

LGU+ “홈쇼핑 상품 한눈에 보세요”

U+TV 전용 부가서비스 ‘한눈에쇼핑’ 선택



LG유플러스는 홈쇼핑의 다양한 상품을 모아 보여주는 ‘한눈에쇼핑’ (사진) 서비스를 내놴. 현재 방송 중인 홈쇼핑 상품은 물론 판매했던 상품, 앞으로 판매할 상품까지 모아서 보여주는 U+tv 전용 부가 서비스다.

고객은 별도 비용 부담 없이 다양한 판매 상품을 살펴보고, 모바일 구매 페이지로 손쉽게 이동할 수 있다. 홈 화면 상단에 노출된 메뉴나 채널 변경 시 노출되는 메뉴를 통해 한눈에 쇼핑에 접속할 수 있다. 최신 리모컨에 탑재된 바로가기 버튼을 통해서도 접속 가능하다. 고객은 상품 정보에 기재된 ARS와 상품 번호를 통해 전화로 구매하거나, 상품 구매 링크를 문자로 전송하는 ‘모바일 주소 전송하기’ 기능을 통해 홈쇼핑사 모바일 사이트로 이동해 구매할 수 있다. 모바일 주소 전송은 자사 고객 뿐만 아니라 타사 고객에게도 가능하다.

LG유플러스는 서비스를 지속 고도화할 계획이다. 관심 상품을 설정하면 관련 상품 정보를 제공하거나, 고객의 시청 이력을 분석해 유사한 상품을 제공하는 등 맞춤형 상품 정보를 제공하기 위한 방안도 도입할 방침이다. 현재 참여하고 있는 8개사(12개 쇼핑 채널) 외 다양한 홈쇼핑 사업자와 협업을 통해 상품 제공 범위도 확대할 예정이다.

김영근 기자 dionys@donga.com

대한항공, ‘2022 드론쇼 코리아’ 참가



대한항공은 24일부터 26일까지 3일간 부산 벡스코에서 열리는 ‘2022 드론쇼 코리아’에 참가한다. 대한

항공은 참여 기업 중 가장 큰 규모의 부스를 운영한다. 중고도 무인기 실기체부터 수직이착륙형 정찰용 무인기, 다목적 하이브리드 드론, 인스펙션 드론, 도심항공 모빌리티(UAM) 등을 전시한다. 특히 이번 행사에서는 UAM 체험존(사진)을 운영한다. 대한항공은 관계기능을 담당하는 교통관리사업자, 비행계획 수립과 모니터링 기능을 수행하는 운항사, UAM 조종 체험을 위한 시뮬레이터 등을 만들어 관람객이 체험할 수 있도록 했다.

건강 올레길 | 우리동네 주치의의 건강학

위암, 내과서 조기발견 시 완치율 90%

40세 이후 2년에 한 번씩 위내시경 검사 받아야

위암은 자각 증상이 없어 건강검진 과정에서 알게 되거나 늦게 증상이 심해진 뒤에 발견되는 경우가 많은 편이다. 국내 위암 발병률은 세계적으로 높은 수준이지만 조기 발견해 치료하면 90%에 해당하는 완치율을 기대할 수 있다.

위암을 조기 발견하기 위해서는 평소 소화불량, 속쓰림 등 이상 증상이 자주 나타날 시 내과에서 위내시경으로 질환 발생 여부를 확인하는 것이 필요하다. 위내시경은 입을 통해 식도에 내시경을 삽입해 위, 십이지장까지 관찰할 수 있으며 이상이 있으면 즉시 조직검사를 해 진단할 수 있도록 하는 검사방법이다.

일반적으로 위암은 초기에 대부분 증상이 없기 때문에 40세 이후에는 최소 2년에 한 번씩 위내시경 검사를 받는 것이 좋다. 속쓰림 등의 이상 증상이 있다면 40세 이전이라도 검사를 받는 것이 좋다. 위내시경 검사 후에는 대부분의 환자가 이상이 없지만 내시경 삽입과정에서 목의 불편감이나 통증 등을 유발할 수 있으며 조직검사를 하면 경미한 수준의 복통이나 출혈이 발생할 수 있다.

모든 암이 조기 발견할수록 생존율과 예후가 좋아지지만 위암 환자의 경우는 완치까지도 기대 가능하기 때문에 더욱 특한 증상이나 매스꺼움, 설사 등이 장기간 지속된다면 위내시경 검사를 받을 필요가 있다. 상한역 서울제일내과 김현수 원장



편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

창립 111주년 힐라, 글로벌 전략 계획 ‘위닝 투게더’ 발표

“5년간 1조 투자...리딩 스포츠브랜드로 도약”

FILA 힐라가 그룹 차원의 성장기 비전 및 브랜드 운영 전략을 공개하고 혁신을 통한 대대적인 변화를 예고했다. 111년간 이어온 힐라의 기존 명성을 드높이는 물론, 글로벌 브랜드로 한 단계 더 도약해 전 세계 소비자와 소통하겠다는 의지가 담겨있다.

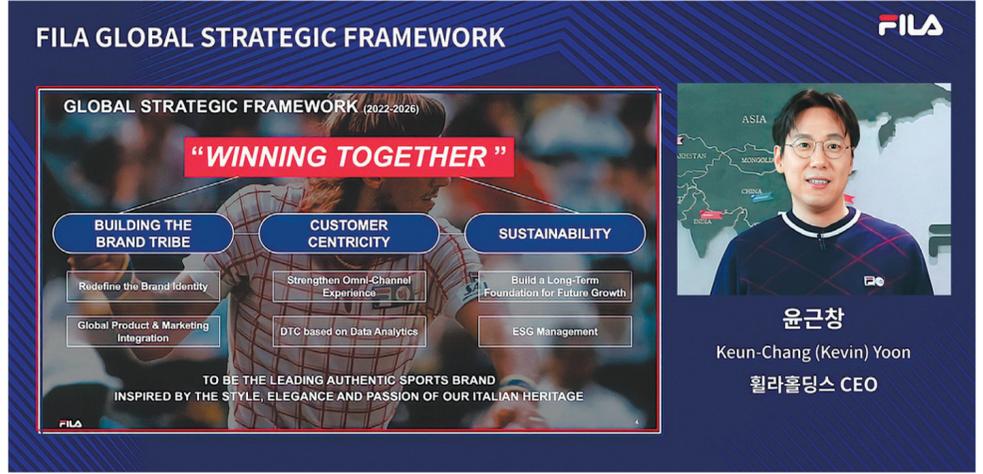
글로벌 브랜드로서 정체성 재정립 고객 중심의 비즈니스 구축 등 통해 브랜드 신뢰도 높여 충성고객 확보 인재 영입·투자·디지털 전환 추진 2026년 매출액 4조4000억원 목표

●투자를 바탕으로 미래 성장 견인

힐라의 지주사인 힐라홀딩스는 24일 특별 영상을 통해 글로벌 전략 계획 ‘위닝 투게더’를 발표했다. 향후 5년간 1조 원 이상의 투자를 바탕으로 그룹 미래 성장을 견인한다는 게 핵심이다. 브랜드 활성화를 위한 혁신 작업에 돌입하는 것은 2016년 국내 브랜드 리뉴얼 이후 5년 만이며, 글로벌 차원에서 브랜드 가치 제고를 위한 청사진을 제시한 것은 이번이 처음이다.

위닝 투게더는 이탈리아 헤리티지에서 비롯된 스타일에서 영감을 받은 브랜드 정체성을 바탕으로, 글로벌 리딩 스포츠 브랜드로서 브랜드 비전을 확고히 다지는 것을 목표로 한다. 크게 브랜드 가치 재정립, 고객 경험 중심의 비즈니스 모델 구축, 지속 가능 성장이라는 세 가지 축에 초점을 맞췄다.

브랜드 가치 재정립은 글로벌 브랜드로서 명확하고 통일된 정체성을 수립해 전 세계 소비자에게 일관된 제품과 마케팅으로 브랜드의 방향성과 메시지를 제



힐라가 24일 글로벌 전략 계획 ‘위닝 투게더’를 발표하고 ‘프리미엄 라이프스타일 스포츠 브랜드’로 도약해 전 세계 소비자와 소통하겠다는 의지를 밝혔다. ‘위닝 투게더’를 발표하고 있는 윤근창 힐라홀딩스 대표. 사진제공 | 힐라

시하기 위함이다. 이를 통해 브랜드 신뢰도를 향상시켜 충성도 높은 고객층을 늘리겠다는 의도다.

고객 경험 중심의 비즈니스 모델 구축은 전 세계 소비자에게 더 나은 쇼핑 경험을 제공하며, 브랜드 가치를 향상시키려는 목표에서 비롯됐다. 지속 가능 성장은 친환경과 가치소비 등 소비 행위에 개인 신념이나 가치를 더하는 미닝아웃 소비트렌드로부터 영향을 받았다.

●프리미엄 라이프스타일 스포츠 브랜드로

이를 위한 구체적인 실행전략도 제시했다. 브랜드 가치 재정립을 위해 프리미엄 라이프스타일 스포츠 브랜드로의 BI(브랜드 정체성) 재확립, 글로벌 크리에이티브 디렉터 영입 및 글로벌 전략 마케팅 디렉터를 중심으로 한 상품 마케팅 부문 글로벌 조직 구성을 계획 중이다. 또 테니스, 수상 스포츠, 아웃도어, 트

레이닝 등 111년 역사 속 힐라의 경험에 기반한 종목들을 ‘핵심 스포츠’로 하되 모터스포츠, 동계스포츠, 러닝, 축구 등 브랜드 역사 속 연관성을 지닌 종목은 ‘비핵심 스포츠’로 분류해 중장기적 관점에서 투자와 개발, 시장 진입 등의 기회를 모색한다.

고객 경험 중심 비즈니스 모델 구축을 위해서는 디지털 전환을 통한 D2C(자사몰을 통해 소비자에게 직접 제품 판매) 역량 강화, 온·오프라인 판매 채널을 연계한 옴니 채널 확대 구축, 율 하반기 미국 뉴욕 플래그십 스토어 오픈 후 전 세계 주요 거점 내 추가 개설 등을 추진한다.

지속 가능 성장을 위한 전략으로는 그룹 차원의 ESG 활동 강화는 물론, 지속 성장의 바탕이 될 기술 향상을 위해 첨단 연구개발(R&D) 센터를 확대한다. 기존 R&D 센터인 패스트 센터를 통해 품질 안정화, 기술 고도화, 자체 디자인 발굴 등 제품 품질 향상과 혁신에 집중한다. 여기에 소비자와의 연결 접점을 넓히고자 힐라 퓨처랩을 신설해 디지

털 커머스 및 관련 기술 개발에 힘을 쏟을 방침이다.

재무적 측면에서의 성장기 목표와 주주환원 계획도 공개했다. 2026년 연결 기준 목표 매출액은 4조4000억 원. 향후 5년간 6000억 원 상당의 주주 환원 예정액을 포함해 약 1조 원을 투자해 미래 혁신을 이룬다는 계획이다.

이호연 힐라홀딩스 CFO(최고재무책임자)는 “올해는 쇄신 전략의 수립 및 첫 개의 시작점이 될 것”이라며 “2023년 이후 한층 강화된 브랜드 자산과 충성 고객층을 바탕으로 성장 계획을 실현할 수 있을 것”이라고 했다.

윤근창 힐라홀딩스 대표는 “글로벌 운영의 핵심이 될 ‘위닝 투게더’ 글로벌 전략 계획을 발표하게 돼 의미 있게 생각한다”며 “향후 전략적 계획, 재무적 투자, 핵심 자원을 통해 이탈리아 헤리티지를 바탕으로 한 ‘프리미엄 라이프스타일 스포츠 브랜드’로 도약할 것”이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

한화생명, 메타버스 기업 갤럭시코퍼레이션과 MOU

MZ세대 겨냥 메타버스 마케팅 활용

한화생명이 갤럭시코퍼레이션과 포괄적 업무협약(MOU)을 체결했다고 24일 밝혔다. 전날 서울 영등포구 63빌딩에서 열린 협약식에는 이창희 한화생명 신사업부문장, 김명기 미디어콘텐츠팀장, 최용호

갤럭시코퍼레이션 대표, 윤상보 최고운영책임자(COO) 등이 참석했다.

갤럭시코퍼레이션은 엔터테인먼트 지식재산권과 메타버스 콘텐츠 전문 기업이다. 이번 협약을 계기로 한화생명은 향후 MZ세대를 겨냥해 메타버스 기반 마케팅을 펼치고 차별화된 고객서비스를 제공할



이창희 한화생명 신사업부문장(오른쪽)과 최용호 갤럭시코퍼레이션 대표이사. 사진제공 | 한화생명

예정이다.

김명기 한화생명 미디어콘텐츠팀장은 “메타버스 전문기업과의 제휴를 통해 한화생명 고유의 메타버스 콘텐츠를 개발하고, 이를 MZ세대를 겨냥한 브랜드 마케팅에 적극적으로 활용할 것”이라고 밝혔다. 이번 협약은 생명보험사와 메타버스 전문기업 간의 첫 협업 사례이기도 하다.

양형모 기자 hmyang0307@donga.com

“주식 폭락, 유가·금값 급등”...러시아의 우크라이나 침공에 글로벌 금융시장 ‘흔들’

국내 뿐 아니라 아시아 증시 하락 외국인·기관 대규모 물량 쏟아내 안전자산인 달러·금값에 쏠림현상

러시아의 우크라이나 침공으로 글로벌 금융시장이 ‘패닉’에 빠졌다.

24일 푸틴 러시아 대통령은 “우크라이나 돈바스 지역에서 특별군사행동에 들어갈 것”이라고 선언했고, 바이든 미국 대통령과 서방 정상들은 일제히 러시아의 침공을 국제법 위반으로 규정하고 고강도 제재에 나설 것이라고 했다.

정정 발달로 위험자산으로 인식되는 주식과 암호화폐가 폭락한 반면, 안전자산 선호에 원달러환율과 금값은 급등했다. 주식의 경우, 아시아 증시 전체가 출렁인 가운데 국내 코스피와 코스닥 역시 동반 급락했다. 이날 코스피는 70.73p



러시아의 우크라이나 침공으로 글로벌 금융시장이 ‘패닉’에 빠진 가운데, 국내 코스피와 코스닥은 하락한 반면, 원달러 환율은 상승했다. 사진은 24일 오후 서울 중구 하나은행 주식 전광판. 뉴스

(2.60%) 하락한 2648.80에, 코스닥은 29.12p(3.32%) 하락한 848.21에 거래를 마쳤다. 외국인과 기관이 대규모 물량을 쏟아내면서 지수 하락을 이끌었다.

일본 닛케이지수도 1.81% 내려간 2만 5970.82로 마감해 2020년 11월 이후 처음으로 2만6000선이 무너졌다. 중국 상하이지수도 장중 한때 2% 이상 떨어졌

다가 1.70% 하락으로 거래를 마쳤다.

암호화폐 시장도 타격을 입었다. 국내 암호화폐 거래소 업비트에 따르면, 이날 오후 4시 기준 암호화폐 대표주자인 비트코인 가격은 4316만1000원으로 전일 대비 6.63% 하락했다. 알트코인의 대표주자인 이더리움 역시 10%대 하락률을 보이며 288만 원대를 기록했다.

반면 위험회피 심리가 커지면서 달러와 금 등 안전자산으로의 쏠림 현상이 이어졌다. 이날 원달러 환율은 폭등해 8.80원이나 오른 1202.4원에 장을 마쳤다.

대표적 실물 안전자산인 금값도 뛰었다. 이날 KRX 금시장에서 1kg짜리 금현물의 1g당 가격은 전 거래일보다 2.49% 오른 7만4360원에 마감했다. 이는 2020년 9월 15일의 7만4630원 이후 1년 5개월 만에 최고치다.

국제 유가도 급등했다. 세계 3위 산유국인 러시아가 우크라이나 침공으로 수출 제재를 당할 경우 국제 원유 공급이 감소해 유가에 상승 압력을 가할 것이라는 시장의 우려가 반영된 결과다. 이날 브랜드유 가격은 2014년 이후 처음으로 장중 배럴당 100달러(약 12만 원)를 돌파했고, 미국 서부텍사스산원유(WTI)도 4%대 급등하며 96달러(약 11만5000원)까지 치솟았다.

정정욱 기자