



삼성물산 패션부문 빈폴, 피너츠 협업 컬렉션 출시

삼성물산 패션부문 빈폴이 미국 애니메이션 피너츠와 손잡고 협업 컬렉션을 선보였다. '판타지 트레블러'를 콘셉트로, 찰리 브라운과 스누피를 중심으로 한 캐릭터들의 귀여운 모습을 담았다. 시크한 선글라스를 쓰고 자전거를 타는 모습, 볼테 인형을 쓴 스마트한 학자의 모습 등이 대표적이다. 스웨트셔츠, 후디, 티셔츠, 드레스 등 의류 및 볼캡, 캔버스백, 양말 등 액세서리로 구성했다.

현대차, 중고차사업 방향 첫 공개

“5년·10만km 이내 자사브랜드 차량만 판매”

현대자동차가 중고차 시장에서의 소비자의 선택권 확대와 신뢰 제고, 중고차 매매업계와의 상생을 목표로 하는 중고차사업 방향을 7일 공개했다. 현대차가 중고차사업 비전과 구체적인 사업 방향을 공개한 것은 이번이 처음이다.

현대차는 국내 브랜드 최초의 고품질 인증중고차 제도, 중고차 관련 통합정보 포털 구축, 온라인 도슨트 투어 등을 통해 판매자와 소비자간 정보의 비대칭이 해소되면, 국내 중고차시장의 전체 규모가 커지고 중고차시장이 소비자 중심 시장으로 변화할 것으로 기대하고 있다.



현대차 인증중고차 사업 주요 내용

상품 및 서비스	1. 국내 최고수준의 엄격한 품질검사 통과한 차량만 판매 2. 국내 최고수준의 차량관리 서비스 3. 인증중고차 전용 하이테크센터 구축 4. 보상판매(트레이드인) 프로그램 제공
고객 신뢰도 제고	1. 중고차 통합정보 포털 구축(가칭 중고차 연구소) 2. 모바일 앱 기반의 온라인 가상전시장 중심의 판매채널 운영
중고차 업계와 상생 및 중고차 시장 발전 지원	1. 5년 10만km 이내의 자사 브랜드 중고차만 판매 2. 자사브랜드 인증중고차 대상 이외의 물량은 경매 등 합리적, 공정한 절차 통해 기존업계 공급 3. 연도별 시장점유율 제한(22년 2.5% → 23년 3.6% → 24년 5.1%) 4. 중고차 통합정보 포털 기존 중고차업계에 공개 5. 중고차 종사원 대상 미래차 신기술 및 CS 교육 지원 등 상호 협력 도모

‘인증중고차 제도’로 신뢰도 제고 차량 성능·상태 객관적 평가해 매입 보상판매·통합 정보 포털도 구축 기존 중고차업계와 상생안도 마련

●품질검사 통과 차량만 선별

소비자들이 중고차 구입을 꺼리는 이유는 구매하려는 중고차가 신뢰할 만한 제품인지, 적정 가격이 책정된 것인지를 확실하지 않 수 없기 때문이다.

현대차는 제조사로서 보유한 기술력을 활용해 정밀한 성능검사와 수리를 거친 후 품질을 인증해 판매하는 인증중고차(CPO, Certified Pre-Owned) 제도와 정밀한 성능·상태 검사를 기반으로 한 차량가치 평가를 통해 소비자들의 어려움을 해소하겠다는 계획이다.

이를 위해 현대차는 자사가 보유한 제조 및 AS 기술력을 활용해 총 3단계에 걸친 중고차 품질검사 및 인증체계(매입 점검-정밀진단-인증검사)를 마련하고, 정밀한 차량진단과 정비가 이뤄지는 ‘인

증중고차 전용 하이테크센터’를 구축한다. 현대차 인증중고차 가상전시장 내 ‘온라인 도슨트 투어 서비스’ 콘셉트 이미지, 사진제공 | 현대차

증중고차 전용 하이테크센터’를 구축한다.

고객이 타던 차량을 매입하고 신차 구매 시 할인을 제공하는 보상판매(트레이드인·Trade-in) 프로그램도 선보인다. 차량 성능·상태 및 이력 정보를 객관적으로 평가해 공정한 가격으로 고객의 차량을 매입하고, 신차 구입 시 할인을 제공해 중고차 처리와 신차구입이 원스톱으로 가능해진다.

현대차는 “고품질 인증중고차 공급과 적정가격의 중고차 매입이 지속되면 중고차에 대한 신뢰 증가로 이어져 잔존가치(residual value)에도 긍정적인 영향

을 미칠 것으로 예상된다”고 밝혔다.

중고차에 대한 정보 비대칭 해소를 위한 ‘중고차 통합정보 포털(가칭 중고차 연구소)’도 구축한다. ▲중고차 성능·상태 통합정보 ▲적정가격 산정 ▲허위·미끼 매물 스크리닝 등의 서비스와 함께 중고차시장의 현재 상황을 파악할 수 있는 ▲중고차 가치지수 ▲모텔별 시세 추이 등의 중고차시장 지표와 ▲트렌드 리포트 등을 제공한다.

중고차 적정가격을 투명하게 산정하는 ‘내차 시세 서비스’도 선보인다. 국내 중고차 거래 약 80%의 실거래 가격을 파악해 데이터베이스화하고, 빅데이터

기술을 활용해 차량이력과 성능·상태, 제원, 옵션 등의 상세 정보를 반영해 신뢰도 높은 가격을 제시해주는 시스템이다.

소비자들에게 완전히 새로운 중고차 구매경험을 제공하는 모바일 앱 기반의 온라인 가상전시장도 운영한다. 가상전시장에서는 상품검색 및 비교, 견적과 계약, 출고, 배송에 이르기까지 구입 전 과정을 원스톱으로 진행할 수 있다. 소비자는 인공지능 컨시어지와 함께하는 ‘온라인 도슨트 투어(오프라인 채널 연계 서비스)’ 등을 통해 차량 검색과 비교 등을 진행한 후 본인에게 맞는 차량을 추천 받을 수 있으며, 선택한 중고차의 최초 입고에서부터 품질검사 및 상품화 과정, 전시 등 인증중고차로 변화되는 과정도 바로 확인할 수 있다.

●상생협력안 준수, 업계와 협력 도모

현대차는 중고차매매업계와의 동반 성장을 위해 기존 상생협의 과정에서 마련한 상생안을 준수한다는 계획이다.

현대차는 기존업계와의 상생협력과 중고차시장 발전 방안으로 ▲5년 10만km 이내의 자사 브랜드 중고차만 판매 ▲인증중고차 대상 이외의 물량은 경매 등을 통해 기존 매매업계에 공급 ▲연도별 시장점유율 제한 ▲중고차 통합정보 포털 공개 ▲중고차산업 종사자 교육 지원 등을 제시한 바 있다.

현대차 관계자는 “당사 중고차시장 진출이 소비자와 중고차시장 발전에 미치는 긍정적인 효과에 대해 소비자와 중고차매매업계 등의 이해를 돕기 위해 사업 추진방향을 공개했다”며, “전체적인 중고차 품질과 성능 수준을 향상시켜 시장 신뢰를 높이고, 중고차산업이 매매업 중심에서 벗어나 산업의 외연이 확장될 수 있도록 기존 중고차업계와 다양한 협력을 추진하겠다”고 말했다.

원성열 기자 sereno@donga.com

㈜한화 김동관 부문장, 등기임원으로 우주항공 분야 등 미래사업 이끈다



김동관 부문장

한화그룹 김승연 회장의 장남인 김동관 (㈜한화 전략부문장)이 한화그룹 지주사인 (주)한화 등기임원에 오른다. 김동관 부문장은 현재 한화솔루션 사장과 한화 에어로스페이스 사내이사도 맡고 있다. (주)한화는 7일 이사회를 열고 전략부문을 맡고 있는 김동관 한화솔루션 사장에 대한 사내이사 선임 관련 주주총회 안건을 의결했다고 밝혔다.

2020년부터 (주)한화 전략부문을 이끌고 있는 김동관은 등기임원 선임으로 우주항공 분야 등 미래 사업 전략 수립과 이행을 본격화할 전망이다. 등기임원 선임은 29일 주주총회 의결을 거쳐 확정된다.

(주)한화 측은 “불확실성이 커진 포스트 코로나 상황에 어느 때보다 책임경영이 필요하다는 점을 우선적으로 고려했다”고 말했다.

김동관은 지난해부터 한화 에어로스페이스 사내이사를 맡아 한화그룹 우주사업 종합상황실 ‘스페이스허브’를 지휘하고 있다. 우주사업 분야에서도 ▲스페이스허브-KAIST 우주연구센터 설립 ▲한화시스템의 우주인턴십 기업 원웹(OneWeb) 투자와 이사회 참여권 확보 ▲한화 에어로스페이스의 누리호 75톤급 엔진 제작 성공 등 눈에 띄는 성과를 내고 있다.

KT, 창업진흥원과 5G 응용 스타트업 발굴

KT는 창업진흥원과 미디어, 인공지능(AI), 로봇 등 5G 응용 분야 디지털혁신(DX) 및 신사업 추진을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. KT는 중소벤처기업부와 창업진흥원이 시행하는 ‘창업도약패키지-대기업 협업 프로그램’을 공동 수행한다. 5G 응용 분야 우수 창업기업 선발, 공동 사업화 과제 선정 및 기술검증(PoC), 비즈니스 환경 지원 등에 협력할 예정이다. 첫 번째 추진 사항으로 우수 창업기업 모집을 위해 ‘KT-창업도약패키지’ 스타트업 공모에 나선다. 유망 스타트업을 발굴해 5G 응용 분야의 공동 사업화 과제를 선정하고, 기술 검증과 함께 향후 투자 검토까지 지원하는 스타트업의 스케일업 프로그램이다. 참가 신청은 창업지원포털 ‘K-스타트업’을 통해 가능하다. 모집 기간은 3월 28일까지다.

건강 올레길 | 우리동네 주치의의 건강강

질건조증·성교통 등 갱년기 여성 고민 산부인과 비수술 치료 ‘질소프’로 해결

여성들은 나이가 들어감에 따라 여성호르몬의 부족으로 다양한 신체변화를 겪게 된다. 질 내부가 건조해지고, 질점막층 및 골반근육들이 얇아지며 생기는 위축성 질염이나 요실금 증상 등이 흔한 증상이다.

갱년기 증상이 생긴 여성들은 위축성 질염으로 인한 작열감, 따가움, 간지러움이 생기고 관계시 성교통, 성감저하 등이 나타날 수 있다. 젊은 여성들에게도 잦은 성관계 등으로 인한 질이완증, 건조증이 유발될 수 있다. 질건조증, 성교통으로 고민인 여성들이라면 산부인과를 찾아 상담 및 정확한 진단을 받아볼 필요가 있다.

질 내부의 수분감이나 탄력을 한번 떨어지면 스스로 회복이 되지 않으므로 적절한 치료를 통해서 개선해야 한다. 질 건조증 개선 시술은 ‘질소프’가 최근 각광받고 있다. 일반 바늘보다 가는 브이니들(v-needle)을 사용해 질 내벽에 히알루론산을 주입해 수분감과 탄력을 동시에 줄 수 있는 시술이다. 시술 시간이 짧고, 통증이 거의 없어 마취없이 시술이 가능하다. 환자의 만족감도 높은 것으로 알려져 있다. 한번의 시술로 효과는 3~4개월 정도 지속된다. 질 소프는 시술자가 삽입 깊이를 확인할 수 있어 정확한 위치에 정량의 약물을 안전하게 주입할 수 있는 것이 강점이다. 환자 통증을 줄일 수 있도록 압력감지 자동주사 시스템이 장착됐으며, 약물 주입량과 주입속도 등을 설정할 수 있어 환자별 맞춤 시술이 가능하다.



김은희 대표원장

질소프 시술은 환자의 상황과 증상에 맞는 맞춤형 치료를 진행할 수 있는 숙련된 산부인과 전문의를 통해서 높은 시술 만족도를 기대할 수 있다.

강남 서초리한산부인과 김은희 대표원장

편집 | 신하늬 기자 myhuki@donga.com

스텔란티스 코리아, 올해 신차 9종 출시...서비스 네트워크도 대폭 강화

지프 ‘레니게이드’ 푸조 ‘308’ 등 출시 비대면 프로세스·온라인 판매 도입 전라·경상에 전시장과 AS센터 확대

스텔란티스 코리아가 올해 브랜드의 저력을 보여줄 신차 9종을 출시한다.

스텔란티스 코리아는 7일 푸조, 시트로엥, DS 오토모빌 브랜드 통합 이후 진행된 첫 번째 온라인 기자간담회를 통해 지난해 실적을 공개하고, 올해 신차 출시 전략을 발표했다.

지난해 지프는 한국 시장에서 총 1만 449대를 판매하며 2019년에 이어 2년 만에 ‘수입차 1만대 클럽’에 가입성했다. 대표 모델인 지프 랭글러와 레니게이드가 각각 3127대, 2708대 판매되며 성과를 이끌었다. 지난해 11월 출시된 ‘올 뉴 그랜드 체로키 L’ 역시 한국 고객들에게 인정을 받으며 주력 차종으로 영향력을 넓혀가고 있다는 것이 스텔란티스 측 설명이다.



2022 스텔란티스 코리아 온라인 기자간담회에서 제이크 아우만 사장이 푸조·DS 브랜드의 향후 전략에 대해 발표하고 있다. 사진제공 | 스텔란티스 코리아

서비스 품질을 높인 것도 실적 향상을 이끌었다. 서비스센터 예약 대기 일수가 평균 6.9일에서 3.7일로 감소했고, 고객 만족도에 대한 선도적 지표인 NPS(고객 추천 지수)는 새로운 서비스 프로세스 현장 모니터링을 통해 4.1% 개선됐다.

지프와 푸조, DS 브랜드는 올해 총 9종의 신차를 출시할 계획이다. 지프는 1.3L

가솔린 엔진으로 연비를 높인 ‘레니게이드’를 필두로 인테리아의 획기적인 변화를 꾀한 컴패스 부분 변경 모델, 그리고 ‘올 뉴 그랜드 체로키 2열’ 및 플러그인 하이브리드(PHEV) 모델인 ‘올 뉴 그랜드 체로키 4xe’를 선보인다.

푸조는 새로운 엠블럼과 브랜드 아이덴티티를 담은 신형 ‘308’과 국내에선 처음

으로 가솔린 엔진을 얹은 SUV ‘3008’과 ‘5008’을 도입한다. DS는 가솔린 엔진을 장착한 ‘DS 7 크로스백’과 ‘DS 4’로 프리미엄 마켓을 공략한다.

판매 방식도 바뀐다. 장기화된 코로나 19 상황을 고려해 비대면 프로세스를 강화하고, DS 브랜드의 경우 온라인 판매를 포함한 전시장과 운영 방식에 새로운 비즈니스 모델을 도입한다는 방침이다.

서비스 품질 및 네트워크 확보에도 박차를 가한다. 지프는 현재 수도권에 집중된 18개 전시장 및 서비스센터를 2023년 경 상태로 전라도로 확대하고, 2024년까지 30개로 늘린다. 푸조와 DS 경우 2023~2024년까지 전시장 및 서비스센터를 각각 20개까지 증설할 계획이다.

제이크 아우만 스텔란티스 코리아 사장은 “스텔란티스는 제품과 서비스, 고객 경험에 있어 만족도 1위를 목표로 하고 있다”면서 “모든 활동의 중심에는 ‘고객’이 있으며, 한국 고객들의 눈높이에 부합하기 위해 끊임없이 노력해 나갈 것”이라고 말했다.

원성열 기자