





사드 갈등 전 한 화장품 브랜드숍을 찾은 중국인 단체관광객(왼쪽)과 LG생활건강이 최근 중국 항저우 우린인타이 백화점에 오픈한 빌리프 매장 전경. 사진제공 | 네이처리퍼블릭·LG생활건강

한중 관계 훈풍 솔솔…K뷰티, 재도약 채비

中단체관광객 증가…면세점 매출 기대
일부선 "시장 반영은 시간 필요" 신중
광군제 예약판매…물량 늘려도 완판

뷰티

사드(고고도미사일방어체계) 배치로 촉발됐던 한·중 갈등이 최근 빠르게 정상화되면서 시장 회복에 대한 뷰티업계의 기대도 커지고 있다.

한국과 중국은 10월31일 양국 외교부가 관계 개선 관련 합의를 발표한 데 이어 11일에는 베트남 다낭에서 열린 아시아태평양경제협력체(APEC) 회의에서 문재인 대통령과 시진핑 중국 국가주석 간 진행한 정상회담에서 양국관계 복원을 공식화했다. 그동안 중국 단체관광객 급감으로 인한 면세점 매출 감소로 어려움을 겪던 뷰티업계에게 가뭄에 단비같은 희소식이다.

뷰티업계 선두주자인 아모레퍼시픽의 경우 사드 배치 사태로 중국 단체관광객이 크게 줄면서 면세점 매출에서 직격탄을 맞았다. 3분기 매출이 1조2099억원으로 전년 동기 대비 13.6% 줄었다. 영업이익은 무려 전년 동기 대비 39.7% 줄어든 1011억원, 당기순이익도 31.9% 줄어든 798억원을 기록했다. 3분기까지 누적 수치를 보면 매출이 전년 대비 8.0% 영업이익은 30.4% 감소하는 등 기업 활동에 적지않은 타격을 입었다. 아모레퍼시픽은 내년 초 예정이던 그룹 사장단 인사를 3개월이나 앞당기는 등 위기 극복에 부심해 왔다.

한중 간 해빙 무드가 확연하지만 아직 아모레퍼시픽은 신중한 입장이다. 아모레퍼시픽 관계자는 "올해 실적 부진은 외부 이슈만이 아니라 회사 내부의 부족함, 국내외 장기적인 경기 침체, 화장품 산업 내 경쟁 심화 등 다양한 요인이 복합적으로 작용했다"며 "양국 관계가 원만해지는 것은 반갑지만 이런 변화가 실제 매출로 연결되기까지는 시간이 필요할 것으로 보인다"고 전망했다.

중국 단체관광객 방문 및 수출 감소의 직격탄을 맞았던 화장품 브랜드숍(단일 브랜드 매장) 역시 실적 회복 시기가 앞당겨질 것이라며 환영의 입장을 보였다.

●경제보복에도 현지매출은 증가

한국 뷰티산업은 국내 시장에서는 고전을 했지만 중국 현지 매출은 오히려 늘었다. 실제로 11일 중국판 블랙프라이데이인 '광군제'의 예약판매 기간 동안 아모레퍼시픽과 LG생활건강은 전년보다 수량을 늘렸음에도 불구하고 티몰닷컴에서 주요 제품이 완판되는 성과를 거뒀다. 또 11일 당일 아모레퍼시픽은 티몰닷컴에서 전년 대비 53% 성장한 약 3억8700만 위안(약 651억 원)의 매출고를, LG생활건강 역시 티몰닷컴에서 매출이 전년대비 68% 증가하는 성과를 올렸다.

업계 관계자는 "면세점이나 해외직구로 써본 중국 소비자들의 입소문을 통해 시장이 확대됐고 이런 수요가 현지 매장에서 제품을 만나고 싶은 수요로 이어졌다"며 "화장품은 취향이나 기호에 따라 선택해 기존 제품을 바꾸기가 쉽지 않은 것도 한몫했다"고 분위기를 전했다. 업계는 앞으로 양국 관계가 정상화되면 중국 내 'K뷰티' 브랜드 가치가 더 강화될 것으로 바라보고 현지시장 공략을 적극화하고 있다.

LG생활건강은 10월 중국 항저우 우린인타이 백화점에 오휘, VDL, 빌리프 브랜드 매장을 오픈한 데 이어, 이달에는 상하이 소재 백화점에 두 번째 매장 오픈을 앞두고 있다. 토니모리도 최근 중국 화장품 전문 유통기업 DMX와 중국 내 독점판매 및 공급계약을 체결했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

1분에 4400만원 판매… 11번가 일일거래액 신기록

십일절 매출, 하루 640억원 돌파

SK플래닛 온라인쇼핑몰 11번가는 11일 하루 일거래액이 640억원을 돌파하며 사상최대액을 기록했다. 지난해보다 37% 증가한 수치로 1분당 4400만원씩 거래가 된 셈이다.

11번가는 또한 '십일절 페스티벌'을 시작한 1일부터 11일까지 거래액이 4400억원에 육박한다고 덧붙였다. 역시 지난해와 비교해 27% 증가했다. 11번가가 론칭한 2008년 당시 1년 거래액(4200억원)을 11일의 영업실적으로 추월한 것이다.

1일부터 11일까지 11번가에서는 1600만 개가 넘는 상품이 판매됐다. 인기 상품을 판매한 오전 11시에는 1분당 최고 3400개씩 제품이 팔렸다.

SK플래닛은 올해 '십일절 페스티벌'의 인기가 유독 컸던 이유를 '온오프라인연결(O2O) 프로모션'으로 분석했다. 온라인 플랫폼을 벗어나 오프라인 매장으로 직접 나가 주요 브랜드사와 협업한 시너지의 결과라는 설명이다.

11번가는 롯데, 현대백화점을 포함해 CU, 배스킨라빈스, 파리바게뜨, 피자헛 등 15개 브랜드 전국 3만 여개 매장에서 안내문 등을 통해 십일절 페스티벌을 알렸다. 아울러 혜택이 높은 상품을 기획해 판매해 12만 명이 넘는 고객이 11번가를 찾아 e쿠폰 상품 42만3400여장을 구매했다.

11번가는 12일부터 30일까지 진행하는 '십일절 애프터파티' 기획전을 통해 흥행을 이어갈 방침이다. 12일부터 19일까지는 패션, 뷰티, 스포츠·아웃도어 상품을 최대 50% 할인하는 '스타일위크' 행사를 연다. 20일부터는 '블랙프라이데이' 행사를 통해 해외직구족들을 잡는다는 전략이다.



11번가가 11일 '십일절 페스티벌'의 인기에 힘입어 사상 최대 일거래액인 640억원을 달성했다. 모델들이 한 백화점 앞에서 십일절 페스티벌을 알리고 있다. 사진제공 | SK플래닛

김명근 기자 dionys@donga.com

종합 챔피언에 박동섭…현대 아반떼컵 레이스 시리즈 성료

경기당 평균 70대…모터스포츠 문화 정착

국내 최대 규모의 원메이크 레이스인 '2017 현대 아반떼컵 레이스 시리즈'가 시즌을 마쳤다. 현대자동차㈜가 주관하는 아반떼컵 레이스 시리즈는 '마스터즈(6차전)'와 '챌린지(5차전)' 두 개의 리그로 나뉘어 진행된다.

아마추어 최상위권 선수가 참가한 '아반떼컵 마스터즈 레이스'는 4월 용인 에버랜드 스피드웨이 서킷에서 열린 개막전을 시작으로 영암 KIC 서킷과 인제 스피디움 서킷에서 진행했다. 시리즈 포인트 122점을 획득한 박동섭 선수가 종합 챔피언 타이틀을 차지했다. 모터스포츠 입문용 대회인 '아반떼컵 챌린지 레이스'에서는 상위 5명에게 내년 '아반떼컵 마스터즈 레이스' 승급 자격과 함께 승급지원금 100만원을 수여했다.

'아반떼컵'은 아마추어들이 모터스포츠 대회에 쉽게 참여할 수 있도록 문턱을 낮췄다. 기존 아반떼 스포츠 순정 차량에 아반떼컵 튜익스 전용 패키지(아반떼컵 패키지)와 안전사양의 보강을 위한 R튜만 적용하면 누구나 참가할 수 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com



2017현대 아반떼컵 레이스 시리즈 경기 모습.

LG전자, 英 FA컵 후원

LG전자는 잉글랜드 축구협회와 파트너십을 체결하고 2020년까지 3년간 영국 FA컵을 공식 후원한다. FA컵은 150여 국가에서 2700만 명 이상이 시청할 정도로 인기가 높은 축구대회다. LG전자는 FA컵을 활용해 프리미엄 브랜드 마케팅을 강화할 계획이다. LG전자는 지난해 말부터 영국과 독일, 프랑스, 스페인, 이탈리아 등 유럽 주요 국가에 'LG 시그니처'를 출시해 왔다. 이번 후원이 LG 시그니처의 '초프리미엄 이미지'를 강화하는 계기가 될 것으로 기대하고 있다 LG전자는 FA컵 결승전이 열리는 웸블리 스타디움의 프리미엄 관람석인 '클럽 웸블리'에 초 프리미엄 가전 LG 시그니처 체험공간을 운영한다.

김명근 기자

하이CNT '더 수소 클렌징솝' 출시



하이CNT가 '수소톡톡 더 수소 클렌징솝'(사진)을 내놓았다. 강력한 항산화물질 수소와 천연식물 추출물을 함유해 미세먼지와 오염물 제거뿐 아니라 메이크업 클렌징에도 탁월한 세정효과를 나타내는 클렌징 비누다. 전남 보성의 유기농 녹차 분말과 수소의 유효성분이 녹아있는 미세하고 풍성한 버블 마사지로 피부트러블 개선 및 보습 효과를 높여 건강한 피부를 가꾸는 데 도움을 준다. 특히 수소는 작은 입자로 피부 세포막을 빠르게 통과해 손상된 세포를 회복시켜주고 피부노화방지 및 보습효과 증대에도 효과가 있다. 이에 수소 성분으로 거품이 풍성하게 발생하는데 비누 버블을 바로 씻어내지 말고 2~3분 충분한 마사지로 수소의 효능을 느껴보라는 게 회사 측 소개다.

정정욱 기자

한 눈으로 보는 주간 경제 6일~10일

코스피지수	2542.95	▼	-15.02
코스닥지수	720.79	▲	+19.66
日 닛케이 지수	2만2681.42	▲	+139.3
中 상하이 종합	3432.67	▲	+60.93
국고채 금리 (3년물, 연%)	2.16	▲	+0.03
환율 (원 · 달러)	1119.60	▲	+4.1
국내금값 (원/그램 g)	4만6198.97	▲	+449.08

지수는 10일 종가, 등락은 주간 집계.

오늘의 얼굴

전지현, 광군제 등 中광고에 다시 등장



중국 최대 전자상거래업체 알리바바의 온라인 쇼핑몰 타오바오는 11일 실시한 광군제 판촉 광고에 전지현과 공효진 등 한국 스타들을 모델로 기용했다. 10일에는 중국 베이징 지하철 광고에 전지현이 화장품 브랜드 모델로 나섰다. 중국은 2016년 7월 한국 연예인 중국 활동과 한류 콘텐츠 유통을 규제하는 금한령을 내렸다. 이에 따라 한국 스타들이 출연하던 광고가 방영이 중단되거나 모델이 중국 스타로 교체되는 사태가 이어졌다.

하지만 10월31일 한중 합의 이후 송중기와 송혜교 결혼식을 중국 매체들이 대거 보도하고, 한동안 중국 방송에서 볼 수 없던 K-POP 그룹 공연을 생중계하는 등 변화가 생겼다. 또한 CCTV는 최근 평창 동계올림픽 특집 프로그램을 30여 분간 방영하기도 했다.

비즈 TALK TALK

● "재벌들, 법 위반 행위하면 다 고발한다."(김상조 공정거래위원장, 세종시 정부종합청사서 진행한 기자간담회에서 공정위가 앞으로 적극적으로 고발권을 행사하겠다며)

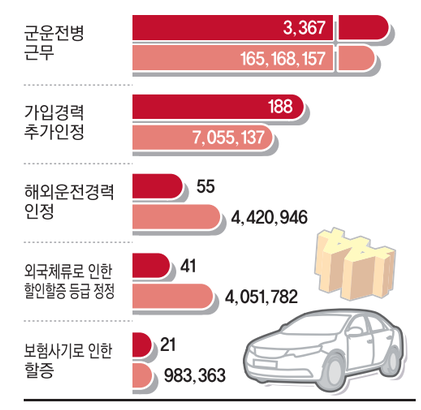
● "내년 산업경기 키워드는 수출"(현대경제연구원, 12일 발표한 '2018년 산업경기 8대 특징과 시사점' 보고서에서 수출은 활력을 띠는 반면 내수산업은 경기회복속도가 체감키 어려울 정도로 더딜 것이라며)

데이터 경제

자동차 과납 보험료, 3개월만에 1억8000만원 환급

보험개발원은 군 복무자 · 외국 체류자 자동차보험료 환급 안내 이후 3개월간 4만5739건의 과납보험료 환급조회 요청이 접수돼 이 중 3712건, 총 1억8000만원이 환급됐다고 12일 밝혔다. 유형별로 살펴보면 '군 운전병 근무'로 인한 사례가 3367건으로 전체 환급 건수의 90.7%를 차지했다. 이어 가입경력 추가인정(188건), 해외운전경력 인정(55건), 외국체류로 인한 할인할증등급 정정(41건), 보험사기로 인한 할증(21건) 순이었다. 본인이 환급 대상에 해당하는지 알고 싶다면 보험개발원의 통합조회시스템(http://aipis.kidi.or.kr)에 들어가 확인하면 된다.

● 주요 유형별 과납보험료 환급 현황
(2017년 8월~10월 실적)



편집 | 신하늬 기자