.

성인 교육콘텐츠 기업 데이원컴퍼니가 국내외 기관투자자를 대상으로 진행한 수요예측을 통해 최종 공모가를 1만 3000원으로 확정했다고 15일 밝혔다.

이번 수요예측은 총 510개 기관이 참여해 최종 115대 1의 경쟁률을 기록했다. 공모 금액은 177억원, 상장 시가총액은 약 1769억원으로 예상된다.

이번 공모가는 2만2000원에서 2만 6700원 사이의 희망 범위에 비해 40% 이상 하향 조정됐다. 공모가는 투자자들이 제시한 가격과 확약 비중 등을 종합적으로 고려해 시장 친화적인 가격으로 결정됐다.

/이혜민 기자

LG, 최신 스마트 TV로 클라우드 게임 강화 KT "멤버십으로 건강 챙겨요"

웹OS에 엑스박스 게임 패스 추가

LG전자가 스마트 TV에서 즐길 수 있는 게이밍 콘텐츠를 대폭 강화한다.

LG전자는 독자 스마트 TV 플랫폼 '웹OS(webOS)'에 마이크로소프트의 클라우드 게임 서비스 '엑스박스 게임 패스' 서비스를 추가했다고 15일 밝혔다. 엑스박스 게임 패스는 게임기(콘솔)를 구매하지 않고도, 인터넷에 연결된 TV 등에서 게임을 즐길 수 있는 구독 서비스다. 이번 협업으로 LG전자는 웹OS에 '엑스박스 게임 패스' 서비스를 추가해 LG 스마트 TV에서 마이크로소프트의 엑스박스 클라우드 게임 서비스를 지원할 계획이다. 엑스박스 게임패스는



G전자가 엑스박스와 독자 스마트 TV 플랫폼 'webOS'에서 수백 개의 게임을 제공하는 파트너십을 체결했다. 사진은 LG webOS에 엑스박스 앱을 포함한 다양한 게임 앱이 탑재된 모습. /LG전자

국내를 포함해 엑스박스 클라우드 게임 서비스를 지원하는 대부분의 국가에서 최신 LG 스마트 TV에 곧 탑재한다.

/구남영 기자

건강 관련 브랜드 등 18종 혜택 선택

KT는 이달 멤버십 혜택을 확대했다고 15일 밝혔다.

KT는 새해 첫 프로모션으로 쇼핑과 음식 등 실생활에 밀접한 혜택을 준비했다. 특히 2030세대의 '헬시플레이저', '저속노화' 트렌드를 반영해 건강 관련 브랜드를 포함한 18종의 다양한 혜택을 선보인다.

원하는 제휴사 혜택을 골라 사용하는 이달의 '달달초이스'는 ▲파리바게뜨 4000원 할인 ▲배달의민족x호식이 두마리치킨 6000원 할인 ▲메가MGC 커피아메리카노 1000원 할인쿠폰 ▲팀홀튼 아메리카노M 무료 ▲CJ더마켓

50% 할인 ▲샐러디 3500원 할인 ▲웨이크쉐 프라이+소다S 무료 ▲롯데시네마 6000원 영화예매권 중 원하는 혜택을 선택해 이용할 수 있다.

여러 제휴 혜택을 중복해 사용할 수 있는 '달달스페셜'은 ▲오브 1만5000원 할인 ▲청소연구소 할인 ▲아모레몰 기프트카드 ▲크룩스 1만5000원 할인 ▲아고다 최대 10% 할인 ▲신세계면세점 제휴 캐시 및 쇼핑 지원금 ▲부산엑스더스카이 본인 및 동반 2인 40% 할인 ▲윈스토어 게임 20% 할인 혜택을 제공한다. '달달찬스'에서는 스타벅스 캠페인 머그와 롯데시네마 가족 관람권 4매 추첨 이벤트를 진행한다.

/구남영 기자

폭스바겐그룹

지난해 903만대 판매

폭스바겐그룹은 지난 2024년에 총 903만대의 판매량을 기록했다고 14일(현지시간) 밝혔다. 전년 대비 2.3% 줄어든 수치다.

북미(6%)와 남미(15%) 시장의 성장이 유럽(-0.1%), 중국(-10%)의 판매량 감소를 상쇄했다.

전기차는 74만5000대를 판매했으며 점유율은 8.3%로 전년 수준을 유지했다. 중국 내 전기차 판매량은 전년 대비 8% 늘어난 반면, 미국에서는 같은 기간 30%의 감소율을 보였다. 4분기 전 세계 전기차 점유율은 9.5%로 최고치를 기록했고, 같은 기간 유럽 내 전기차 판매량이 18% 증가했다.

/양성운 기자 ysw@