

삼성카드, 31일까지 '착한상품 설 기획전'

삼성카드가 31일까지 삼성카드 쇼핑에서 '착한상품 설 기획전'을 진행한다. ESG(환경·사회·지배구조) 경영 일환으로 지역 농가와 취약계층 일자리 지원, 친환경 먹거리 생산을 목적으로 설립한 사회적경제기업 상품의 판로 확대를 위해 마련했다. 구매 고객에게 10% 할인 쿠폰, 배송료 무료혜택 등을 제공한다. 정정욱 기자



이슈 | '롯데 vs 신세계', KBO리그 신흥 라이벌전 '유통 더비'를 아시나요

와이번스 인수한 신세계...“자이언츠 나와!”

백화점부터 편의점까지 경쟁 관계 부산·인천서 라이벌 구도 더욱 치열 신세계의 야구장 마케팅도 관심 ↑



신세계그룹이 프로야구단 SK와이번스를 인수하면서 2021 시즌 유통 라이벌 롯데와 신세계가 KBO리그에서 '유통 더비'를 펼친다. 정용진 신세계 부회장(왼쪽)과 신동빈 롯데 회장. 사진제공 | 신세계·롯데

신세계가 프로야구단 SK와이번스를 전격 인수하면서 유통 라이벌 롯데와의 KBO리그 유통 더비가 성사됐다.

롯데는 부산을 연고지로 둔 프로야구단 롯데자이언츠를 운영하고 있다. 20세기 롯데자이언츠와 해태타이거즈의 '영호남 제과 더비'에 이은 21세기 '신흥 유통 더비'라는 평가와 함께 양측 연고지가 대한민국 1, 2 항구도시인 부

산과 인천이라 더욱 관심을 끈다.

롯데와 신세계는 사업 대부분 영역이 겹치며 경쟁 구도를 형성하고 있다. 유

통의 상징인 백화점 본점이 서울 중구에 길 하나를 사이에 두고 위치해 있는 것을 필두로 대형마트에선 롯데마트와 이마트, 편의점에선 세븐일레븐과 이마트 24, 복합쇼핑몰에선 스타필드와 롯데몰이 자웅을 겨루고 있다.

특히 양측 프로야구단의 연고지인 부산과 인천에서는 라이벌 구도가 더욱 강하다. 부산 센텀시티에는 롯데백화점 센텀시티점과 신세계백화점 센텀시티점이 불과 10m 거리 간격으로 나란히 위치해있어 치열한 경쟁이 불가피하다.

또 1997년 인천시와 20년 장기임대 계약을 맺고 인천종합터미널에서 백화점을 운영하던 신세계는 2012년 9월 롯데

대가 인천시로부터 인천종합터미널 부지와 건물을 9000억 원에 매입하면서 신세계백화점 인천점 자리를 롯데에게 넘긴 아픈 기억이 있다. 이번 야구단 인수를 놓고 “인천에 한을 품은 신세계가 인천종합터미널에서 지하철로 한 정거장인 문학경기장역에 야구단으로 컴백했다”는 뼈있는 농담이 나올 정도다.

야구 경기 외 야구장 마케팅 경쟁도 관심 요소다. 신세계가 인천구장을 신세계의 노하우를 접목한 '라이프스타일 센타'로 진화시켜 야구 보는 재미를 배가시킬 것이라고 밝힌 만큼, 이에 대응해 롯데가 이끄는 부산 사직구장의 변신도 눈여겨봐야 할 대목이다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

경제현장.jpg



“설날 고기 선물은 프리미엄이 대세”

26일 서울 등촌동 홈플러스 강서점에서 모델들이 설 축산 선물세트를 선보이고 있다. 홈플러스는 코로나19 사태로 고향 방문 대신 고가의 프리미엄 선물을 전하려는 고객이 늘어남에 따라 프리미엄 상품을 늘린 축산 선물세트를 내놓았다. 최고급 스테이크 부위만을 갖춘 상품, 토마호크 등 특수부위 상품, 한우 정육세트 등으로 구성했다.

정정욱 기자, 사진제공 | 홈플러스

한겨울 에어컨 경쟁...키워드는 '디자인'

LG, '오브제' 감성 입힌 신제품 선보여
삼성도 '비스포크' 디자인 적용 눈길

가전제조사들이 잇달아 신제품 에어컨을 내놓았다. 올해 신제품의 키워드는 '디자인'이다.

LG전자는 2021년형 에어컨 신제품 '휘센 타워'를 출시했다. 6년 만에 확 바뀐 새로운 디자인을 적용한 것이 특징이다. 직선과 원으로 미니멀한 아름다움을 표현한 초프리미엄 '시그니처' 에어컨 디자인 철학에 공간 인테리어 가진 '오브제컬렉션'의 감성을 더했다.

어떤 거실 공간에도 스며들 수 있도록 부드럽게 붙어오는 바람을 형상화한 원과 간결한 직선 중심으로 디자인을 완성했다.

그리스 산토리니 이아마을의 일출과 일몰에서 영감을 얻은 원형의 무드라이팅은 색온도가 서로 다른 쿨 화이트, 웜 화이트, 내추럴 등 3가지 색상의 간접조명을 더해 상황에 따른 실내 분위기를 연출한다.

신제품은 그 밖에 사람에게 직접 닿는 바람을 최소화한 냉방과 5단계 청정관리, 듀얼 인버터 기술로 시원하면서도 에너지 효율을 아껴주는 패시브 절전 등의 기능도 갖췄다. 휘센 타워 17종의 가격은 출하가 기준 400만~620만 원이다.

삼성전자는 '비스포크' 디자인을 적용한 '무풍클래식' 신제품을 2월 5일 출시한다. 비스포크는 소비자의 라이프스타일과 취향을 반영해 주는 디자인이다. 무풍클래식은 비스포크 가전에 도입해 인기를 얻은



벌써부터 뜨거운 2021 여름 시즌 에어컨의 관전 포인트는 디자인이다. LG의 휘센 타워 에어컨(왼쪽)과 삼성전자의 2021년형 무풍에어컨.

5가지 색상을 바람문 패널에 적용했다. 바람문 패널은 소비자 취향과 인테리어에 맞게 다른 색상으로 교체 가능한 구조로 설계됐다. 비스포크 무풍클래식은 냉방면적에 따라 247만~307만 원이다. 삼성전자는 가구 같은 디자인으로 인기가 높은



무풍에어컨 최상위 라인업 '무풍갤러리' 신제품도 24일 선보였다. 전면부에 'V'자 형태의 격자 무늬가 있는 '쉐보넬 메탈 아트 패널'을 도입했으며, 출고가는 냉방면적에 따라 307만~654만 원이다.

김명근 기자 dionys@donga.com

신한금융 '글로벌 지속가능경영 100대 기업' 9년 연속 선정

표금융기업 1위...전 세계 83위 선정

신한금융이 '글로벌 지속가능경영 100대 기업'에 9년 연속 선정됐다.

'글로벌 100'은 캐나다의 투자 리서치 기관인 코퍼레이트 나이즈가 평가하는 글로벌 지속가능경영 지수다. 매년 세계 8080개(매출 10억 달러 이상 상장사) 기업

을 대상으로 43개 ESG(환경·사회·지배구조) 성과지표를 기준으로 지속가능 수준을 평가한다.

신한금융은 2013년부터 매년 '글로벌 100' 기업에 올랐으며, 올해는 아시아 금융기업 1위, 세계기업 83위, 세계금융기업 11위에 올랐다. 조용병 신한금융 회장

은 ““글로벌 100' 9년 연속 선정은 그동안 '제로 카본 드라이브' 등 그룹차원의 ESG 활동을 추진한 노력이 결실을 맺은 것"이라며 "앞으로도 ESG 경영성과를 보다 객관적으로 측정하고 정량화할 것"이라고 했다.

정정욱 기자

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

현대차, 4분기 영업이익 1조6410억 원...전년비 40.9% ↑

제네시스 브랜드·SUV 신차 효과
아이오닉5 등 친환경차 비중 늘어

현대차가 GV80, G80 등 제네시스 브랜드의 약진과 투싼 등 SUV 신차 효과에 힘입어 2020년 4분기 영업이익이 전년 동기 대비 4766억원 늘어난 1조 6410억 원(전년 동기 대비 40.9% 증가)을 달성했다.

현대자동차는 26일 서울 본사에서 2020년 4분기 경영실적 컨퍼런스를 실시하며 2020년 4분기 실적이 IFRS 연결 기준 판매 113만 9583대, 매출액 29조 2434억 원(자동차 23조 4796억 원, 금융 및 기타 5조 7638억 원), 영업이익 1조 6410억 원이라고 발표했다.

2020년 4분기 영업이익률은 5.6%로 2017년 3분기 이후 13분기 만에 5% 이상의 영업이익률을 달성했다.

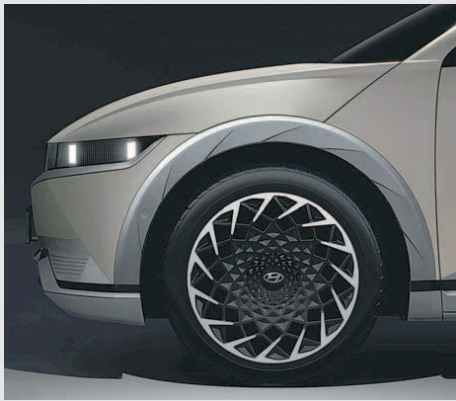
현대차 관계자는 “판매는 글로벌 자동차 수요가 점진적인 회복세를 보이고 있으나, 신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19) 재확산 영향으로 전년 동기 대비 역성장세를 이어가 감소했다”며 “그럼에도 영업이익은 제네시스 GV80, G80 등 고급차 및 SUV 판매 비중 확대로 큰 폭의 개선을 나타냈다”고 밝혔다.

현대차는 4분기 글로벌 시장에서 113만 9583대를 판매(전년 동기 대비 4.7% 감소)했다. 반면 국내 시장에서는 코로나19 재확산에도 불구하고 투싼, GV80, G80, 아반떼 등 신차 판매 호조로 전년 동기 대비 5.0% 증가한 20만

4190대를 판매했다.

현대차의 올해 목표는 자동차 부문 매출액 성장률 전년 대비 14~15%, 자동차 부문 영업이익률 4~5%다. 글로벌 시장 판매 목표는 국내시장 74만 1500대, 해외시장 341만 8500대를 더한 총 416만대다.

새로운 성장 동력인 신형 전기차 및 친환경차 판매 목표도 밝혔다. 가장 큰 주목을 받고 있는 E-GMP를 탑재한 첫 모델인 아이오닉5는 3월 유럽에서 먼저 출시할 계획이며 이어 제네시스 G80 전기차, 미스트라 eV(중국), 전용 플랫폼 기반 중소형 SUV 등 4종의 전기차를 출시한다. 또한 아반떼·투싼·싼타페 모델의 하이브리드 및 플러그인 하이브리드 모델을 투입해 환경규제 강화에 더욱 공격적으로 대응한다는 계획이다.



현대차는 2020년 4분기 전년 동기 대비 40.9% 증가한 1조6410억원의 영업이익을 기록했다. 올해는 아이오닉5(사진)를 비롯해 G80 전기차 등 차세대 전기차 플랫폼 E-GMP를 탑재한 전기차 4종을 출시하며 상승세를 이어간다는 계획이다. 사진제공 | 현대차

이에 따라 현대차의 2021년 친환경차 판매 비중은 지난해의 3%에서 10% 수준까지 증가할 것으로 예상하고 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com

기아, 2020 판매 우수자 TOP 10 공개



정됐다. 김경수 영업과장은 2020년에 494대를 판매해 기아 판매왕에 선정됐다.

잠실지점 김경수 영업과장에 이어 ▲상암지점 이광욱 영업부장 427대 ▲망우지점 송승주 영업부장 397대 ▲당진지점 이선주 영업부장 370대 ▲군포지점 김계동 영업부장이 365대 판매를 기록했으며, 그 뒤를 이어 ▲대치점 박광주 영업부장 ▲상계지점 고상희 영업부장 ▲영등포지점 윤석찬 영업부장 ▲화정지점 김학준 영업부장 ▲신길지점 이효선 영업부장이 기아 판매 우수자 TOP 10에 이름을 올렸다.

기아 관계자는 “최근 사명과 로고를 바꾸고 새로운 브랜드로의 도약을 선포한만큼 혁신적인 제품과 한 차원 높은 서비스를 통해 고객 기대에 부응하고, 이에 걸맞은 고객 중심의 맞춤형 프로모션을 지속해 나갈 예정”이라고 밝혔다.

남양, 빨대 없는 '맛있는우유GT 테트라팩' 출시

남양유업(대표 이광범)이 소비자와 함께 만든 빨대 없는 '맛있는우유GT 테트라팩'을 새롭게 선보였다. 일반적으로 테트라팩에 담긴 제품은 음용 편의성을 위해 플라스틱 빨대가 부착되어 있는데 이 제품은 환경을 고려해 빨대를 붙이지 않았다. 남양유업의 소비자 모임인 '지구지킴이 쌤쌤', '서울생활용플라자'와 함께 플라스틱 저감 및 환경 문제 개선을 위해 지난해부터 꾸준히 펼쳐온 친환경 캠페인 'Save the earth' 활동을 통해 탄생한 제품이다.

원성열 기자

KB금융, 인도네시아 지진 피해 복구 성금 전달

KB금융이 인도네시아 술라웨시 지역의 지진 피해 복구 및 이재민 구호를 위해 성금 2억 원을 전달한다. KB국민은행의 현지 자회사 부코핀은행과 KB국민카드의 현지 자회사 KB파이낸시아 멀티파이낸스를 통해 인도네시아 적십자사에 전달할 예정이다. 윤종규 KB금융 회장은 “지진으로 삶의 터전을 잃은 현지 주민에게 깊은 위로의 마음을 전한다”며 “인도네시아 진출 기업으로서 지역사회를 위한 책임있는 역할에 최선을 다할 것”이라고 했다.

정정욱 기자