

### 포시즌스 호텔 서울, 주말 디저트 뷔페 운영

포시즌스 호텔 서울은 뷔페 레스토랑 '더 마켓 키친'에서 주말 디저트 뷔페를 9월 26일까지 매주 토, 일 운영한다. 호텔 총괄 파티시에 알렉산드르 셰슬리가 기획했다. 쉬폰, 치즈, 밀푼유 등의 케이크부터 계절과일과 쿠키, 타르트, 아이스크림에 이르기까지 10여종의 디저트로 구성했다. 6만원 추가 시 스파클링 와인을 무제한으로 제공한다. 간편하게 디저트를 즐길 수 있는 세트 메뉴도 운영한다.



## 현대백화점그룹 '비전 2030'은 순항 중

# “뷰티 사업·친환경 등 새로운 성장동력 확보”

창립 50주년, 100년 기업 도약 선포한 현대백화점그룹이 100년 기업 도약을 위해 선정한 '비전 2030'이 순항 중이다. 유통, 패션, 리빙 등 기존 3대 핵심 사업에 뷰티, 웰스케어, 바이오, 친환경 등 새 먹거리를 더하고, '고객에게 가장 신뢰받는 기업'이라는 그룹 비전을 바탕으로 사회와 선순환하며 공동의 이익과 가치 창출을 통해 2030년까지 매출 40조 원을 달성하는 게 목표다. 정지선 현대백화점그룹 회장은 “‘비전 2030’은 산업 패러다임이 급변하는 환경에 기민하게 대응하고 새로운 성장 기회를 창출하기 위한 것”이라며 “향후 그룹이 추구해야 할 핵심 가치와 사업 추진 방향을 제시하는 나침반이 될 것”이라고 했다.



정지선 현대백화점그룹 회장

올해 창립 50주년을 맞은 현대백화점그룹이 100년 기업 도약을 위해 선정한 '비전 2030'이 순항 중이다. 유통, 패션, 리빙 등 기존 3대 핵심 사업에 뷰티, 웰스케어, 바이오, 친환경 등 새 먹거리를 더하고, '고객에게 가장 신뢰받는 기업'이라는 그룹 비전을 바탕으로 사회와 선순환하며 공동의 이익과 가치 창출을 통해 2030년까지 매출 40조 원을 달성하는 게 목표다. 정지선 현대백화점그룹 회장은 “‘비전 2030’은 산업 패러다임이 급변하는 환경에 기민하게 대응하고 새로운 성장 기회를 창출하기 위한 것”이라며 “향후 그룹이 추구해야 할 핵심 가치와 사업 추진 방향을 제시하는 나침반이 될 것”이라고 했다.



현대백화점그룹이 뷰티 사업에 진출하고 친환경 경영을 강화하는 등 100년 기업 도약을 위해 선포한 '비전 2030'을 실천하고 있다. 사진은 한섬 오에라의 대표 상품인 '시그니처 프레스티지 크림'(왼쪽)과 '캘리브레이터'.



사진제공 | 현대백화점그룹

올해 창립 50주년을 맞은 현대백화점그룹이 100년 기업 도약을 위해 선정한 '비전 2030'이 순항 중이다. 유통, 패션, 리빙 등 기존 3대 핵심 사업에 뷰티, 웰스케어, 바이오, 친환경 등 새 먹거리를 더하고, '고객에게 가장 신뢰받는 기업'이라는 그룹 비전을 바탕으로 사회와 선순환하며 공동의 이익과 가치 창출을 통해 2030년까지 매출 40조 원을 달성하는 게 목표다. 정지선 현대백화점그룹 회장은 “‘비전 2030’은 산업 패러다임이 급변하는 환경에 기민하게 대응하고 새로운 성장 기회를 창출하기 위한 것”이라며 “향후 그룹이 추구해야 할 핵심 가치와 사업 추진 방향을 제시하는 나침반이 될 것”이라고 했다.

### ●한섬, 뷰티 사업 도전장

계열사인 패션업체 한섬이 27일 럭셔리 스킨케어 브랜드 '오에라(oera)'를 론칭, 뷰티 사업에 도전한다. 'Zero(0)'와 'Era(시대)'의 합성어로, 어느 한쪽으로도 치우치지 않는 피부균형점에 도달

함으로써 새로운 시대에 영감을 전달하겠다는 뜻을 담았다. 에센스와 세럼 등 기능성 제품은 물론, 클렌징과 팩 등 스킨케어 및 선크어 라인업을 선보인다. 다중 기능성 세럼 '캘리브레이터', '듀얼-액션 크로노 엠폴', '시그니처 프레스티지 크림' 등이 대표 상품이다. 내년 향수와 바디&헤어 케어 등 라인업을 확장할 계획이다. 곡선을 살린 감각적인 디자인에 스위스 빙하수의 에메랄드 색상을 적용하는 등 고급스럽고 세련된 패키지를 적용했다.

오프라인 1호 매장은 27일 현대백화점 압구정본점 1층에 문을 연다. 연내 현대백화점 무역센터점, 판교점, 더한섬하우스 부산점과 광주점에 매장을 선보일 예정이다. 또 현대백화점그룹의 유

통 역량을 적극 활용해 글로벌 시장 진출에도 나설 계획이다. 중국 시장의 경우 연내 한섬의 중국 법인(한섬상해)을 통해 진출하는 것을 계획하고 있으며, 국내의 면세점 입점도 추진한다. 한섬이 뷰티 사업에 진출한 것은 기존 패션에 편중된 사업구조를 다각화하는 동시에 새로운 성장 동력을 확보하겠다는 의도가 깔려있다. 또 패션을 넘어 고객의 머리부터 발끝까지 고객 라이프스타일 전반을 아우르는 기업으로 거듭나겠다는 의지가 담겨 있다.

한섬 측은 “한섬의 강점인 고품격 브랜드, 패션 노하우, 창의적인 감각을 뷰티 사업에 접목시켜 고객에게 새로운 경험을 제공할 것”이라며 “향후 리빙과 식품 등으로 사업 포트폴리오를 넓혀 라이프스타일 명가로 발돋움할

것”이라고 했다.

### ●산림청과 함께 '탄소중립의 숲' 조성

사회와 선순환을 위해 산림청과 손잡고 '탄소중립의 숲' 조성에 나선다. 양측은 20일 서울 여의도 산림비전센터에서 '탄소중립 활동과 ESG 경영 상호협력'을 위한 업무협약을 체결했다. 이번 협약을 통해 양측은 국내 최대 규모의 '탄소중립의 숲' 조성에 힘을 모은다. 탄소중립의 숲은 일상생활과 산업 활동을 통해 배출되는 이산화탄소를 다시 흡수하기 위해 조성되는 숲으로 산림청이 민간 기업 및 시민단체와 공동으로 추진하는 사업이다.

현대백화점그룹이 조성하는 탄소중립의 숲은 최대 33ha 규모로 2025년까지 10만여 그루의 나무를 심을 예정이다. 연내에 숲 조성 지역과 수종 등을 선정하고, 내년부터 계열사인 현대리바트를 중심으로 체험형 숲 조성에 나선다. 이밖에도 양측은 국내외 산림사업의 공동 검토 및 민관 협력, 탄소중립행사 및 주요 국제행사 개최에 관한 사항 협력, 기업의 탄소중립 및 친환경 활동을 활성화하고 지원하기 위한 산림효과 지표 발굴 및 연계방안 공동 검토, 산림관련 정부 및 전문기술을 가진 국내외 기관과의 네트워크 구축 등에 협력하기로 했다.

현대백화점그룹 측은 “고객에게 신뢰받는 기업이 되기 위해 그룹차원에서 다양한 환경보호 활동과 친환경 제품 개발에 나서고 있다”며 “산림청과의 협약 체결로 임직원은 물론 고객들이 함께 탄소중립 활동에 참여할 수 있는 장을 마련할 것”이라고 했다.

정정욱 기자 jay@donga.com



## “진심을 다해, 고객에 최고의 만족도 선사” 파라다이스시티 첫 서비스 아이덴티티 발표



북한리조트 파라다이스시티는 기업의 첫 서비스 아이덴티티(SI) 'With Sincerity, Paradise'(진심을 다하여, 파라다이스)를 발표했다.

이번에 발표한 서비스 아이덴티티는 진정성 있는 서비스로 고객 만족을 넘어 최고의 경험을 선사하겠다는 의미를 담고 있다. 파라다이스시티는 서비스 아이덴티티 실천을 위해 구성원들이 갖춰야 할 핵심역량으로 공감, 고객지향성, 전문성을 선정했다. 또한 고객들이 이를 체감할 수 있는 행동수칙으로 Create(크리에이트), Consult(컨설팅), Cheer(치어), Care(케어) 등의 4C를 수행한다.

이와 관련해 파라다이스시티는 새로 개관한 파라다이스 아카데미에서 전 임직원을 대상으로 온·오프라인이 결합된 서비스 아이덴티티 교육을 진행했다. 디지털 학습 플랫폼 '파라(인) 사이트'도 오픈, 서비스 상시 학습과 자료 이용이 가능하도록 운영한다.

또한 서비스 아이덴티티를 현실화하는 시그니처 서비스도 지속 개발한다. 현재 아이들과 리조트 예술품을 감상하며 스램프를 모으는 선물 증정하는 '파라다이스시티 키즈 아트 투어', 리조트 시그니처 향이 담긴 카드를 제공하는 '파라다이스 향기 선물' 등의 서비스를 시행 중이다.

김재범 기자 oldfield@donga.com



## 쉐보레 트레일블레이저, 중소형 SUV 부문 1위

쉐보레 트레일블레이저(사진)가 최근 미국 자동차 전문 정보사이트 에드먼즈(Edmunds) 선정 '올해 최우수 자동차'에서 소형 SUV 부문 1위에 올랐다. 쉐보레 트레일블레이저는 10점 만점에 8.0점을 기록하며 1위를 차지, 압도적인 경쟁력을 인정받았다. 쉐보레 트레일블레이저는 지엠테크니컬센터코리아가 개발하고 한국지엠이 생산하는 모델로 한국지엠 경영 정상화의 중추적인 역할을 담당하는 쉐보레 브랜드의 핵심 모델이다. 프리미엄 사양, 세련된 외관, 넓은 실내 디자인과 함께 기존 소형 SUV 대비 20~30cm 가량 긴 차체로 탈 소형급이라 불리며 인기를 얻고 있다.

## 빙그레 '더:단백', 출시 3개월만 120만개 판매 돌파



빙그레의 '더:단백 드링크 초코'가 출시 3개월 만에 120만 개 판매를 돌파했다. 더:단백은 체계적인 제품 설계를 통해 제작한 단백질 전문 브랜드다. 달콤한 초코맛을 내지

만 당 함량은 1g미만에 불과하고, 단백질 함량은 20g에 달하는 게 매력포인트다. 회사 측은 “자체 소비자 모니터링 결과, 제품의 맛에서 좋은 평점을 얻었다”며 “브랜드가 추구하는 맛과 건강에 초점을 맞추기 위해 지속적인 연구개발 노력을 이어갈 것”이라고 했다. 한편 더:단백은 브랜드 인지도 제고에 박차를 가하기 위해 배우 소지섭(사진)을 모델로 발탁했다. 소지섭의 건강한 이미지가 브랜드 콘셉트에 부합해 좋은 시너지를 낼 것이라는 게 회사 측 설명이다.

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

# 완성차 업계의 중고차 시장 진출 '팽팽한 논란'

## 3개월에 걸친 논의...결렬 가능성 ↑ "시장규모 커질 것" vs "세계 위협" 합의 실패시 중소벤처기업부서 결론

국내 완성차 업계의 중고차 시장 진출을 둘러싼 논란이 한층 가열되고 있다.

23일 자동차업계에 따르면 한국자동차산업협회(KAMA), 한국수입자동차협회(KAIDA), 한국자동차매매사업조합연합회, 전국자동차매매사업조합연합회 등이 참여하고 있는 '중고차매매산업 발전협의회'의 3개월에 걸친 논의는 결렬될 가능성이 높은 것으로 확인됐다.

12월까지만 해도 '중고차매매산업 발전협의회'는 완성차 업계의 중고차 시장 진출을 허용하되 5년·10만km 이하 매출만 취급하고, 전체 물량의 10%만 판매하도록 제한하는 방향으로 의견을 모았으나.

협상의 마지막 걸림돌은 진출 허용 규모였다. 현재 중고차 시장은 사업자 거래 매출이 약 130만 대, 개인 간 직거래 매출이 약 120만 대 수준이다. 중고차 업계는 중고차 시장의 사업자 물량인 130만 대의 10%를 완성차 업계 진출 허용 기준으로



장안평 중고차 매매시장 모습, 스포츠동아DB

삼아야 한다고 주장했고, 완성차 업계는 250만 대가 전체 물량이라는 것을 전제로 점유율을 15%에서 10%로 낮춰 양보했기에 250만 대를 기준으로 삼아야 한다고 주

장하며 맞섰다. 양측의 주장이 첨예하게 대립하면서, 지난 주말을 기점으로 그 간 이뤄진 모든 합의가 결렬될 위기에 놓였다는 것이 업계 관계자의 설명이다. 을지로위원회는 논의를 마무리해 빠르면 이번주 기자회견을 열고 합의 내용 등을 발표할 계획이었지만, 현재 상황에서는 어려울 것으로 내다보고 있다.

### ●완성차 업계의 '중고차 시장 진출' 논란 이유

중고차 판매업은 2013년 '중소기업 적합업종'으로 지정되며 대기업 진출과 확장이 제한됐다. 하지만 2019년 2월 보호 기간이 종료되면서 문제가 시작됐다.

중소벤처기업부는 “대기업인 완성차 업체가 중고차 시장에 들어오면, 매출을 못 해서 세계를 위협받을 수밖에 없다”는 중고차매매업자들의 요구를 받아들여 세계형적합업종 지정 검토에 들어가면서 완성차업체의 중고차 시장을 진출을 2년 넘게 막았다.

하지만 2019년 11월 동반성장위원회는 중고차 판매업의 '중소기업 적합업종' 부 적합 권고를 내렸다. 중소벤처기업부는 특별법에 따라 최대 6개월 이내 판단을 내려야 하는 상황이 됐다. 하지만 이후에도 중

소벤처기업부는 매매업자들과 완성차업체 간 입장차가 크다는 이유로 판단을 미뤘다.

결국 민주당 을지로위원회 주관으로 지난 6월 기존 중고차매매업자들과 완성차업체가 참여하는 중고차상생협력위원회가 출범했다. 3개월 동안 합의안을 도출해 보고, 만약 실패하면 중소벤처기업부가 양측의 의견 차이를 배제하고 결론을 내기로 했다.

완성차 업체들은 “완성차 업체가 중고차 거래시장에 참여해 구매 차량에 대한 체계적 차량 상태 검사와 수리 등을 거쳐 인증과 보증을 해주고, 이러한 인증제가 기존 중고차 매매업자들에게 일반적으로 확산돼 중고차 시장에 대한 소비자 신뢰가 높아지면 중고차시장 규모는 현재 대비 2배 이상 확대될 것”이라고 주장하고 있다.

반면 기존 중고차 업계는 “막대한 자본과 판매망을 갖춘 대기업이 중고차 시장에 들어오면 기존 업체들은 초도화된다며 팽팽하게 맞서고 있다.

양측에게 주어진 최종 협상 시한은 8월 말까지다. 만약 합의에 실패하면 이 안건은 중소벤처기업부로 넘어간다.

원성열 기자 sereno@donga.com