

동아전람 '부산 벅스코 4대 박람회' 개최

7월 1~4일 건축박람회·가구엑스포 등 진행

동아전람이 주최하는 '부산 건축박람회', '부산 가구엑스포', '부산 스포츠·레저산업 박람회', '부산 기프트쇼' 등 4대 박람회가 7월 1~4일 부산 벅스코 제1전시장에서 열린다.

건축자재, 인테리어, 전원주택, 냉·난방기기, 주택 및 건축 정보, 아웃도어, 등산 및 캠핑용품, 캠핑카·트레일러, 판촉용품, 생활용품, 가정용가구, 종합가구 등 관련 제품과 최신 정보를 선보인다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)의 예방 및 확산 방지를 위해 벅스코와 철저한 협조체계를 통해 대응 체계를 구축했다. 참가업체와 관람객의 건강과 안전을 최우선으로 생각해 철저한 방역 대책을 추구한다. 전시장 방문 시 필수 마스크를 착용해야 하며 발열 또는 기침, 인후통 등 호흡기 증상이 있는 경우 전시장 방문을 제한한다.

관람시간은 오전 10시부터 오후 6시까지다. 동아전람 홈페이지에 사전등록을 하면 무료관람 초청장을 보내준다.

정정욱 기자



롯데홈쇼핑, 디지털 신기술 적용 확대

롯데홈쇼핑이 생방송 화면에 가상현실(VR)과 증강현실(AR)을 활용하는 등 디지털 신기술 적용에 속도를 내고 있다. 가상 그래픽을 실시간으로 카메라 영상에 구현하는 '엔리얼 엔진'을 도입해 상품 특성에 따라 가상의 사물과 공간을 재현하는 게 특징이다. 건강식품 방송에서는 원료의 효능을 시각적으로 전달하기 위해 살아있는 동물을 화면에 현실적으로 표현하고, 여행 상품 방송에서는 각국 랜드마크를 가상 건축물로 선보인다. 최근 진행한 '패션 페스타'에서는 AR 특집 방송(사진)을 진행해 여름 신상품에는 가상의 야외 수영장을, 모피 등 역시즌 상품에서 실연을 구현했다.



정숙경 LG유플러스 무선사업담당, 김원홍 한국전력거래소 차장, 최중웅 인코어드 테크놀로지 대표. 사진제공 | LG유플러스

LGU+, 신재생에너지 발전량 모니터링 인프라 구축

LG유플러스는 24일 한국전력거래소, 인코어드 테크놀로지스와 업무협약을 체결하고, 신재생에너지 발전량 모니터링 인프라 구축에 나선다고 밝혔다. 정부가 추진하는 한국형 '그린뉴딜' 사업을 지원하기 위해서다. 태양광·풍력 등을 활용해 전력을 생산하는 신재생에너지 발전사업자를 대상으로 국산 계량기 및 인프라를 보급·확대하겠다는 계획이다. LG유플러스를 비롯한 3사는 국내 기술로 발전량을 측정할 수 있는 원거리 전송장치(RTU)를 개발하고, LTE 통신망을 통해 실시간으로 발전 데이터를 수집·전송할 수 있는 인프라를 공동 구축하기로 했다.

편진 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

신세계, 3조4404억에 이베이코리아 지분 80% 인수

이베이 품은 신세계, e커머스 강자로 도약

쿠팡 제치고 단숨에 e커머스 2위 “미래 온라인 강자만 살아남을 것” ‘디지털 에코시스템’ 구축에 박차 온라인 풀필먼트에 4년간 1조 투자

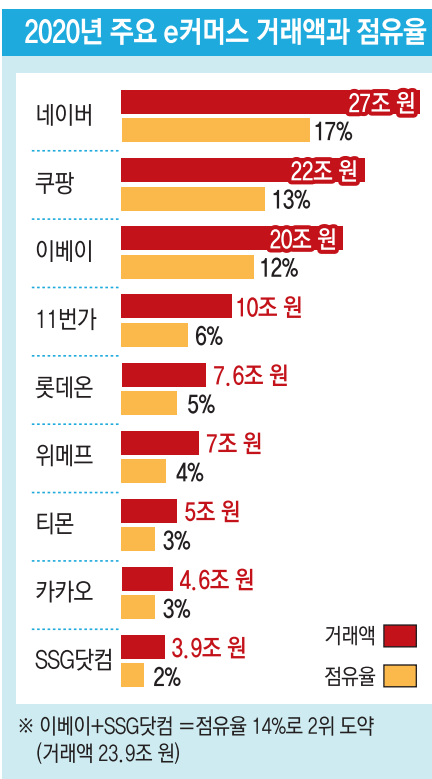


정용진 신세계 부회장

신세계그룹 이마트가 이베이코리아를 품에 안았다. 그간 “얼마가 아니라 얼마짜리로 만들 수 있느냐가 의 사결정의 기준”

이라며 이베이크리아 인수에 강한 의지를 표명해 온 정용진 신세계 부회장의 꿈이 이뤄진 것이다.

이번 인수는 신세계가 기존 유통 강자 지위를 유지하기 위한 ‘최후의 한 방’이라는 게 업계의 중론이다. 특히 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태 이후 소비의 중심이 오프라인에서 온라인으로 빠르게 옮겨갔고, 이베이코리아 인수가 국내 e커머스 시장 판도를 결정지을 ‘게임 체인저’이자 반전 기회를 만들 수 있는 마지막 기회로 여겨진 것이



영향을 미쳤다는 분석이다.

●지분 80.01%, 3조4404억 원에 인수

신세계그룹 이마트는 24일 이베이코리아의 지분 80.01%를 약 3조4404억 원에 인수한다고 공식했다. 나머지 지분 약 20%는 미국 이베이 본사가 그대로 유지한다. 신세계 측은 “미래 유통은 온라인 강자만이 살아남을 것”이라며 “이

번 인수는 단순히 기업을 사는 것이 아니라 시간과 기회를 사는 딜”이라고 설명했다.

이번 인수로 신세계는 네이버, 쿠팡과 함께 e커머스(전자상거래) 3강 구도를 형성하게 됐다. G마켓과 옥션 등을 운영하는 이베이코리아의 지난해 거래액은 20조 원이다. 네이버(27조 원), 쿠팡(22조 원)에 이어 세 번째로 큰 규모다.

신세계의 e커머스 플랫폼인 SSG닷컴의 지난해 거래액은 약 3조9000억 원 수준이다. 이베이코리아와 SSG닷컴 거래액을 합치면 23조9000억 원으로 쿠팡을 제치고 2위에 올라서게 된다.

●‘온라인과 디지털’로 사업 구조 개편

신세계는 이번 인수를 계기로 그룹 사업 구조를 ‘온라인과 디지털’로 전면 개편할 계획이다. 이베이코리아 인수 시 이마트 부문 내 온라인 비중이 약 50%에 달한다. 이를 시작으로 ‘디지털 에코시스템’ 구축에 박차를 가할 계획이다.

이마트와 신세계백화점 등 기존 오프라인 유통뿐 아니라 SSG랜더스 프로야구단 및 이베이코리아와 SSG닷컴 등 온라인 종합 플랫폼까지 갖추게 되면 언제 어디서나 모든 고객과 만날 수 있는 ‘360에코시스템’을 완성한다는 설명이다.

또 충성도 높은 이베이코리아의 270만 명 고객, 국내 최대 규모 수준의 오픈마켓 셀러, 숙련된 IT 인력을 얻게 돼 온라인 사업의 규모와 성장의 속도를 가속화할 것으로 보인다.

●인수 이후 시너지 효과가 관전포인트

향후 관전포인트는 인수 이후 시너지 효과를 통한 경쟁력 확보로 압축된다. 그동안 강점을 보여온 오프라인 운영 노하우와 물류 역량을 이베이코리아와 결합해 시너지를 극대화할 방침이다.

구체적으로 온라인 풀필먼트(상품 보관부터 주문에 맞춰 포장, 출하, 배송 등을 일괄 처리) 센터를 보유하고 있는 SSG닷컴의 노하우를 바탕으로 향후 4년간 1조 원 이상을 온라인 풀필먼트 센터에 집중 투자하고, 신세계의 오프라인 거점을 온라인 물류 전진기지로 활용해 물류 경쟁력을 극대화할 방침이다. 이는 당일 배송 등을 통해 셀러 경쟁력 향상은 물론, 이베이코리아의 대량 물량을 기반으로 센터 가동률을 높여 투자 효율을 극대화할 것으로 기대된다.

강희석 이마트 대표는 “이베이코리아 인수는 온라인뿐 아니라 유통판 전체를 재편하는 계기가 될 것”이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

SSG랜더스, 신세계百貨 캐릭터 ‘푸빌라’ 입고 뒀다

내달 2·3일 ‘신세계데이’ 진행 ‘랜더스백’ 300개 한정 재판매

정용진 신세계 부회장이 1월 프로야구단을 전격 인수하면서 밝힌 ‘유통과 야구를 연계한 마케팅’이 빛을 내고 있다. 프로야구단 SSG랜더스와 신세계그룹 계열사의 협업 마케팅이 지속되면서다.

5월 ‘스타벅스데이’와 6월 ‘랜디썬데이’에 이어 7월에는 신세계백화점이 나선다. 7월 2·3일 인천 SSG랜더스필드에서 열리는 라이벌 롯데전을 ‘신세계데이’로 정했다. 이날 선수들은 신세계백화점의 자체 캐릭터인 ‘푸빌라와 친구들’이 그려

진 특별 유니폼을 입고 경기에 나선다. 유니폼에는 신세계를 상징하는 꽃잎의 빨간색 바탕에 하얀색 배색 라인과 신세계백화점 뷰티 편집숍인 ‘시코르’의 팔 패치도 들어간다. 특별 유니폼은 7월 2~4일 SSG랜더스 공식 온라인스토어와 SSG닷컴에서 사전 예약 방식으로 구매 가능하다.

이성환 신세계백화점 영업전략담당 상무는 “신세계백화점과 SSG랜더스를 응원하는 고객에게 즐거움을 줄 수 있도록 다양한 협업을 마련했다”고 했다.

SSG닷컴은 25일 정오 SSG랜더스와 스타벅스의 협업 유니폼인 ‘랜더스백’과 모자를 각각 300개 한정으로 재판매한다. S



신세계데이 특별 유니폼(왼쪽)과 25일 SSG닷컴에서 재판매하는 스타벅스 협업 유니폼인 ‘랜더스백’과 모자. 사진제공 | 신세계백화점·SSG닷컴



SG랜더스의 기본 홈 유니폼 디자인을 토대로 스타벅스 고유의 녹색과 스타벅스 영문 글씨, 사이렌 로고를 가미한 것이 특징이다. ‘스타벅스데이’였던 5월 21일 온·오프라인에서 모두 완판된 바 있다.

정수영 SSG닷컴 스포츠MD팀 바이어

“이번 재판매는 야구팬들의 높은 관심에 호응하기 위해 기획했다”며 “마니아층이 두터운 SSG랜더스의 야구팬과 스타벅스 고객들이 몰릴 것으로 예상되는 만큼 빠른 완판이 예상된다”고 했다.

정정욱 기자

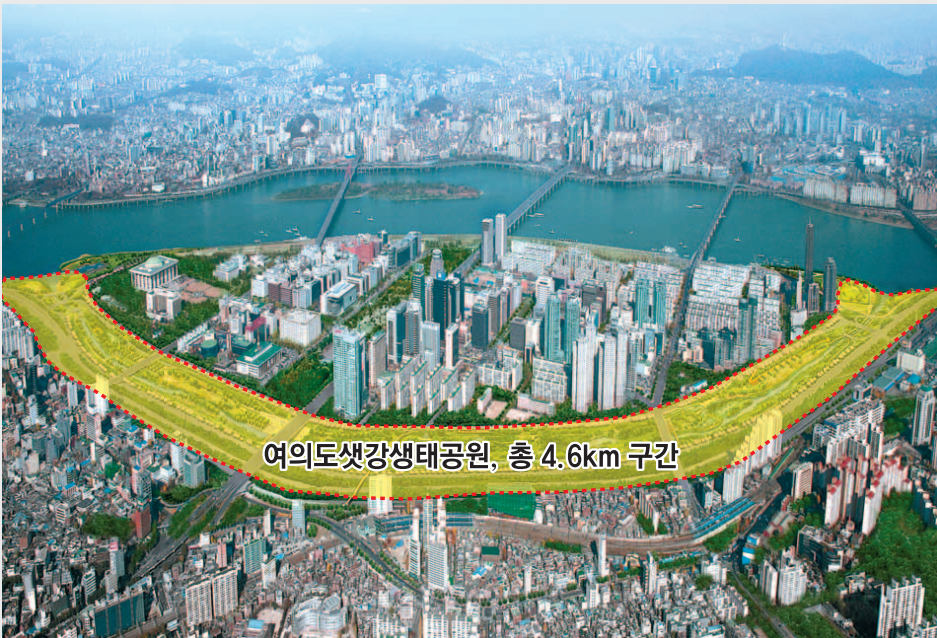
현대차그룹-서울시, 여의도 한강변에 친환경 생태공원 조성

친환경적 정비·활성화 협약 체결 방문자센터, 생태체험 거점 탈바꿈 환경 및 시민 행복 증진 효과 등 기대

현대자동차그룹이 서울시와 협력해 여의도 한강변 여의샛강생태공원 조성을 추진한다.

현대차그룹은 23일 서울시 한강사업본부에서 신용묵 서울시 한강사업본부장, 김동욱 현대차그룹 부사장, 조은미 사회적협동조합 한강 대표 등 주요 관계자들이 참석한 가운데 ‘여의샛강생태공원 친환경적 정비와 이용 활성화를 위한 협약’을 체결했다고 밝혔다.

여의샛강생태공원은 여의도 63빌딩부터 국회의사당 뒤편으로 이어지는 4.6km 구간으로, 면적은 75만8000㎡에 달한다. 1997년 국내 최초의 생태공원으로 지정됐으며, 흰색뽕부기 등 희귀조류와 수리부엉이 등의 천연기념물이 발견돼 ‘도심 속 비밀의 숲’으로 관심을



현대차그룹이 서울시와 민관협력을 통해 여의도 한강변에 여의샛강생태공원 조성을 추진하는 친환경 사회공헌에 나선다. 여의도 63빌딩부터 국회의사당 뒤편으로 이어지는 4.6km 구간의 여의샛강생태공원 조감도. 사진제공 | 서울시 한강사업본부

모고 있다. 하지만 감소조인 습지 특성상 장마철 범람으로 인한 쓰레기 유입과 경관훼손이 주기적으로 발생하고, 편의시설 부족 및 노후화로 인해 지속적인

관리가 필요한 상황이다.

●방문자센터 리모델링 등 운영 지원

현대차그룹은 노후된 여의샛강생태

공원 방문자센터를 도심과 공원의 연결성을 고려한 친환경 배리어 프리(barrier-free, 사회적 약자들의 사회 생활에 지장이 되는 물리적인 장애물이나 심리적인 장벽을 없애는 운동) 건물로 리모델링하고, 공원의 생태를 체험할 수 있는 거점으로 탈바꿈시킬 계획이다. 또 공원 생태 탐방 및 시민 참여 봉사활동 등 다양한 프로그램에 교통약자 및 소외계층의 참여를 적극 고려할 방침이다.

현대차그룹, 서울시, 사회적협동조합 한강은 이번 협약을 통해 서울 중심부에 도심녹지를 조성함으로써 탄소 흡수, 미세먼지 저감, 열섬현상 완화, 시민 정신건강 및 행복도 증진 등 다양한 효과가 발생할 것으로 기대하고 있다.

김동욱 현대차그룹 부사장은 “사업 전반을 환경친화적 방식으로 진행할 것이며, 필(必)환경 시대인 만큼 생태적 가치를 제고하고 기후변화에 대응하기 위해 지속적으로 노력할 것”이라고 말했다.

원성열 기자 sereno@donga.com