

“배달만이 살 길...차량·인력 다 늘려!”

배달 서비스 확대로 실적 반등 노려
홈플러스 온라인몰, 배달 체계 강화
편의점 배달 인기, 세븐일레븐 가세

코로나19 확산으로 대면접촉을 꺼리는 언택트(Untact) 소비가 급격하게 늘면서 대형마트와 편의점 등 오프라인 유통업계가 생존을 위해 배달 서비스 강화에 열을 올리고 있다.

홈플러스는 최근 온라인몰의 배달체계를 대폭 강화했다. 배달 차량을 기존 대비 15% 늘렸고, 기존 매장의 인력 일부를 온라인몰 포장작업 지원에 투입했다. 참고형 할인점인 더클럽 온라인몰의 무료배달 기준금액도 기존 10만 원에서 6만 원으로 낮췄다. 이처럼 홈플러스가 온라인 배달 서비스 강화에 나선 것은 온라인몰



홈플러스 온라인몰을 소개하는 모델들. 코로나19 확산 여파로 오프라인 유통업계가 배달 서비스를 강화하고 있다.

이용 고객이 코로나19 사태 이후 크게 늘었기 때문이다. 2월 들어 14일까지 홈플러스 온라인몰 매출은 전년 동기 대비

127%나 증가했다. 특히 온라인몰의 신규 고객이 매일 2000명 이상 유입되고 있다. 송승선 홈플러스 모바일사업부부장

은 “안정적인 생필품 공급과 고객 장바구니 물가부담을 줄이기 위해 온라인몰 혜택과 서비스를 강화했다”고 했다.

편의점들의 배달 서비스도 인기다. CU가 요기요와 협업한 배달 서비스의 1월 20일부터 2월 19일까지 한달여간 이용 건수는 전월 대비 68.5% 증가했다. 특히 14일 밸런타인데이에 진행된 ‘밸런타인 배달 서비스’가 큰 인기를 끌었다.

편의점의 배달 서비스가 인기를 끌자 세븐일레븐도 가세했다. 오전 11시부터 오후 11시까지 요기요 앱을 통해 도시락, 가정간편식, 생활용품 등 330여 개 상품을 주문할 수 있다. 1만 원 이상부터 배달 가능하다.

고영국 세븐일레븐 ebiz팀장은 “수도권 매장에서 시범 운영한 뒤 연내에 배달 서비스 매장을 점차 확대할 계획”이라고 했다. 정정욱 기자 jjay@donga.com

한 눈으로 보는 경제

20일

코스피지수	2195.50	↓	-14.84
코스닥지수	681.66	↓	-3.12
日 닷케이 지수	2만3479.15	↑	+78.45
中 상하이 종합	3030.15	↑	+54.75
국고채 금리 (3년물, 연%)	1.234	↓	-0.05
환율 (원·달러)	1198.70	↑	+9.40
국내금값 (원/그램 g)	6만2004.19	↑	+537.53

지난해 필리핀 관광객 1위는 한국인



지난해 필리핀을 방문한 외국인 관광객 중 국가별 1위는 한국으로 나타났다. 필리핀 관광부에 따르면 2019년 필리핀을 방문한 외국인

관광객은 약 826만 명으로 당초 목표였던 820만 명을 넘는 성과를 거두었다. 전체 방문객 중 국가별 1위는 한국으로 2018년 대비 약 22.48% 상승한 198만 명이 필리핀을 찾았다. 한국은 2010년부터 필리핀 방문관광객 1위를 기록하고 있다. 한편, 필리핀은 관광 활성화를 위해 3월부터 ‘필리핀 전국 쇼핑 페스티벌’(사진)을 개최한다.



파라다이스시티, 임직원 ‘사랑의 헌혈’

영종도 복합리조트 파라다이스시티가 코로나19 여파로 혈액 수급에 어려움을 겪는 의료시설과 환우들을 돕기 위해 19일 임직원 헌혈 행사(사진)를 진행했다. 파라다이스시티 직원주차장 앞에 마련된 대한적십자사 헌혈버스에서 호텔, 카지노, 리조트, 식음(F&B) 등 다양한 부문의 임직원들이 헌혈에 참여했다. 이날 모인 혈액은 대한적십자사 혈액원의 관리에 따라 혈액 지원이 시급한 국내 의료기관에 공급될 예정이다. 김재범 기자

타이완 싱글몰트 카발란, 면세점 입점



주류전문기업 골든블루는 타이완 싱글몰트 위스키 카발란(사진)을 인천공항 면세점에 입점시켰다. 이번에 입점한 카발란은 국내에서 판매 중인 ‘솔리스트 웨리’와 ‘솔리스트 포트’ 2종과 면세용으로 나온 ‘솔리스트 ex-버번’과 ‘솔리스트 비노 바리끄’ 등 4종이다. ‘솔리스트 ex-버번’과 ‘솔리스트 비노 바리끄’는 독특한 캐스케에서 숙성해 위스키의 풍미는 강화하고 제품의 개성을 한층 높였다. 원성열 기자

‘블루·레드·핑크’...이통사, 컬러 마케팅 경쟁

(SKT) (KT) (LGU+)

이동통신 기업들이 삼성전자의 전략 스마트폰 ‘갤럭시S20’의 사전판매를 20일 시작했다. 할인혜택 등 차별화 경쟁이 치열한 가운데 특히 전용색상 제품으로 펼쳐진 ‘컬러 마케팅’이 눈에 띈다.

우선 SK텔레콤은 ‘갤럭시S20 플러스 아우라 블루’(사진)를 내놓았다. T월드 다이렉트에서 예약구매한 고객 중 선착순 3000명에게 에코백과 상품권 등으로 구성된 ‘아우라 블루 패키지’를 제공한다.

KT는 ‘갤럭시S20 플러스 아우라 레드’를 내놨다. 전용 색상인 레드를 적용한 ‘갤럭시 버즈+’도 선보였다. KT는 블랙핑크 멤버 제니를 모델로 ‘제니 레드 따라하기’ 소셜네트워크서비스(SNS) 프로모션도 진행한다.

LG유플러스는 ‘갤럭시S20 클라우드 핑크’를 출시했다. 삼성전자 공식 체험존 ‘S존’이 입점한 400여 개 LG유플러스 매장에서 예약가입 기간 고객에게 딸기 음료

‘갤S20’ 사전판매...할인·경품 풍성

KT, 전용색 적용한 ‘갤 버즈+’ 선보

교환권, 핑크색 화장품 등 핑크색과 관련한 다양한 경품을 제공한다.

사전구매 고객은 3월 6일 정식 출시 전 제품을 받아볼 수 있으며, 27일부터 3월 5일까지 개통이 가능하다. 삼성전자는 사전예약 구매 후 3월 5일까지 개통을 마친 고객에게 인공지능 홈 스피커 ‘갤럭시 홈 미니’ 혹은 소형 메모 프린터 ‘네모니 미니’를 증정한다.

김명근 기자 dionys@donga.com



조현아 연합 vs 한진그룹...갈수록 날 선 신경전

KCGI 대표 “오너경영이 실패 원인” 한진그룹 “시장과 주주에 대한 기만”

한진그룹 지주사 한진칼의 3월 주주총회를 앞두고 조원태 회장 진영과 조현아 전 대한항공 부사장, KCGI, 반도건설로 이루어진 이른바 ‘조현아 주주연합’ 간의 신경전이 치열하다.

20일 오전 ‘조현아 주주연합’의 KCGI가 기자회견을 통해 한진그룹의 경영실패를 맹비난하면서 전문경영인제 도입을 주장하자, 한진그룹측도 이날 입장문을 내고 KCGI의 주장을 반박했다.

한진칼의 단독 최대주주인 KCGI는 20일 서울 여의도 글래드호텔에서 ‘한진그룹 정상화를 위한 주주연합 기자회견’을 진행했다. 이 자리에서 강성부 KCGI 대표



20일 서울 여의도 글래드호텔에서 열린 ‘한진그룹 정상화를 위한 주주연합 기자회견’에서 한진그룹의 경영문제를 지적하면서 전문경영인제 도입을 역설하는 강성부 KCGI 대표. 뉴스1

는 “한진그룹은 총체적 경영실패”라며 “가장 큰 원인이 오너의 극단적인 의사결정 구조 때문”이라고 조원태 현 한진그룹 회장을 공격했다. 강성부 대표는 대한항공의 경영실적을 예로 들어 “2014년 이후 대한항공은 2017년 한해 빼고는 다 손실을

봤다”고 날을 세웠다.

강 대표는 이 같은 상황이 “현 경영진의 경영 능력을 불신계 한다”면서 최고경영자가 경영실패의 책임을 져야 한다고 맹공을 펼쳤다. 그는 현 상황에서 전문경영인 체제가 대안이라며 “이사회 중심 경영으로 공격, 이성적, 투명 경영을 해야 한다”라고 강조했다.

이에 대해 한진그룹은 오후 4시쯤 입장문을 내고 “경영비전 제시없이 원색적 비난으로만 일관한 반쪽자리 기자회견”이라고 거세게 반박했다. 한진그룹은 “경영일선에 나서지 않겠다는 조현아 주주연합의 주장은 시장과 주주에 대한 ‘기만행위’”라며 “항공산업 특성도 모르는 전문성 없는 전문경영인 폐해로 ‘제2의 한진해운 사태’가 올 수 있다”고 주장했다.

특히 주주연합측이 주장한 ‘이사자격조항 신설’에 대해서는 “조현아 경영 복귀에 걸림돌이 없게 하려는 꾀수에 불과하다”고 비판했다. 김재범 기자 oldfield@donga.com



“봄바람 타고 온 뽀뽀 스니커즈”

롯데백화점이 신발 브랜드 컨버스와 협업한 뽀뽀 문양이 들어간 스니커즈와 의류를 4개 점포(본점·잠실점·평촌점·인천터미널점)의 컨버스 매장서 단독 판매한다. 체리블라썸 스니커즈, 리프트OX 스니커즈, 후드 티셔츠 등으로 구성했다. 정정욱 기자, 사진제공 | 롯데백화점

떡갈비는 광주·막창은 대구...여행길 먹거리 대표 명소는?

5만5000명 대상, 여행 먹거리 키워드 조사 전남·부산·대구 등 대표먹거리 확실한 지역

여행의 큰 즐거움인 먹거리에서 사람들이 선호하는 지역별 명소는 어디일까. 여행전문 리서치 컨슈머인사이트는 지난해 5만5000여 명을 대상으로 진행할 조사를 통해 여행에서 연상되는 먹거리 톱(top)20을 선정하고, 해당 단어별로 어떤 지역이 가장 먼저 떠오르는지 분석했다.

전남과 광주, 부산과 대구 등이 먹거리 톱20 키워드 중에 각각 3개 단어에서 1위를 차지해 대표먹거리가 확실한 시도로 나타났다. 전남은 해산물, 소고기, 낙지에서 명소가 꼽혔고, 광주는 한정식, 떡갈비, 한식에서 순위가 가장 높았다. 부산은 화와 돼지국밥, 밀면의 명

소가 꼽혔고, 대구는 국밥과 막창, 곱창의 대표지역으로 응답한 사람이 많았다. 그 외 강원도는 막국수와 닭갈비, 경북은 한우와 물회, 대전은 빵과 갈국수의 대표 지역으로 꼽혔다.

반면 서울·인천·경기를 포함하는 수도권과 충청남도를 포함한 중부권, 국내여행 인기 1~2위를 다투는 제주도는 톱20 먹거리의 대표지역에 하나도 이름을 올리지 못했다.

또한 몇몇 먹거리에서는 대표지역이 광역지자체와 기초지자체가 다른 결과를 보여 눈길을 끌었다. 여행 먹거리 1위인 해산물의 경우 대표지역을 꼽을 때 광역지자체는 전남이었지만 기초지자체로는 경남 사천이었다. 한정식도 광역지자체는 광주지만 기초지자체는 전남 강진이 1위였고, 한우도 광역지자체는 경북이지만 기초지자체는 강원 횡성이었다.

순위	먹거리 (대표지역/광역/대표지역/기초)	순위	먹거리 (대표지역/광역/대표지역/기초)
1	해산물(전남, 경남 사천)	11	돼지국밥(부산/부산 사상)
2	회(부산/부산 수영)	12	떡갈비(광주/광주 광산)
3	한우(경북/경북 황성)	13	국밥(대구/부산 북구)
4	한정식(광주/전남 강진)	14	소고기(전남/전남 장흥)
5	빵(대전/대전 중구)	15	막창(대구/대구 북구)
6	막국수(강원/강원 춘천)	16	곱창(대구/대구 달서)
7	갈국수(대전/대전 중구)	17	낙지(전남/전남 무안)
8	물회(경북/경북 포항)	18	밀면(부산/부산 연제)
9	비빔밥(전북/전북 전주)	19	한식(광주/광주 광산)
10	닭갈비(강원/강원 춘천)	20	농산물(충북/전북 익산)

※ 조사: 컨슈머인사이트

이밖에도 같은 음식이지만 어떤 단어로 표현했느냐에 따라 지역이 다르기도 했다. ‘한우’의 경우 응답자들은 강원 횡성을 최고라고 꼽았지만, ‘소고기’로는 전남 장흥이 1위였다. 김재범 기자 oldfield@donga.com