러시아+탈린+북유럽 6개국 12일
4월17일 출발
하얀풍차투어 02-777-6566

비즈 프리즘 | 메르세데스-벤츠, 수입차 단일 브랜드 최초 연간 7만 대 판매돌파

승승장구 비결은 '투자&사회공헌'

메르세데스-벤츠 코리아는 지난해 국내 자동차 시장에서 총 7만798대를 판매하며 역대 최고 실적을 경신했다. 국내에서 수입차 단일 브랜드가 연간 7만 대 판매 기록을 수립한 것은 메르세데스-벤츠가 최초다. 3년 연속 수입차 판매 1위 기록도 썼다. 메르세데스-벤츠가 국내 시장에서 이처럼 승승장구할 수 있는 비결은 뛰어난 상품성을 바탕으로 한 적극적인 서비스 인프라 투자와 활발한 사회공헌 활동에 있다. 메르세데스-벤츠 코리아의 지속 가능 성장을 이끈 주요 활동을 살펴봤다.

메르세데스-벤츠는 새로운 후원 문화를 확립하자는 취지에서 '기브앤레이스(GIVE 'N RACE)' 자선 달리기 대회를 매해 개최하고 있다. 2016년부터 2018년까지 누적참가자 2만2000명, 총 기부액 12억 원을 기록했다. 사진제공 | 메르세데스-벤츠

서비스 인프라·품질 지속적 강화
R&D센터 규모↑…기술 개발 확대
다양한 기부 문화 확산 캠페인 진행

●서비스 품질 대폭 강화

메르세데스-벤츠 코리아는 서비스 인프라 확장과 서비스 품질 강화에 지속적으로 투자해 왔다. 고객들이 수입차 구매를 꺼리게 되는 가장 큰 장애 요소를 근본적으로 제거하기 위한 노력이다. 그 결과 2019년 3월 기준 전국 56개의 공식전시장, 65개의 공식서비스센터, 21개의 공식 인증 중고차 전시장을 갖추며 수입차 단일 브랜드 최대 규모의 인프라를 확보했다. 또한 전시장을 단순한 차량 판매 장소가 아닌 벤츠라는 브랜드가 추구하는 가치 및 라이프스타일을 경험할 수 있는 공간으로 변화시켜 감성 만족도를 높였고, 고객의 라이프스타일에 맞춘 옵션형 서비스 상품 '마이 서비스(My Service)'를 전국 34곳의 서비스센터로 확대 도입해 연평균 서비스 예약 대기일을 1.6일로 전년 대비 36% 단축했다.

●AMG 스피드웨이, 전용 R&D 센터 운용

메르세데스-벤츠 코리아는 지난해 세계 최초로 메르세데스-AMG 브랜드가 적용된 트랙 'AMG 스피드웨이(AMG SPEEDWAY)'를 오픈했다. 전용 서킷에서 메르세데스-벤츠의 고성능차 오너들을 위한 전문 드라이빙 교육 프로그램 'AMG 드라이빙 아카데미(AMG Driving Academy)'를 운영해 고객들이 메르세데스-벤츠라는 브랜드의 가치를 다시 보게 만든 계기로 삼았다. 스피드웨이는 드라이빙 프로그램 외에도 서킷체험, 다양한 고객 마케팅 이벤트, 사회공헌활동 등으로 다채롭게 활용되며 국내 복합 자동차 문화공간으로 자리매김하고 있다.

메르세데스-벤츠 R&D 코리아센터도 운영중이다. 2014년 신설된 이후 2018년 11월 기준 기존 대비 사무실 규모와 연구 인력을 약 2배 이상 늘렸다. R&D 센터의 건립은 한국 고객만의 특화된 니즈를 충족하고 국내 시장에 보다 적합한 제품을 내놓겠다는 메르세데스-벤츠의 의지가 담겨 있다. 메르세데스-벤츠 R&D 코리아센터는 자율주행 기술을 위한 첨단 운전자 보조 시스템 및 인포테인먼트, 네비게이션 시스템 등 커넥티드카 관련 기술 개발을 위한 연구 개발 허브로서 역할을 보다 확대해 갈 예정이다.

●사회공헌 활동과 새로운 기부 문화 조성

메르세데스-벤츠코리아는 국내 다임러 계열사 및 11개 공식 딜러사와 함께 사회 공헌 기금을 조성, 2014년 6월 '메르세데스-벤츠 사회공헌위원회'를 출범시키고 다양한 사회공헌 활동을 진행 중이다.

어린이 교통 안전 교육 프로그램 '메르세데스-벤츠 모바일키즈'는 현재까지 700여 개 수도권 및 부산지역 초등학교와 사회복지기관의 총 15만500여 명의 어린이에게 교육을 실시했다.

참여형 기부 프로그램 중심의 '메르세데스-벤츠기브(Mercedes-Benz GIVE)'도 새로운 시도로 긍정적인 반응을 얻고 있다. 새로운 후원 문화를 확립하자는 취지에서 시작된 메르세데스-벤츠 '기브앤레이스(GIVE 'N RACE)' 자선 달리기 대회는 2016년부터 2018년까지 3차례의 대회를 통해 누적참가자 2만2000명, 총 기부액 12억 원을 기록했다.

그 외 '기브앤바이크(GIVE 'N BIKE)' 기부 자전거 대회, 기브앤드라이브(GIVE 'N DRIVE)' 자선 골프 장타대회 등을 통해 새로운 기부 문화 확산 캠페인을 이어가고 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com

SK텔레콤은 3일 '5G론칭 쇼케이스'를 열고 4종의 5G 요금제를 공개했다. 이 자리에는 박정호 SK텔레콤 사장, 김연아, '페이커' 이상혁, 장애인 수영선수 윤성혁, 최장기 고객 박재원, '엑소' 백현·카이(왼쪽부터)가 참석했다. 사진제공 | SK텔레콤

SKT "우리도 5G 데이터 완전 무제한"

월 8만9000원부터…한시적 프로모션
향후 요금제 업데이트·정식 도입 검토

5G 요금제를 두고 이통사들의 경쟁이 치열한 가운데, SK텔레콤도 무제한으로 이용할 수 있는 5G 요금제 카드를 꺼내들었다.

SK텔레콤은 3일 서울 을지로 사옥에서 '5G론칭 쇼케이스'를 열고 4종의 5G 요금제를 공개했다. 일반형인 '슬림'은 월 5만5000원에 8GB, 실속형인 '5GX스탠다드'는 월 7만5000원에 150GB를 제공한다. 또 '5GX프라임'은 월 9만5000원에 200GB, '5GX플래티넘'은 월 12만5000원에 300GB를 준다.

이중 5GX프라임과 5GX플래티넘은 프로모션을 통해 6월 말까지 가입하면 각각 월 8만9000원, 12만5000원에 속도제한 없는 완전 무제한 데이터를 연말까지 제공한다. 2일 발표한 KT 5G 요금제에 대응하기 위한 것으로 분석된다. KT는 월 8만 원짜리 요금제부터 데이터를 완전 무제한으로 제공하는 요금제를 내놓았다. SK텔레콤은 고객 사용 패턴을 분석해 추후 요금제를 업데이트할 예정이다. 특히 데이터 완전 무제한을 정식요금제로 도입하는 방안도 검토할 것으로 알려졌다.

한편 지난 달 29일 가장 먼저 5G 요금제를 공개한 LG유플러스도 데이터 완전 무제한 요금제 도입을 추진한다.

김명근 기자 dionys@donga.com

3월 수입차 시장, 벤츠 E300이 가장 많이 팔려

전체 판매 전월 대비 13.8%↑

한국수입자동차협회(KAIDA)는 3월 수입 승용차 신규등록대수가 2월 보다 13.8% 증가한 1만8078대로 집계됐다고 3일 밝혔다. 하지만 전년과 비교하면 31.5% 감소한 수치다. 2019년 1분기 누적대수도 5만2161대로 전년(6만7405대) 보다 22.6% 감소했다.

3월 브랜드별 등록대수는 메르세데스-벤츠 4442대, BMW 2999대, 혼다 1457대, 렉서스 1371대, 랜드로버 1253대 순이다.

벤츠가 1위를 굳건히 지켰고, BMW는 5시리즈와 3시리즈의 판매량이 늘며 2위 자리를 탈환했다. 혼다의 약진도 눈에 띈다. 신형 어코드 하이브리드 모델이 인기를 끌며 3위로 도약했다. 베스트셀링 모델로는 메르세데스-벤츠 E 300(946대), 메르세데스-벤츠 E 300 4MATIC(824대), 렉서스 ES 300h(788대) 순이다.

한국수입자동차협회(KAIDA) 윤대성 부회장은 "3월 수입차 시장은 일부 브랜드의 신차효과와 물량해소 등으로 전월 대비 증가했다"고 설명했다. 원성열 기자

'인보사 쇼크' 이틀, 주가는 반등했지만…

세포유전자치료제 '인보사' 판매중지 결정으로 폭락했던 코오롱생명과학과 코오롱티슈진의 주가가 3일 반등했다.

4월1일자로 판매와 처방이 중단되자 두 회사의 시가총액은 이틀 동안 총 1조 원 넘게 증발했다. 그러나 판매 중지 이틀 후인 3일은 종가 기준으로 코오롱생명과학(5만 원)과 코오롱티슈진(2만550원) 모두 4% 넘게 상승하며 투자심리가 진정되는 모양새다. 다른 바이오·제약회사의 주가도 별다른 영향을 받지 않고 개별적인 움직임을 보였다.

현재까지는 '인보사 쇼크'가 주가 등 투자심리에 대한 파장은 제한적인 모습을 보였다. 이번 사태가 바이오업계 신뢰도를 떨어뜨리고 허가를 준비하던 업체들에게 부담이 될 것이라는 우려는 높다.

한편 식약처는 인보사 세포에 대한 국내 제품 검사결과를 15일 발표할 예정이다. 조사 결과 위법 사항이 발견되면 약사법에 따라 행정처분 등 후속조치를 취할 계획이다. 정용운 기자 sadzoo@donga.com

한 눈으로 보는 경제

3일

코스피지수	2203.27	↑	+26.09
코스닥지수	749.30	↑	+9.73
日 닛케이 지수	2만1713.21	↑	+207.90
中 상하이 종합	3216.30	↑	+39.47
국고채 금리 (3년물, 연%)	1.71	↓	-0.02
환율 (원·달러)	1134.50	↓	-2.50
국내금값 (원/그램 g)	4만7113.39	↑	+84.11

하이트진로, 美 현지인 공략 성공적
맥주·소주 판매 전년대비 10% 성장

하이트진로는 2018년 미국 판매실적이 전년 대비 10% 성장한 1800여만 병(맥주 500ml, 소주 360ml 기준)을 기록했다고 3일 밝혔다.

지난해 소주는 5%, 맥주는 17%로 고른 성장을 보였고 전체 주류 판매는 최근 3년 평균 15% 성장했다. 하이트진로는 향후 미국 시장 성장이 지속될 것으로 기대하고 있다. 현재 미국 대형 채널을 통한 제품 사입과 유흥 시장 소주 판매 확대를 위한 영업활동을 활발히 진행 중이다.

최근 워싱턴 주 하원에서 만장일치로 통과한 소주 판매 관련 법안도 호재로 작용할 것으로 예상된다. 현재 워싱턴 주 내 식당과 술집에서는 소주를 낱잔으로 판매할 수 있다. 하지만 법안이 통과되면 한국처럼 소주를 병으로 판매할 수 있다. 1998년 캘리포니아 주, 2002년 뉴욕 주에 이어 같은 법안 제정은 이번이 세 번째다. 원성열 기자

'미에로화이바' 신규 TV광고 공개

현대약품은 새로운 모델 하니와 함께 한 '미에로화이바' 신규 TV광고(사진)를 공개했다. 영상에서 하니는 미에로화이바를 상징하는 오렌지색 의상을 입고 등장해 미에로화이바가 담긴 냉장고에서 제품을 꺼낸 뒤 '담고, 들고, 마시고, 쭉쭉쭉'이라는 가사가 반복되는 노래에 맞춰 춤을 춘다. 현대약품 관계자는 "이번 광고 영상에서 건강미와 긍정적인 기운이 넘치는 하니를 통해 제품의 메시지가 잘 표현됐다"고 전했다. 정용운 기자

르노 클리오, 신규 트림 '아이코닉' 출시

르노의 소형차 클리오가 신규 트림 '아이코닉'을 출시했다. 클리오 아이코닉 트림은 기존 젠과 인텐스의 중간 트림으로 가격은 2111만 원(개별소비세 3.5% 적용)이다. 고객 선호도가 높은 다양한 편의사양을 기본 적용한 것이 특징이다. 풀오토 에어컨, 인텔리전트 스마트카드시스템, 앞좌석 열선시트, 전방 경보 시스템, 전방 안개등 코너링 기능 등 수입 소형차급에서는 보기 힘들었던 편의사양이 모두 탑재됐다. 원성열 기자

교육·퍼즐은 12면에 옮겨 싣습니다.