

신한은행이 29일까지 '2021 신축년 반짝이겟소' 이벤트를 진행한다. 헤이영 미니박스, 마이주니어적금, 주택청약종합저축, 신한 첫급여드림적금, 신한 첫거래세배드림적금 등 2020년 기준 미보유 상품을 가입한 고객은 자동 응모된다. 추첨을 통해 신축년골드바와 금수저 등을 경품으로 준다.



국내 뷰티업계, 코로나19 위기극복 위해 동남아 최대 e커머스 플랫폼 '쇼피'와 맞손

"K뷰티, 인구 6억 동남아 시장을 잡아라"

K-뷰티 관심 높은 현지 젊은층 공략 CJ올리브영, 흡인습 형태로 입점 애경산업, 파트너십 구축 MOU 체결

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파 속 매출 부진의 어려움을 겪고 있는 국내 뷰티업계가 동남아시아 이커머스 업체 '쇼피'와 손잡고 새 돌파구를 찾고 있다.

'동남아 아마존'이라 불리는 쇼피는 6억 명 인구를 보유한 동남아시아의 최대 온라인 커머스 플랫폼이다. 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 베트남, 태국, 필리핀, 대만 등 7개국에서 운영하

2020년 업무제휴 협약 체결
2020 MOU Signing Ceremony
일시: 2020년 12월 17일



국내 뷰티업계가 '쇼피'와 손잡고 K뷰티와 모바일소핑에 관심이 많은 동남아시아 젊은층 고객을 노린다. 임재영 애경산업 대표이사(왼쪽)와 권운아 쇼피코리아 지사장이 업무협약 후 포즈를 취하고 있다.

고 있으며 지역별 사용자 특성에 최적화한 모바일 기반 서비스를 제공한다.

K뷰티의 신흥 시장으로 꼽히는 동남아시아 온라인 플랫폼을 공략해 K뷰티와 모바일소핑에 관심이 많은 현지 젊은층을 겨냥한 블루오션 전략이다. 또 코로나19 장기화로 해외에 오프라인 매장을 여는 등 직접 진출이 어려운 상황에서 언택트(비대면) 소비트렌드로 대세가 된 이커머스 입점을 통해 판매 채널 확대를 노렸다.

헬스&뷰티(H&B) 스토어 CJ올리브영은 5일 쇼피에 흡인습 형태로 올리브영관을 열었다. 색조브랜드 웨이크메이크와 컬러그램, 스킨케어 브랜드 라운드어라운드와 브링그린 등 화장품 자체브

랜드(PB)를 판매한다. 해외시장에서 K뷰티 성장 기회를 발굴하고 국산 화장품의 세계화에 앞장서겠다는 게 회사 측 설명이다.

애경산업은 지난해 10월 쇼피 내 공식물 오픈에 이어, 최근 쇼피와 파트너십 구축을 위한 업무협약을 체결했다. 협약을 통해 화장품 브랜드 에이지투웨니스와 루나의 공식 판매를 강화하고 브랜드 인지도 향상을 위한 공동마케팅 등 상호 협력을 강화할 방침이다. 애경산업 측은 "거대 소비 시장으로 발돋움하고 있는 동남아시아를 보다 잘 이해하고 경쟁력 있는 제품을 선보여 시장 공략에 박차를 가할 것"이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com



롯데GRS 임직원, 언택트 봉사활동 참여 개발도상국 아동들 위해 '천연비누' 제작

롯데GRS가 임직원의 자발적인 참여를 통한 언택트 봉사활동(사진)을 2021년에도 꾸준히 이어가고 있다. 롯데GRS는 지난해 7월 위생, 청결이 취약한 개발도상국 아동들을 위한 '위생교육북 만들기' 언택트 봉사에 이어, 임직원 300명이 11월부터 12월까지 약 1개월간 천연오일과 첨가물을 이용해 직접 녹여서 만든 친환경 천연 비누를 제작했다.

임직원이 직접 제작한 천연비누는 사단법인 함께하는 한살과 협력해 개발도상국 아동들의 올바른 손씻기 교육과 질병 위험 예방에 쓰일 계획이다. 롯데GRS 관계자는 "사회적 거리두기로 오프라인 봉사가 힘든 현실을 감안해 임직원이 재택 중 자발적으로 참여할 수 있는 다양한 언택트 봉사활동을 기획하고 있다"고 말했다.

원성열 기자

대우건설, 흑석11구역 이어 상계2구역 수주

총 공사금 4776억...두산 제치고 선정

대우건설이 흑석11구역에 이어 상계2구역 주택재개발정비사업까지 수주하며 새해 들어 약진하고 있다.

대우건설과 동부건설 컨소시엄은 10일 서울 노원구 상계동 111-206번지 일대에서 진행된 상계2구역 주택재개발정비사업 총회에서 두산건설을 제치고 시공사로 선정됐다고 11일 밝혔다. 상계2구역 재개발사업은 10만842㎡ 지하 8층, 지상 25층, 아파트 22개 동, 2200가구와 부대복리시설건축에 총 공사금액은 4776억 원 규모다. 단지명은 '상계 더포레스테로'로 제안됐다.

대우건설은 지난 4일 서울 동작구 흑석동 304번지 일대에서 진행된 흑석11재개발비축진구역 재개발정비사업 총회에서도

시공사로 뽑혔다. 흑석11구역 재개발 사업은 8만9317.5㎡의 부지에 지하 5층, 지상 16층, 25개 동, 1509가구와 부대복리시설을 조성하는 사업으로 공사금액은 4501억 원이다. 단지명은 '써밋 더힐'이다.

시공능력평가 6위 대우건설의 지난해 성적은 다소 부진했다. 현대건설은 수주액 4조6468억 원으로 압도적 우위를 점했고, 포스코건설(2조7456억 원), 롯데건설(2조6326억 원), GS건설(2조5090억 원) 등도 2조 원을 넘겼다. 시공능력평가 15위인 중흥토건(1조3590억 원)과 17위의 대림건설(1조746억 원)도 1조 원 넘게 수주했다. 반면 대우건설은 8728억 원에 그쳤다.

하지만 올해 연초부터 연말이 수주에 성공하면서 대우건설은 지난해 국내 주택정비사업 부진을 딛고 선전의 의지를 다지고 있다.

정용은 기자 sadzoo@donga.com



"제철 맞은 여수 새조개 맛보세요" 현대백화점이 3월까지 전남 여수에서 직송한 새조개를 판매한다. 새조개는 껍질이 새의 부리 모양을 닮아 붙여진 이름이다. 제철인 1~3월에 살이 통통하게 올라 도톰한 식감을 느낄 수 있다. 껍질을 벗기는 게 까다로워 살만 발라서 판매한다.

정정욱 기자, 사진제공 | 현대백화점



고려은단, 공식 홈페이지 리뉴얼 오픈

고려은단은 고객의 편의성을 높이기 위해 공식 홈페이지(사진)를 전면 리뉴얼 오픈했다. 깔끔한 디자인과 직관적인 메뉴 구성이 특징이다. 메뉴는 회사소개부터 제품, 자료실, 고객지원 등 원하는 정보를 쉽게

찾을 수 있도록 단순화했다. 또한 제품 정보를 비롯해 다양한 이벤트 소식과 출시 정보 등을 쉽게 확인할 수 있도록 콘텐츠를 개선했으며, 고객 문의 기능을 더해 소비자와의 소통을 꾀했다. 고려은단 관계자는 "이번 홈페이지 리뉴얼을 통해 고려은

단의 브랜드 및 제품 정보부터 쇼핑물까지 편하게 이용할 수 있도록 접근성과 편의성을 한층 강화했다"며, "새로운 홈페이지와 함께 고객과의 소통에도 더욱 힘쓸 것"이라고 말했다.

정용은 기자

세노비스, '새해 다짐 이벤트' 최대 30% 할인



세노비스는 '2021년 새해 다짐 이벤트(사진) 캠페인을 2월 7일까지 전개한다. 캠페인 기간 동안 세노비스 공식물, 온라인물, 백화점과 올리브영 내 건강기능식품코너에서 사은품과 함께 다양한 세노비스 제품을 할인가로 구매할 수 있다.

오메가-3와 멀티비타민 미네랄을 한 캡슐에 담은 '트리플러스 맨&우먼', '트리플러스 50+', 프리미엄 유산균 '수퍼바이오텍스'를 최대 25% 할인 판매한다. 성장기 어린이들을 위한 맛있는 영양 '세노비스 키즈'는 최대 30% 할인이 적용된다. 또한 추첨을 통해 세노비스 정품 1년치(10명), 정품 1팩(100명), 5종 미니 샘플(500명)을 증정한다. 당첨자는 2월 17일 발표한다. 신규 가입하는 회원들을 대상으로 10% 추가 할인 쿠폰과 0원에 만나보는 베스트셀러 체험딜도 있다.

정용은 기자

LG생건 '후 환유동안고 스페셜 에디션' 출시



LG생건 건강이 2021 신축년 새해를 맞아 '후 환유동안고 스페셜 에디션(사진)을 선보였다. 찬란하게 빛나는 2021년을

염원해 골드빛 용기 디자인을, 패키지는 왕후의 무병장수와 행복을 기원한다는 의미의 봉황과 모란을 수놓아 소장 가치를 높였다. 환유동안고를 기존보다 2배 증량된 50ml로 선보였고, 후의 럭셔리 기초 라인인 환유 5종과 예현보 크림도 담았다.

롯데홈쇼핑, 새해 '소프라이즈' 이벤트

롯데홈쇼핑이 2월 14일까지 새해 경품 이벤트 '소프라이즈'를 진행한다. TV, T커머스, 모바일 등 전 채널에서 누적 구매금액 30만 원 이상 고객을 대상으로 추첨을 통해 황금소(100돈 상당), 순금 골드바(5돈 상당) 등을 증정한다. 결제 완료시 자동 응모되며 당첨자 발표는 3월 2일이다. 윤지환 롯데홈쇼핑 마케팅부장은 "새해 합한 시작을 응원하고 합리적 쇼핑 기회를 제공하고자 기획했다"고 했다.

정정욱 기자

볼보, 올해 1만5000대 판매 목표...서비스센터에 500억 투자

볼보자동차코리아(대표 이윤모)가 2020년 성과와 올해 경영계획 및 신차 출시 플랜을 발표했다.

볼보자동차코리아의 2020년 총 판매량은 전년(1만570대) 대비 21% 성장한 1만2798대로 2년 연속 1만대 클럽을 달성했다. 이는 볼보자동차코리아 법인 설립 사상 최대 판매실적이다. 베스트 셀링 모델은 XC40(2555대), XC60(2539대), S60(2118대) 순이다.

올해 판매 목표는 전년 대비 17% 증가한 1만5000대다. 증가하는 판매량에 맞춰 서비스 네트워크 확장을 판매 성장에 웃도는 수치인 18%로 설정했다.

김해, 구리, 서대구, 서울 강동, 강남 율연 등 5개 지역에 서비스센터 신규 오픈 및 일산 서비스센터를 확장 이전해 총 33개의 네트워크를 구축한다. 또한 늘어나는 차량 등록대수에 맞춰 워크베이 20% 확충 등에 약 500억 원을 투자할 계획이다.

볼보자동차코리아는 지난해 볼보자동차 판매 국가 중 최초로 디젤 모델 판매 중단을 선언하고 전 라인업 모델의 파워트레인을 하이브리드로 개편한 바 있다.

올해 또한 2040년 탄소배출량 저감을 통한 기후 중립 기업 달성의 일환으로 1분기 XC90 및 XC60 마일드 하이브리

드 모델을 출시 예정이다. 브랜드 최초 100% 순수 전기차인 XC40 리차지의 국내 판매도 예정되어 있다. XC40 리차지

전년비 21% 성장...1만2798대 판매 XC40 리차지 등 친환경차 대거 출시

는 1회 충전시 400km 이상(WLPT 기준) 주행이 가능하다.

원성열 기자 sereno@donga.com



◀ 볼보 XC40 리차지