

비즈 & 피플

콜맨코리아 양 두 봉 대표이사

변치않는 품질 하나로 전통 지켜내
아웃도어 시장 위축? 육구는 여전
캠핑 문화 하나씩 선도해 나갈 것

- 캠핑의 계절 가을이 왔다.

“신제품은 4월에 가장 많이 나온다. 캠핑 매출은 4~8월이 피크다. 사실 가을은 조금 내려가는 시기인데 올해는 추석 끝나고 특이하게 매출이 많이 올라갔다. 가을은 가을만의 정취가 있지 않나. 캠핑, 가야 한다.”

- 캠핑장에 가 보면 콜맨 텐트제품이 제법 눈에 띈다. 콜맨의 고향인 미국에 다녀온 사람들은 “캠핑용품 파는 곳 가면 콜맨밖에 안 보인다”라는 얘기를 하곤 하는데, “미국인에게 콜맨은 생활용품처럼 친근한 브랜드이다. 그것도 100년이 넘도록. 미국에서는 캠핑이라는 말을 잘 쓰지 않는다. 그냥 ‘아웃도어’라고 한다. 야외활동이 다 아웃도어다. 예를 들어 주택에 주로 살고, 녹지가 많다보니 바비큐를 많이 하게 되는데 바비큐장비, 테이블, 의자는 기본이다. 미국인들에게 콜맨은 생활용품이자 가구 개념인 것이다. 영화에서도 많이 나오지만 집집마다 현관에 랜턴도 필수적으로 갖춰놓고 있다.”

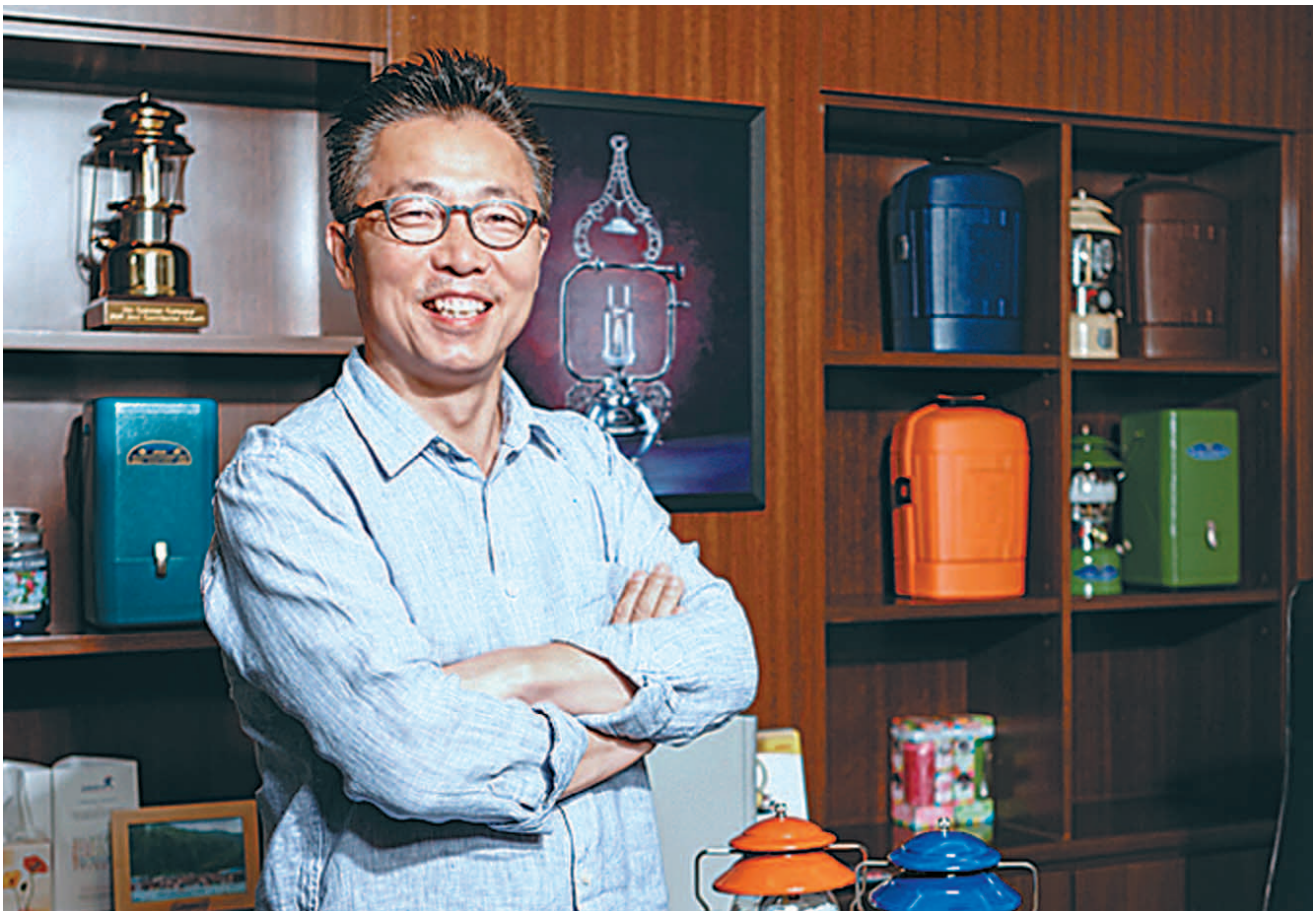
- 콜맨의 역사가 무려 115년이다. 말이 115년이지 특정 브랜드가 이 만한 역사를 만들었다는 것은 엄청난 일이다. 콜맨이 100년이 넘는 전통과 역사를 쌓을 수 있었던 힘은 어디에 있을까.

“품질이다. 불탄 차에서 나온 아이스박스가 멀쩡하고, 해저에서 발견된 랜턴의 불이 켜졌다. 강추위 속에서 캠핑을 하는데 다 얼어붙고 콜맨제품만 작동했다는 경험담을 갖고 있는 동계캠퍼들도 많다.”

- 글로벌 스포츠·아웃도어 브랜드를 두루 거처했다. 글로벌 브랜드를 한국에서 전개하면서 느낀 한국시장만의 특징이 있다면.

“한국의 유통시장과 소비자는 다르다는 점을 해외 본사를 상대로 설득하는 게 쉽

100년이 넘는 전통을 지닌 브랜드의 수장을 맡는다는 것은 어떤 기분일까. 아니, 그보다 한 브랜드가 100년 동안 한결같이 고객의 사랑과 신뢰를 쌓아올 수 있었던 근원은 어디에서 찾을 수 있을까. 양두봉(49) 대표는 지난해부터 115년 전통의 글로벌 캠핑 브랜드 콜맨 한국지사의 대표이사를 맡고 있다. 아웃도어에서 밥 좀 먹었다는 사람치고 그의 이름을 모르는 사람은 없을 것이다. 양 대표는 아웃도어 분야에서만 20년 넘게 일한 아웃도어 전문가이다. 1993년 나이키코리아에 입사해 10년간 신발사업부를 책임졌고 고어코리아, 푸마코리아 등 글로벌 스포츠·아웃도어 브랜드에서 영업 총괄 이사진을 역임했다. 서울 중구 남산스퀘어에서 만난 양 대표는 “나이키 때는 길 가는 사람들 신발만 보 이더니 요즘은 텐트, 테이블, 의자만 눈에 들어온다”며 웃었다.



115년 전통을 자랑하는 글로벌 캠핑 브랜드 콜맨 한국지사의 대표이사를 맡고 있는 양두봉 대표. ‘전통의 힘은 품질에서 나온다’는 양 대표는 “우보산행의 자세로 천천히, 그러나 멀리 가겠다”고 말했다.

사진제공 | 콜맨코리아

지 않다. 예를 들어 한국은 대리점 시스템이 있다. 본사에서는 이걸 이해하지 못한다. 직영점 외의 대리점 시스템은 우리 시장만의 독특한 구조다. 또 한국소비자들은 눈높이가 높다. 매장환경이 깨끗하고 세련되어 있어야 구매로 이어진다. 아무리 글로벌 브랜드라고 해도 한국 소비자의 눈높이를 맞추지 못하면 성공할 수 없다. 사업을 접고 철수한 곳이 많다. 한국은 굉장히 어려운 시장이다.”

- 아웃도어 시장이 위축되고 있다고 하는데.

“위축된 것은 맞지만 실은 ‘아웃도어’가 위축된 거다. 2005년만 해도 아웃도어 브랜드가 몇 개 없었다. 돈이 된다고 하니까 너도나도 뛰어들었다. 아웃도어 시장이 피크를 찍고 다운되고 있는 것은 맞다. 정리 수준이라고 본다.”

양형모 기자 ranbi@donga.com

- 캠핑시장은 앞으로 어떻게 될 것 같은가.

“일본을 보면 90년대 중반에 버블경제가 혹 꺼졌다가 2002년경 최하위를 찍고 다시 올라가고 있는 추세다. 우리도 다시 올라가지 않을까. 아무리 위축이 되어도 사람들의 욕구까지 사라지는 것은 아니니까. 국민소득이 3만불이 넘어가면 아웃도어로 갈 수밖에 없다. 한국은 좀 빨리 왔다가 정리되는 것이라 본다.”

- 콜맨코리아의 올해와 내년 목표는 어떤 것인가.

“콜맨의 기업 분위기는 원래부터 매출을 확 올려보자는 식이 아니다. 천천히, 하나씩 다지면서 캠핑문화를 선도하는 기업이 되고 싶다. 우보산행(牛步山行)이랄까. 빨리 가기보다 천천히 함께 호흡을 맞춰서 멀리 가기를 희망한다.”



얼어붙은 상태에서도 점화되는 콜맨 투번너. 사진제공 | 콜맨코리아

양두봉 대표이사

▲연세대학교 경영학과 졸업 ▲콜맨코리아 대표이사(2015~) ▲푸마코리아(2012~2013) ▲고어코리아(2005~2012) ▲나이키코리아(1993~2005)

세븐일레븐, 삼진어묵 통째로 올려놓은 ‘삼진어묵주먹밥’ 출시

세븐일레븐이 지역 명품인 삼진어묵과 손잡고 ‘삼진어묵주먹밥(1400원)’을 선보였다. 간장소스로 버무린 야채볶음밥 위에 삼진어묵을 통째로 올려놓은 신개념 주먹밥이다. 어묵에 생선살이 75% 이상 함유돼 쫄깃하고 탱탱한 식감과 담백한 맛이 특징이다. 구매고객을 대상으로 18일까지 주시쿠폰을 무료증정하는 행사도 진행한다.



경제현장.jpg

청년 진형준 씨의 ‘레고로 만든 혼민정음’



한글날을 맞아 레고 브릭으로 재현한 혼민정음을 해례본이 화제다. 주인공은 진형준(27) 씨. 몇 년 전 우울증을 앓아 병원에서 입원치료를 받던 중 레고에 흥미를 느껴 한글을 레고로 창작해왔다. 지난해 혼민정음 상주본의 소셜 소식을 접하고 혼민정음의 소중함을 알리기 위해 해례본 레고 창작에 뛰어들었다. 한글의 우수성을 연구하고 알리는 정음문화연구원의 지원과 조연을 받아 두 달 동안 노력한 끝에 혼민정음 해례본을 완성했다. 정음문화연구원에 기증된 이 작품은 22~30일 현대백화점 판교점에서 열리는 국내최대 레고 창작품 전시회 ‘2016 브릭코리아’에 전시된다.

사진제공 | 레고코리아



이통사들의 중저가 전용폰인 KT ‘비와이폰’, LG유플러스 ‘H폰’, SKT ‘루나S’ (왼쪽부터).

가을, 중저가 전용폰 전쟁도 뜨겁다

KT ‘비와이폰’ LGU+ ‘H’ 이어 SKT 12일 ‘루나S’ 전용폰 출시

지난해에 이어 또 다시 ‘가을 중저가 전용폰’ 전쟁이 시작됐다.

9일 관련 업계에 따르면 이동통신사들이 중저가의 전용폰을 잇달아 내놓으며 차별화 전략을 펴하고 있다. 판매를 재개한 삼성전자의 ‘갤럭시노트7’과 21일 국내 출시 예정인 애플의 ‘아이폰 7’ 등 프리미엄폰 구입이 부담스러운 소비자들에게는 또 다른 선택지가 될 것으로 보인다.

가장 관심을 모으는 제품은 지난해 가을 중저가폰과 전용폰 시장에 돌풍을 몰고 온 ‘루나’의 후속 모델이다. 루나는 이동통신사가 직접 기획에 참여했다는 점에서 새로운 시도로 평가받았다. SK텔레콤은 12일 ‘루나S’를 전용폰으로 출시한다. 전 모델과 마찬가지로 SK텔레콤이 기획과 유통을, TG엔컴퍼니가 개발

을, 대만 폭스콘이 위탁 생산을 담당했다. 출고가는 56만8700원. 5.7인치 쿼드 HD 화면과 1.8GHz 옥타코어 프로세서, 3020mAh 배터리 등 80만원대 프리미엄급 성능을 갖췄다는 게 SK텔레콤 측의 설명이다. 특히 국내 최초 1300만 화소 전면 카메라가 눈길을 끈다. SK텔레콤은 이에 앞서 출고가 64만9000원의 전용폰 ‘갤럭시A8(2016)’도 선보였다. KT와 LG유플러스는 국내 시장 공략을 본격화 하고 있는 중국의 스마트폰 제조기업 화웨이와 손잡고 중저가 전용폰 라인업 강화에 나섰다. KT는 젊은 세대를 겨냥한 ‘비와이(Be Y)폰’을 선보였다. 출고가 31만6800원에 5.2인치 풀HD 디스플레이와 쿼드 코어 프로세서, 3000mAh 배터리를 갖췄다. LG유플러스는 지난해 큰 인기를 얻은 ‘Y6’ 후속으로 ‘H’폰을 단독 출시했다. 출고가는 24만2000원이며 5.5인치 HD 대화면과 3000mAh 배터리를 갖췄다.

김영근 기자 dionys@donga.com

비즈갤러리

종합 렌탈비교사이트 ‘렌탈포유’ 인기



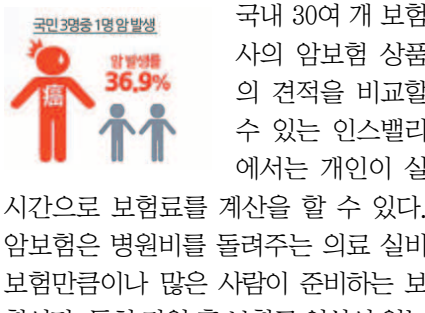
최근 소비자들은 렌탈 비교견적 사이트에서 개인별 설계를 받고 가입하는 방식을 선호하고 있다. 렌탈 비교사이트는 쿠쿠나 청호나이스, 동양매직 등의 브랜드 정수기와 공기청정기, 식기세척기, 안마의자 등 생활제품의 렌탈 조건 및 혜택을 비교해보고 선택할 수 있다. 종합 렌탈 비교사이트 ‘렌탈포유(www.rentalfory.com)’ 관계자는 “최근 직수형정수기와 대기업 정수기인 LG퓨리케어 정수기 렌탈에 대한 수요가 증가하고 있다”며 “바디프랜드 안마의자 렌탈과 중국발 화사와 호흡기 질환의 예방이 기대 가능한 공기청정기 렌탈 역시 두각을 나타내고 있다”고 전했다. 렌탈포유에서는 정수기, 공기청정기 렌탈 외에도 비데, 제습기, 연수기, 전기레인지, 식기세척기, 승마운동기구, 안마의자 등 다양한 제품들을 합리적인 비용으로 렌탈할 수 있다. 신규 렌탈 신청자 대상 사은품 이벤트를 진행 중이다.

‘신차키움’서 렌트카·리스 최저가 비교



장기렌트카와 자동차리스를 최저가로 빠르게 출고하는 ‘신차키움’이 인기다. 신차키움(www.sinchakium.com) 장기렌트카의 장점은 월 렌트로 이외에 추가적인 지출이 없다는 것이다. 장기렌트카의 경우 세금 및 보험료 납부 등의 번거로운 과정없이 매달 렌트료만 지불하면 된다. 또 사고 시에도 보험료 할증의 부담이 없고, 차량 입고 시 대차 서비스도 제공한다. 신차키움에는 장기렌트카와 자동차리스로 롯데렌터카(구kt금호렌트카), aj렌트카, sk렌터카 등이 있고 캐피탈사는 kb캐피탈, 하나캐피탈, 현대캐피탈 등이 있다. 신차키움은 특판 전문 18개 업체 특가통합비교견적을 받을 수 있다. 자동차리스와 장기렌트카와 자동차차사의 특판, 계약 만료 시 차량가격을 비교분석할 수 있는 시스템을 가동 중이다.

‘인스밸리’, “비갱신형 암보험 비교해야”



국내 30여 개 보험사의 암보험 상품의 견적을 비교할 수 있는 인스밸리에서는 개인이 실시간으로 보험료를 계산할 수 있다. 암보험은 병원비를 돌려주는 의료 실비보험만큼이나 많은 사람이 준비하는 보험이다. 특히 가입 후 보험료 인상이 없는 비갱신형 암보험은 MG손해보험, 메리츠화재, AIA생명, 현대해상, 흥국생명, 삼성생명 등 많은 보험사에서 판매하고 있어 진단금과 보험료 비교는 필수다. 다양한 암보험 상품 및 가격 비교는 국내 30여 개 보험사의 암보험 상품의 견적을 비교할 수 있는 비갱신형 암보험 가격 비교 사이트(news.insvalley.com/news.jsp?subAP=A038)를 이용하는 것이 도움이 된다. 실시간 보험료 계산은 물론 암보험 가입순위 정보도 볼 수 있다. 또 비갱신 암보험 외에도 갱신형 암보험, 100세 만기 암보험, 실비 암보험, 여성 암보험 등의 가입을 위한 암보험 전문가와 1대 1 맞춤상담을 무료로 진행 중이다.

‘클린모기지’, 아파트담보대출 문의 급증 부동산 담보대출 금리 비교 사이트 ‘클린



한 번에 비교할 수 있다. 은행마다 기준금리, 가산금리, 우대금리가 다르기 때문에 최대한 여러 은행권의 주택 담보대출 상품을 비교해 볼 필요가 있다. 이에 클린모기지(cleanmortgage.co.kr)에서는 시중은행권(은행, 보험사, 농협, 수협, 신한, 새마을금고, 캐피탈, 저축은행 등)의 주택 담보대출 금리, 대출 한도와 대출 조건(중도 상환 수수료, 대출 상환 방법, 대출 자격 조건 등)도 비교가 가능하다. 클린모기지서비스는 무료로 주민번호와 같은 개인정보는 수집하지 않는다. 이밖에 아파트 담보대출, 아파트 매매 잔금대출, 아파트 MI대출, 아파트 후순위 대출(추가대출), 저금리 대출 갈아타기, 아파트 전세자금 대출, 빌라 담보대출, 전세 자금대출, 전세 퇴거자금 대출 상품 비교가 가능하다.

‘키즈인슈’, 태아보험 상담만 해도 선물 태아 보험 비교사이트 ‘키즈인슈’에서는



한다. 키즈인슈의 태아 보험 비교사이트(www.kidsinsu.net)는 금융감독원에 등록된 태아·어린이 보험 전문 법인 대리점으로 30세 만기와 100세 만기, 순수 보장형과 만기 환급형의 가격 견적과 순위를 제공한다. 또 태아 실비보험부터 저축성 교육보험과 생명보험+손해보험으로 구성된 태아 패키지보험, 자연임신과 인공수정(시험관) 쌍둥이 등 사례별 태아, 어린이 보험의 필수 특약 항목까지 안내하고 있다. 특히 가입 후 태아등재와 보험금 청구를 다이렉트로 대행해준다. 현재 태아 보험은 현대해상(갯넛굿 어린이 보험), KB손해보험(구.LIG 희망플러스스자녀보험), 메리츠화재(내맘같은 어린이 보험), 삼성화재, 동양생명, 흥국생명 등 여러 보험회사에서 판매하고 있다.

‘판촉클럽’, 판촉물 소자본창업 상담

최근 평생직장이라는 개념이 사라지면서 소자본창업을 노후 대안으로 삼는 청



년층과 중장년층이 늘었다. 소자본으로 소위 대박을 기대하는 것은 쉽지 않지만 적어도 투자 대비 고소득 창출의 수단이 된다면 도전할 만한 아이템이다. 이 가운데 판촉클럽은 소자본창업 아이템으로 판촉물 창업을 제시하고 있다. 판촉클럽 측에 따르면 판촉물 창업은 100만 원가량 투자비용이 들어가지만 제고 부담이 없으며 전화 상담만으로 전국을 대상으로 사업이 가능하다. 판촉클럽은 예비창업자에게 상담 교육 및 광고 교육 성공 노하우까지 제공하고 있어 초보자라도 무리 없이 창업을 진행할 수 있다. 판촉물 창업 아이템은 일반형과 투잡형으로 나누어지며 자세한 사항은 전화 상담을 통해 가능하다. 문의 02-2668-9125.

편집 | 최혜경 기자 hk7048@donga.com