

LG, 'OLED TV' 유럽 8개국 상륙 AI·화질 앞세워 글로벌 1위 굳힌다

유럽 8개국 2025년형 신제품 출시 AI·밝기 등 사용자 경험 대폭 강화 현지 매체 “올해 최고의 TV” 호평 점유율 52%, 12년 연속 1위 기록

LG전자가 2025년형 올레드(OLED·유기발광다이오드) TV를 유럽 8개국에 본격 출시하며 프리미엄 TV 시장 공략에 박차를 가하고 있다.

LG전자는 이달 초부터 영국, 독일, 스위스, 헝가리 등 유럽 주요 8개국에서 2025년형 올레드 TV 신제품 판매를 시작했다고 7일 밝혔다. 북미, 한국에 이어 유럽까지 판매 지역을 확대하며 전체 출시 국가는 20여개로 늘었다. LG전자는 향후 전 세계 150개국으로 판매를 확대할 계획이다.

2025년형 올레드 TV는 42형부터 97형까지 다양한 크기로 구성됐다. 프리미엄 모델인 올레드 에보(M5·G5·C5)와 일반형 모델인 B5 시리즈로 운영된다.

LG전자는 신제품에 누구나 쉽게 사용할 수 있는 '5대 인공지능(AI) 기능'을 탑재했다. 주요 기능은 ▲사용자 맞춤형 키워드를 제안하는 'AI 컨시어지' ▲고객 의도를 추론해 검색 결과를 제공하는 'AI 서치' ▲간단한 문제 해결을 돕는 'AI 챗봇' ▲취향에 맞는 화면·음향 설정을 지원하는 'AI 맞춤 화면·사운드 마법사' ▲음성으로 사용자를 구분해 맞춤 환경을 제공하는 '보이



LG전자 올레드 TV(G5) 라이프스타일 이미지.

/LG전자

스 ID' 등이다. 이 모든 기능은 매직 리모컨 전용 버튼으로 간편하게 실행할 수 있다.

화면 밝기도 기존보다 3배 이상 밝아졌다. 디스플레이 알고리즘과 유기 화합물 적층 구조를 바꾼 새로운 밝기 향상 기술이 적용됐다.

해외 유력 매체들의 평가도 긍정적이다. 프랑스 정보기술(IT) 매체 '레뉴메리끄'는 LG 올레드 에보(G5)에 5점 만점에 5점을 주며 “뛰어난 화질, 우수한 게이밍 성능, 높은 수준의 최대 휘도 등을 제공하는 2025년 최고의 TV 중 하나”라고 평가했다.

영국 TV 리뷰 전문 매체 HDTV Te

st 역시 유튜브 LG 올레드 에보(G5) 리뷰 영상에서 “강렬한 태양과 태양을 둘러싼 주위의 구름 디테일까지 보여주는 TV”라며 “높은 휘도와 정확한 색상 표현력 등에서 상당한 발전을 보여준다”고 호평했다.

시장조사업체 옴디아에 따르면 LG전자는 글로벌 OLED TV 시장에서 출하량 기준 52.4% 점유율로 12년 연속 1위를 기록 중이다.

LG전자는 이번 신제품을 앞세워 13년 연속 1위 달성과 함께 프리미엄 TV 시장 리더십을 더욱 공고히 할 계획이다.

/이혜민 기자 hyem@metroseoul.co.kr

KGM, '액티언'으로 독일 공략 가속화

프랑크푸르트서 론칭 행사 개최

KGM 모빌리티 (KGM)가 액티언을 론칭하고 시승 행사를 갖는 등 독일 시장 공략 가속화에 나섰다.

KGM은 지난 3, 4일(현지시간) 독일 중부 헤세주 베를라시라이츠파크의 다목적 전시관 라이카 베를라에서 기자단과 인플루언서 등 50여 명이 참석한 가운데 액티언 론칭 행사를 열었다고 7일 밝혔다. 행사는 액티언 제품 설명과 함께 시승 행사 그리고 스마트 폰을 활용한 촬영기법 강의와 트렁크 파티(액티언 트렁크 안에서 식사 & 디제잉(DJing)) 등 다양한 프로그램으로 진행됐다. KGM은 이번 론칭을 시작으로 독일에서 본격적으로 액티언 판매를 시작할 예정이다. 다양한 마케팅 전략과 함께 무쏘EV와 토레스 하이브리드 등 신모델의 추가 론칭도 이어 나갈 계획이다.

행사에 참석한 기자단은 뛰어난 주행 성능과 조용한 승차감 그리고 넉넉한 실내 공간은 물론 쿠페 스타일의 세련된 외관에 오프로드 감성까지 담은 액티언의 상품성에 큰 만족감을 보였다.



KGM이 액티언 출시·시승 행사를 시작으로 본격적인 독일 시장 공략에 나선다. /KGM모빌리티

KGM은 지난해 독일에 유럽 직영 판매법인 설립했으며, 현지 마케팅과 판매, 고객 관리 및 서비스까지 전방위 사업 체계를 통해 독일과 유럽 지역의 브랜드 이미지 관리는 물론 판매 전략 등에서 일관되고 효과적인 마케팅 전략을 구사할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

KGM 관계자는 “이번 액티언 론칭은 유럽 판매법인 설립 후 새로운 KGM 브랜드로 갖는 첫 제품 출시 행사로 현지 시장의 관심과 기대가 매우 크다”며 “이번 론칭을 시작으로 무쏘EV 등 다양한 신모델 출시와 함께 글로벌 판매 네트워크와의 협력 강화 그리고 차별화된 마케팅 전략을 통해 독일은 물론 유럽 시장에 대한 공략을 더욱 확대해 나갈 계획이다”라고 말했다.

/이승용 기자

BMW, 전기쿠페 '뉴 i4' 질주 본능 깨우다

M 스포츠·프로 2개 트림 출시 420km 달리는 전기 그란 쿠페

BMW 코리아가 프리미엄 순수전기 그란 쿠페 '뉴 i4 eDrive40'을 국내에 공식 출시한다고 7일 밝혔다.

BMW i4는 프리미엄 브랜드 최초의 중형 순수전기 그란 쿠페다. BMW 고유의 역동적인 주행성능과 4-도어 쿠페만의 우아한 디자인, 그리고 장거리 여정을 완벽히 지원하는 공간 활용성을 두루 갖춘 것이 특징이다.

부분변경 모델인 뉴 i4는 내외관에 새로운 디자인 요소를 도입해 스포티한 매력과 고급스러운 감성을 더하고 사용자 편의성을 강화했다. 국내 시장에는 ▲i4 eDrive40 M 스포츠 ▲i4 eDrive40 M 스포츠 프로 등 두 개 트림으로 출시한다. 가격은 부가세 포함, 개별 소비세 3.5% 적용 시 뉴 i4 eDrive40 M 스포츠가 7830만원, 뉴 i4 eDrive40 M 스포츠 프로가 8450만원이다.

뉴 i4 eDrive40는 전면부에 새로운



BMW 프리미엄 순수전기 그란 쿠페 '뉴 i4 eDrive40'.

/BMW코리아

세로형 주간주행등이 적용된 어댑티브 LED 헤드라이트와 세련된 마름모 패턴의 BMW 키드니 그릴을 장착했다. 앞 범퍼 양쪽의 수직형 에어커튼과 조화를 이뤄 더욱 강렬한 존재감을 발휘하고 후면부에는 스포티함을 더할 정도로 교묘하고 입체적인 그래픽이 돋보이는 레이저 리어라이트가 적용됐다.

실내에는 D컷 스타일의 M 가죽 스티어링 휠과 은은한 간접 조명이 들어간 일루미네이티드 에어벤트를 도입해 고급스러운 분위기를 연출했다. 뉴 i4 eDrive40 제원은 전장 4785mm, 전폭 1850mm, 전고 1450mm, 휠베이스(축거)는 2855mm다.

/이승용 기자

“함께 뛰는 기부, 아이들에게 희망될 것”



인터뷰

마티아스 바이틀 벤츠코리아 사장



다하고 받은 사랑을 환원해야 된다는 확고한 신념이 있다”며 “기브앤레이스 슬로건처럼 언제나 ‘미래를 위해서 함께 뛰고 아이들을 위해서 함께 뛰자’는 기업이 되겠다”고 말했다.

기브앤레이스는 벤츠코리아의 대표적인 사회공헌 프로그램으로 지난 2017년부터 시작해 올해로 12회를 맞이했다.

기브앤레이스 12회째 이어져 누적 기부 76억·14만명 참여 “받은 사랑, 나눔으로 돌려줘야”

코로나19당시에도 비대면으로 행사를 진행할 만큼 참가자들에게도 사랑을 받고 있다. 참가자 1인당 5만원의 참가비 전액이 기부금으로 사용되며, 12회 행사 기준 누적 참가자 약 14만 5000명, 누적 기부금 약 76억원을 기록했다. 올해 기부금도 아동학대 예방사업 지원을 위해 사용될 예정이다. 아이들을 사랑하는 벤츠의 진심이 느낄 수 있는 부분이다.

또한 이날 인터뷰에서는 글로벌 지

정학적 리스크로 인한 벤츠코리아의 대응 전략도 확인할 수 있었다.

도널드 트럼프 미국 대통령의 관세 정책 질문에 대해 마티아스 사장은 “트럼프 대통령 관세에 대해서 언급하기 조심스럽기는 하지만 벤츠는 독일과 미국에 생산 거점을 두고 있고 특히 SUV 모델은 미국에서 생산해 한국에 들여오고 있기 때문에 직접적인 영향은 제한적일 것”이라며 “한국 시장에서 저희 메르세데스-벤츠코리아의 사업에 있어서도 큰 영향은 없을 것으로 보인다”고 말했다.

또한 중국 전기차 브랜드의 저가 공세에 대한 질문에서도 여유 있는 모습을 보여줬다. 마티아스 사장은 “공정한 경쟁은 산업을 발전시키는 동력이기 때문에 경쟁은 언제나 환영이다”며 “벤츠만이 가지고 있는 기술력과 브랜드 가치의 차별화로 소비자들에게 다가갈 것”이라고 말했다. 이어 “한국 고객의 높은 수준에 맞게 품질과 경험을 제공하는 것이 우리의 핵심”이라고 덧붙였다.

마티아스 사장은 “한국은 굉장히 중요한 시장이기 때문에 적극적인 지원과 정책을 펼치고 있다”며 “소비자들에게 좋은 제품을 선사하는 것이 가장 큰 목표로 고객들의 니즈를 파악해 발전하겠다”고 강조했다. /이승용 기자 lsy2665@

“누구를 돕겠냐고 물어보면 항상 메르세데스-벤츠의 마음 한 중심에는 아동들이 제일 먼저 들어왔다. 꿈을 만들어내고 그 꿈을 달성하는데 지원하고 싶다”

마티아스바이틀 벤츠코리아 사장(사진)은 제12회 기브앤레이스 행사 전날인 5일 기자들과 만나 이렇게 말했다.

마티아스 사장은 “기브앤레이스 같은 경우는 단순히 불우이웃을 돕고 돈으로 기부했다는 것에서 끝나지 않고 모두가 즐길 수 있는 일종의 기부 문화를 형성하는 것이 목표다”라며 “기업의 사회적 책임(CSR)의 특별한 활동 중 하나라고 생각한다”고 강조했다. 이어 “기브앤레이스 이외에도 약 70개 정도의 사회공헌 활동을 진행하고 있고, 알려지지 않은 사회공헌활동들 역시 필요로 하는 사람들이 있기 때문에 어떤 활동이든 의미가 깊다”고 덧붙였다.

또한 “벤츠가 한국에서 사랑받고 있는 만큼 기업시민의 하나로서 책임을

청호나이스, 봄맞이 ‘매트리스 프로모션’

이달 한 달간 매트리스 4종 할인

청호나이스가 4월 한 달간 매트리스 대상 ‘봄맞이 프로모션’을 진행한다. 7일 청호나이스에 따르면 이번 행사는 매트리스 렌탈료 매달 최대 5000원 할인 혜택과 다양한 사은품을 제공한다.

프로모션 대상 제품은 ▲William J ▲듀얼드림 ▲듀얼코지 ▲온리드림 총 4종이다. 모든 구매 고객에게 항공 방수 커버, 쿨 스킨 패드를 제공하고 파운데이션 또는 프레임과 함께 구매 시 메모리 폼 베개를 추가 사은품으로 제공한다.

청호나이스는 수면의 질에 관심이

높아짐에 따라 고객 선택의 폭을 넓히기 위해 올해 2월 신규 매트리스 라인을 선보였다. 프로모션 대상 제품 중 William J는 고품질 린넨, 방수, 난연 원단이 적용된 삼중 프리미엄 원단으로 안전성과 내구성을 동시에 제공하며, 가벼우면서도 단단한 티타늄 포켓스프링으로 구성해 지지력이 강하다.

여기에 고탄성 9존 밸런스폼과 고밀도 메모리폼을 더해 최상의 편안함을 선사한다. 또한 토퍼분리형 모델로 일체형 구조의 모델보다 더 위생적이고 효율적으로 관리할 수 있다.

/세종=김승호 기자 bada@