경제&산입



CJ제일제당 '고메 바삭쫄깃한 사천탕수육' 출시

CJ제일제당이 가정간편식 '고메 바삭쫄깃한 사천탕수육'을 내놓았다. 돼 지고기 등심을 바삭하게 튀기고 오븐에 다시 구운 탕수육에 사천식 특제 소스를 곁들였다. 에어프라이어 15분 내외 간편조리로 가정에서도 외식 전문점 수준의 사천탕수육을 즐길 수 있다. CJ제일제당의 제분 노하우를 기반으로 전용 튀김옷과 멀티 히팅 기술로 바삭함을 극대화했다

2022년 3월 31일 목요일 13

리빙 사업 강화에 속도 내는 현대백화점그룹

"지누스 인수…집테리어로 집꾸족 본격 공략"

〈집을 꾸미는 이들〉

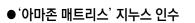
HYUND

*스로*초동아

현대백화점그룹 이 리빙 사업 강화 에 속도를 내고 있

다. 일명 '아마존 매트리스'로 불리는 지누 스를 인수한 데 이어 현대리바트는 토탈 인 테리어 브랜드 '집테리어'를 선보이며 영 역 확장에 나섰다. 지난해 창립 50주년 '비 전 2030'에서 리빙 사업 매출을 2030년까 지 2021년(2조5000억 원)대비 약 2배인 5조 원대로 키운다고 제시한 것을 실천하 고 있는 것이다. 또 코로나19 장기화의 영 향으로 집을 꾸미는 이들인 일명 '집꾸족' 고객이 증가한 것도 영향을 미쳤다.

지누스 통해 글로벌・온라인 확장 "성장관련 분야에 적극 투자할 것" 인테리어 가구부터 창호 · 벽지까지 고객이 선택하는 '집테리어' 선보여 기존 전시장, '리바트토탈'로 리뉴얼



먼저 주력 계열사인 현대백화점이 22일 글로벌 온라인 가구·매트리스 기 업 지누스의 지분 30%(경영권 포함)를 7747억 원에 인수했다.

지누스는 글로벌 가구 매트리스 기업 으로 2006년 미국을 시작으로 현재 캐나 다, 호주, 일본, 영국, 독일, 스페인 등에 진출해 사업을 확장하고 있다. 특히 침 대 매트리스를 압축 포장한 후 상자에 담아 배송하는 기술로, 세계 최대 e커머 스(전자상거래) 업체 아마존 내 매트리 스 판매 부문에서 1위를 기록하고 있다. 미국과 캐나다 전역의 월마트 매장에도 매트리스를 공급 중이다.

현대백화점그룹은 2012년 인수한 현 대리바트의 가구 인테리어 사업과 2019년 계열사로 편입한 현대L&C의 건 자재 사업에 이어 지누스의 글로벌 가구 ·매트리스 사업까지 추가하면서 리빙 사업 포트폴리오를 확장하게 됐다.

지난해 현대리바트의 매출은 1조 4066억 원. 현대L&C의 매출은 1조 1100억 원 수준이다. 같은 기간 지누스 의 매출 1조1238억 원을 합치면 현대백



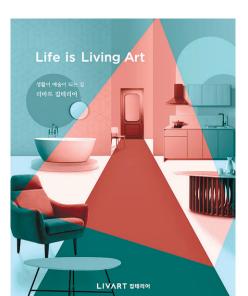
현대백화점그룹이 지누스 인수 및 현대리바트 '집테리어' 론칭 등 리빙 사업 강화에 주력하고 있다. 현대리바트 킨텍스점의 건자재존. 사진제공 । 현대백화점그룹

화점그룹의 리빙 사업 매출은 약 3조 6000억 원으로 성장한다.

현대백화점그룹 측은 "국내 오프라인 유통 중심의 백화점 사업을 온라인과 글 로벌 분야로 확장하고 성숙기 국면인 백 화점 사업을 보완하는 성장동력을 확보 하기 위해 글로벌 온라인 비즈니스 업체 인 지누스를 인수했다"며 "향후 메가 트 렌드 및 소비 패턴 변화에 맞춰 미래 수 요가 커지는 사업 중 그룹의 성장 전략 과 부합하는 분야에 대한 투자와 인수합 병(M&A)을 적극 추진할 것"이라고 했

●토탈 인테리어 브랜드 '집테리어' 선봬

현대리바트는 2월 토탈 인테리어 브 랜드 '집테리어'를 선보였다. 주방가구, 욕실, 창호, 바닥재, 벽지 등 현대리바트 의 모든 인테리어 제품에 대한 상담부터 공간 컨설팅, 구매, 시공, 사후서비스(A S)까지 원스톱으로 제공한다. 고객이 취 향에 따라 자재부터 시공 범위까지 자유 롭게 고를 수 있는 인테리어 패키지 상 품을 선보인 게 특징이다.



현대리바트 '집테리어' 포스터.

기와 최신 인테리어 트렌드를 반영했다. 미취학 아이가 있는 3인 가족을 겨냥해 파스텔톤의 색상과 모서리가 둥근 가구 등을 적용한 '에어리 소프트', 홈파티를 즐기는 신혼부부를 겨냥해 주방과 다이 닝 기능을 강화한 '프렌치 글램', 198m² 이상 대형 평형에 어울리는 고급스러움 을 강조한 '리니어 시크', 미니멀한 디자 패키지는 총 4가지 콘셉트로 생애 주 인으로 공간 활용성을 극대화한 '모던

내추럴' 등이다.

패키지 선택 대신 전문가가 디자인한 콘셉트에 맞춰 현대리바트의 주방, 욕 실, 창호, 마루, 벽지 등 총 54종의 인테 리어 가구 및 건자재를 직접 골라 집 전 체를 바꾸거나 주방, 거실, 안방 등 일부 공간만 인테리어할 수도 있다.

27일에는 서울 강남구 논현동 가정용 가구 전시장을 리뉴얼해 집테리어의 플 래그십 스토어인 '리바트토탈 강남'으로 새롭게 선보였다. 리바트토탈은 가정용 가구 브랜드는 물론 집테리어까지 현대 리바트의 모든 브랜드 제품을 총망라한 전시장이다. 연내 부산, 대전, 광주 등 전국 직영 전시장 12곳을 리바트토탈로 새단장해 플래그십 스토어로 운영하는 등 집테리어 영업망을 확대할 방침이다.

현대리바트 측은 "집테리어를 통해 인테리어 가구부터 건자재까지 집을 이 루는 모든 부문에 새로운 경험을 제공할 것"이라며 "진정성 있는 차별화된 품질 및 서비스를 지속 업그레이드해 토탈 인 테리어 전문 기업으로서의 위상을 공고 히 할 것"이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

신세계L&B, 발포주 '레츠 프레시' 론칭 높은 보리 함량·착한 가격으로 승부수



레츠를 들고 포즈를 취하고 있는 모델 사진제공 I 신세계L&B

신세계L&B가 30일 스페인산 발포 주 '레츠 프레시 투데 이(이하 레츠)'를 론 칭했다.

발포주는 맥아 함 량 비율이 10% 미만 인 술로, 레츠의 맥아 비율은 9%, 알코올 도수는 4.5도다. 주세 법상 맥주가 아닌 기

타 주류로 분류되고, 세율 또한 맥주(72%)보다 낮은 30%로 책정돼 저렴한 가격이 특징이다. 가격은 500ml 한 캔당 1800원으로 국산 맥주 2500원보다 싸다.

맛의 가치를 중요시하는 고객을 주요 타깃층으로 삼 고, 보리 함량을 높여 일반 맥주와 유사한 맛을 내는 데 집중했다. 레츠의 전체 보리(보리+보리 맥아) 함량은 물을 제외한 원료 내 비율 환산 시 99%로, 국산 맥주와 비슷한 수준이다.

신세계L&B가 발포주 시장에 진출한 것은 코로나19 장기화 속 홈술 및 물가 상승과 함께 가성비 소비트렌드 가 확산되면서 발포주에 대한 소비자 니즈가 늘고 있기 때문이다. 실제로 지난해 12월 수입맥주 가격이 오르면 서 올해 1~3월 기준 발포주 매출이 전년 대비 약 40% 증가한 것으로 나타났다.

우창균 신세계L&B 대표는 "이번 발포주 브랜드 론칭 은 신세계L&B가 와인 수입사를 넘어 종합 주류 유통 기 업으로 거듭날 수 있는 발판이 될 것"이라고 했다.

한편 이 회사는 주력 고객층인 2030 MZ세대(밀레니 얼+Z세대)와의 소통과 공감을 위해 브랜드 이미지에 부 합하면서도 소비자에게 친숙하고 호감도 높은 배우 박 정민을 공식 모델로 발탁했다. 정정욱 기자

현대차-아람코-KAUST. 친환경 엔진·연료 개발



현대차그룹 아람코 KAUST 연구진들. 사진제공 | 현대차

인 종합 에너 지·화학 기업 인 아람코(Ar amco) 및 사 우디아라비아 킹 압둘라 과 학기술 대학

(KAUST)과

현대차그룹은

30일 세계적

함께 초희박 연소 엔진(Ultra Lean Burn Engine) 및 친환경 합성연료(e-Fuel) 공동연구 협약식을 갖고 온실 가스 저감을 위한 공동개발에 착수했다고 밝혔다. 이번 공동연구의 목표는 전기차-내연기관이 공존하는 과도 기에 화석연료로 발생하는 온실가스를 획기적으로 저감 하여 탄소중립으로의 자연스러운 전환을 위한 기술 개 발이다. 친환경 합성연료를 일반 하이브리드 차량(HE V)에서 사용했을 때 온실가스 배출량을 얼마나 줄일 수 있는지 검증하고 시뮬레이션 및 엔진 시험을 통해 유해 배출물 감소 효과를 측정할 예정이다.

"자율주행 기술로 상시 무인 방역"…KT, AI방역로봇 출시

플라즈마 살균·공기청정 기능 담아 제품 설치부터 컨설팅·현장 AS 등 로봇 플랫폼 기반 종합 서비스 제공

KT가 방역기술과 인공지능(AI)로봇을 결합한 방역로봇을 선보였다. KT는 이번 로봇 출시로 고객 맞춤형 '로봇 서비스 플 랫폼' 비즈니스 추진을 공식화하고, 시장 을 선도한다는 방침이다.

KT는 30일 온라인 기자설명회를 열고, 'KT AI방역로봇' 2종을 출시했다. 중소형 과 대형으로 방역용량과 크기에 차이가 있 트워크 구축까지 모든 것을 동시에 경험할 으나 모두 플라즈마, UVC(자외선 파장) 살균과 공기청정 기능을 함께 제공하는 것 와 카메라 센서 기반의 자율주행, 자동충 석을 기반으로 개념부터 설계한 맞춤형 로

전 등 기술을 적용해 로봇이 스스로 이동 하며 공간 전체에 대한 상시 무인 방역이 가능하다.

또 24시간 지능형 관제로 원격 모니터링 과 출동 등 선제적 고객케어 서비스를 제 공하고 스마트폰으로 로봇 제어, 상태정보 확인, 방역 스케줄링, 결과 보고서까지 확 인할 수 있다. 특히 KT의 AI로봇 서비스 는 단순 제품 판매가 아닌, 로봇 플랫폼 기 반의 종합 서비스 형태로 제공된다. 로봇 설치와 플랫폼 사용, 원격 관제, 매장 컨설 팅, 현장 AS 출동, 전용보험 제공, 매장 네 수 있다.

이번에 출시한 AI방역로봇은 사회적 문 이 특징이다. AI 기능도 구현했다. 라이다 제 해결을 위해 KT가 고객 수요에 대한 분

봇으로, KT 로봇 서비스 플랫폼의 특징을 보여주는 대표적 사례라는 게 KT 측 설명 이다.

KT는 AI, 네트워크, 자율주행, 원격관 제 등 디지털 플랫폼을 기반으로 로봇 제 조사와 고객 사이에서 로봇의 가치를 높여 주는 '로봇 서비스 플랫폼 사업자'로 도약 해, 고객 경험을 혁신하는 맞춤형 서비스 를 제공한다는 계획이다.

이상호 KT AI로봇사업단장은 "이제 로 봇에서 중요한 것은 단순히 디바이스 자체 가 아니라 종합적 고객경험을 제공하는 서 비스 플랫폼이다"며 "KT는 로봇 서비스 플랫폼을 통해 사회 문제를 해결하고 고객 경험을 혁신하는 새로운 로봇 서비스들을 지속적으로 선보이겠다"고 말했다.

한편 KT는 지난 1년 동안 AI서비스로



KT AI방역로봇'이 방역기능을 시연하고 있다. 사진제공 | KT

봇, AI호텔로봇, AI케어로봇, 바리스타로 봇에 이어 이번 AI방역로봇까지 로봇 서비 스 플랫폼을 꾸준히 확장해왔다. 앞으로도 고객 필요에 맞게 배송과 물류, 환경, F&B 등 신규 영역으로 서비스 플랫폼을 지속 확장한다는 계획이다.

김명근 기자 dionys@donga.com

기아, 소통 플랫폼 론칭…고객 의견 수시로 청취

기아는 고객의 의견과 제안을 수시로 듣고 고객과 함께 상품 및 서비스를 개발해 나가는 대고객 소통 플랫폼 '여러분의 자동차 이야기를 들려주세요'를 론칭 한다고 30일 밝혔다. 기아 통합 모바일 앱 Kia VIK 내 전용 페 이지에 론칭하는 고객 소통 플랫폼은 상시로 운영하는 정기 서베이와 매번 변화하는 주제로 소통하는 특별 서 베이의 두 가지 방식으로 이원화해 운영될 예정이다. 기 아 차량을 보유한 고객이 반기 1회 참여 가능한 정기 서 베이는 구매 이력, 대차정보, 라이프스타일별 관심 차 종, 향후 구매 의향 정보 등 약 20여개의 문항으로 구성 돼 있다.

인사

◇대한항공〈승진〉▽전무(4명) 송보영, 김완태, 박희돈, 변봉섭 ▽상무(11명) 최현오, 정찬우, 한경훈, 이길호, 정 유태, 김용욱, 이시우, 이태일, 이승만, 서호영, 이민수

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com