

‘63주년’ 롯데건설, 직원·파트너사에 포상
“파트너사와 상생·성장동력 확보 나설 것”

하석주 대표이사

롯데건설이 15일 창립 63주년을 맞아 임직원과 파트너사에 포상을 실시하고 감사의 뜻을 전달했다.

임직원 545명을 올해의 롯데건설인, 근속포상, 모범사원, 우수기술 개발사원, 우수품질 관리사원, 우수 CS 사원 등으로 선정해 개인별로 포상하고, 20년 이상 된 장기협력 파트너사 126개사에 대한 포상도 실시했다.

선정된 파트너사에는 맞춤형 컨설팅 이용 상품권과 입찰 참여 선택권이 제공된다. 맞춤형 컨설팅 이용 상품권은 신용평가사와 연계한 컨설팅 프로그램으로 파트너사가 내실을 강화하고 지속적인 경쟁력을 확보할 수 있도록 도움을 주는 상품이다. 입찰 참여 선택권은 파트너사가 참여를 원하는 입찰 건이 있을 경우 입찰 참여 선택권을 사용해 해당 입찰에 우선적으로 참여할 수 있는 기회를 년 1회 제공하는 것이다.

롯데건설 하석주 대표이사는 “올해는 임직원뿐 아니라 파트너사에도 포상을 실시한 만큼 파트너사와의 동반성장을 위한 상생경영에 힘쓰겠다”며 “과감한 혁신을 바탕으로 지속성장하는 기업으로 나아가기 위한 성장동력을 확보하고 역량을 키워나가겠다”고 말했다.

한편 롯데건설은 창립 63주년을 기념해 1959년 창립일을 비롯해 경부고속도로 준공, 롯데캐슬 톨지, 롯데월드타워 준공 상징적인 이미지들을 모아 라이브 드로잉 영상도 제작, 공개했다. 김도현 기자 dohoney@donga.com

애경산업 ‘리큐 제트 프로 파워샷’ 출시



애경산업이 ‘리큐 제트 프로 파워샷’(사진)을 내놓았다. 세탁에 효과적인 파워효소를 7배 강화해 소량으로도 말끔한 세탁을 돕는 초고농축 액체세제다. 기존 자사 액체세제 대비 용량을 4분의 1로 줄여 한 손으로 가볍게 사용할 수 있다. 한 번 펌핑 시 5cc의 정량이 배출되는 스마트 트리거를 적용해 세제 낭비 없이 사용할 수 있다. 냄새 탈취 성능 99%이고, 이염과 재오염 방지 기술을 적용해 깨끗하고 선명한 섬유케어를 돕는다.

건강 올레길 | 우리동네 주치의의 건강학

예비 신혼부부를 위한 맞춤형 ‘웨딩검진’ 결혼 전 2~6개월 전 미리 받으면 좋아

최근 초혼 연령대가 높아지면서 고령 산모의 비율이 증가함에 따라 웨딩검진의 중요성이 더욱 부각되고 있다.

웨딩검진의 특징으로 예비 신혼부부를 위한 맞춤형 검사 항목들로 구성된 점을 꼽을 수 있다. 예비 신부에게 필요한 검사 방법으로 초음파검사, 자궁경부암세포 검사(액상), 인유두종바이러스(HPV) 검사, 난소나이검사 및 여성호르몬검사, 암표지자검사 등이 있다. 특히 3대 여성암 중 하나로 꼽히는 자궁경부암의 경우 HPV라는 명확한 원인이 밝혀져 있기 때문에 충분히 예방 가능하다.

산부인과 초음파 검사를 통해 자궁, 난소 이상 여부를 진단할 수 있다. 혈액 검사는 풍진 또는 A·B형 간염 항체, 성병 등을 확인해볼 수 있다. 특히 풍진 및 간염 항체가 확인되지 않으면 태아에 악영향을 줄 수 있어 임신 전 필히 정밀검사 및 예방접종이 권장된다.

예비 신랑도 대상이 된다. 혈액검사, 소변검사, 균검사(STD), 혈액형검사와, 비타민D검사 등 임신, 출산에 영향을 줄 수 있는 부분을 미리 살피는 것이 중요하다.

웨딩검진은 결혼 2~6개월 전에 받는 것이 좋다. 검진 결과 질환이 발견될 경우 즉각 치료를 받아야 한다. 건강한 결혼생활은 물론 태어날 2세 건강까지 생각한다면 웨딩검진은 선택이 아닌 필수로 다가오기 마련이다.

강남구청에 청담해라산부인과 박혜은 원장

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

부산세계박람회 유치 청신호…글로벌 마케팅 효과 기대감도

에미상 거머쥔 이정재, 광고주들도 ‘활짝’

〈남우주연상〉

배우 이정재가 세계 최고 권위를 인정받으며 방송계 아카데미상으로 불리는 ‘제74회 프라임타임 에미 시상식’에서 아시아권 배우 최초로 남우주연상을 수상하면서, 그를 홍보대사 및 광고모델로 발탁한 지방자치단체와 광고주들이 활짝 웃고 있다. 이번 수상으로 명실공히 글로벌 스타로 자리 잡으면서 글로벌 마케팅 효과는 물론 매출 상승도 기대되기 때문이다.

부산세계박람회 유치 분위기 고조
“사우디 오일머니 대항마” 해석도
세라젬·하림 등 이정재 효과 톡톡
“이번 수상으로 러브콜 쏟아질 것”

●2030부산세계박람회 유치에 ‘호재’

함박웃음과 함께 기대감이 큰 곳은 부산광역시다. 2030부산세계박람회 제1호 홍보대사로 이정재를 발탁하고, 박람회 유치홍보에 전력 나서고 있기 때문이다.

이정재를 비롯해 자이언티, 원슈타인, 전소미, 오마이걸 아린이 출연한 박람회 유치 광고 영상이 눈길을 끈다. MZ세대가 열광하는 세계관 마케팅 코드를 광고 영상에 접목해 X4(엑스포) 세계관을 내세웠다. 세상에 없던 엑스포 유치를 위해 이정재가 X4엔터테인먼트를 설립하고 자이언티, 원슈타인, 전소미, 아린으로 X4 그룹을 만들어 다양한 홍보활동을 전개해 결국 2030부산세계박람회 유치에 성공한다는 내용이다.

또 이정재가 참여한 2030부산세계박람회 홍보 비즈링(통화연결음)을 제작하고, 버스와 택시 등 교통수단에 이정재의 2030부산세계박람회 포스터를 부착하는 등 일상생활 속에서 박람회 유치 분위기를 고조시키고 있다.



배우 이정재가 ‘제74회 프라임타임 에미 시상식’에서 남우주연상을 수상하면서, 그를 홍보대사 및 광고모델로 발탁한 지방자치단체와 광고주들이 함박웃음을 짓고 있다. 2030부산세계박람회 홍보대사 포스터, 하림 ‘더미식 밥’ CF, 세라젬 CF(왼쪽부터 시계방향).

박형준 부산시장이 13일 페이스북을 통해 “그가 두 손을 모아 ‘부산에 유치해’라고 외치는 사진은 이미 명물이 됐다”며 “에미상 수상의 쾌거가 부산엑스포 유치 쾌거로 이어지기를 간절히 소망한다”고 밝히는 등 이번 이정재의 에미 시상식 남우주연상 수상은 부산시 입장에서 더욱 각별한 분위기다. 사우디아라비아와 유치 경쟁을 펼치고 있는 상황에서 문화 콘텐츠가 오일머니를 한 방에 날릴 수 있는 낭보라는 해석도 나온다.

●글로벌 시장에서 ‘이정재 효과’ 노려

이정재를 모델로 발탁한 광고주들도 흐트라기는 마찬가지로, 특히 글로벌 시장에서의 ‘이정재 효과’에 대한 기대감을 키우고 있다.

이정재를 4년째 모델로 내세우고 있는

의료기업 세라젬이 대표적이다. 세라젬은 이정재와 처음 계약을 맺은 2019년까지만 해도 인지도가 낮았지만, 톱스타 마케팅을 통해 브랜드 인지도를 단숨에 끌어올린 케이스다. 특히 올해 초 미국 서부 주요 거점에 3개의 직영 체험매장을 열고, 연내 미국 매장을 최대 10개까지 늘릴 예정이라 글로벌 시장에서의 이정재 효과 또한 기대하는 눈치다.

종합식품기업 하림 역시 지난해 10월 이정재를 전속 모델로 기용해 광고 효과를 톡톡히 보고 있다. 하림은 ‘더미식 밥’ 광고에 이어 5월부터는 ‘더미식 밥’을 출시, 카리스마 넘치는 미식이 이정재를 콘셉트로 내세워 일명 ‘이정재 라면’과 ‘이정재 밥’으로 유명세를 타고 있다. 특히 더미식 장인라면이 7월 말에 아시아, 홍콩, 싱가포르, 대만, 필리핀



등에 수출을 시작하면서, 해외 시장에서의 이정재 효과가 기대되는 상황이다.

이정재가 모델로 활약 중인 바이오 코스메틱 기업 모다모다도 비슷한 상황이다. 감기만 해도 흰머리 염색이 가능함을 강조하는 ‘프로제인지 블랙샴푸’가 연내 북·남미, 동남아, 중동 지역에 수출을 앞두고 있는 만큼 이정재를 통한 글로벌 효과를 노린다.

‘에미상 수상 효과’를 누리기 위해 이정재를 광고 모델로 발탁하는 기업은 더 늘어날 것으로 보인다. 업계 관계자는 “이번 에미 시상식 남우주연상 수상이 이정재에 대한 대중의 지지를 극대화할 것”이라며 “특히 글로벌 스타임을 공고히 한 만큼 광고계 러브콜이 더 쏟아질 것”이라고 전망했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

“2050 탄소중립 달성”…삼성전자 ‘신환경경영전략’ 발표

경영 패러다임, ‘친환경’으로 전환
공정가스 저감 등에 7조 이상 투자
‘RE100’ 가입…초저전력 기술 개발

삼성전자가 2050년 탄소중립을 달성한다는 내용을 담은 ‘신환경경영전략’을 15일 발표했다. 경영 패러다임을 ‘친환경’으로 전환해 지속가능한 성장을 통한 글로벌 사업 경쟁력을 강화한다는 방침이다.

전자산업 전영역에서 제품을 생산하는 삼성전자는 세계에서 가장 많은 전력(2021년 기준 25.8TWh)을 사용하는 정보통신기술(ICT) 제조기업이다. 전력 수요가 큰 만큼 재생에너지 공급이 쉽지 않고, 국내 재생에너지 공급 여건도 불리한 상황이지만, 환경위기 해결을 위해 도전에 나섰다. 삼성전자는 공정가스 저감, 폐전자제품 수거 및 재활용, 수자원 보존, 오염물질 회



지난 2일 독일 베를린에서 열린 IFA에서 친환경 노력을 소개한 삼성전자.

사진제공 | 삼성전자

소와 등 환경경영 과제에 2030년까지 총 7조 원 이상을 투자한다. 재생에너지 목표 달성에 필요한 비용을 제외한 수치다.

삼성전자는 2050년까지 직·간접 탄소순배출을 제로화한다는 계획이다. 직접배출을 줄이기 위해 저감시설에 투자할 계획이고, 전력사용으로 발생하는 간접배출을

줄이기 위해 RE100에도 가입했다.

초저전력 기술 개발과 자원 재활용에도 나선다. 반도체는 2025년 데이터센터와 모바일 기기에서 사용되는 메모리의 전력 소비량을 대폭 절감할 계획이다. 스마트폰과 TV, 냉장고, 세탁기, 에어컨, PC, 모니터 등 7대 전자제품 대표 모델에 저전력 기

술을 적용해 2030년 전력소비량을 2019년 동일 성능 모델 대비 평균 30% 개선하기로 했다. 또 2030년까지 플라스틱 부품의 50%, 2050년까지 모든 플라스틱 부품에 재생레진 적용을 추진한다.

삼성전자는 사업장의 자원순환성 강화를 위해 수자원 순환 활용에도 나선다. 2030년 반도체 라인을 증설해도 취수량을 2021년 수준으로 동결한다는 목표다. DX(디지털 전환) 부문도 2030년까지 글로벌 수자원 발굴 프로젝트와 수질 개선, 하천 복원사업 등을 통해 물을 쓴 만큼 100% 사회에 다시 돌려줄 예정이다.

초격차 기술력과 역량을 결집해 글로벌 환경난제를 해결하는데도 공헌할 계획이다. 탄소포집과 활용 기술을 2030년 반도체 사업장에 적용하고, 미세먼지 감지·분석·제거 기술 개발에도 나서 2030년 지역 사회 활용을 추진한다.

김명근 기자 dionys@donga.com

LGU+ “고객 중심 플랫폼 사업으로 3.0 시대 연다”

디지털 접점 확대·고객 체류시간↑
비통신사업 매출 비중 40%까지 확대

LG유플러스가 플랫폼 사업으로의 전환을 통해 ‘유플러스 3.0’ 시대를 연다.

LG유플러스는 15일 서울 중구 엠베서더 서울 풀만 호텔에서 기자간담회를 갖고, 신사업 전반의 중장기 성장전략을 공개했다.

황현식 LG유플러스 사장(사진)은 이 자리에서 ‘라이프스타일·놀이·성장케어’ 3대 신사업과 웹 3.0으로 대표되는 미래기술을 ‘4대 플랫폼’으로 구성해 고객경험 혁신의 발판을 마련하겠다고 밝혔다. 고객과의 디지털 접점을 확대하고, 데이터를 기반으로 고객을 심층적으로 이해해 체류시간을 늘리는 플랫폼을 만들겠다는 구상이다.

2025년까지 비통신사업 매출 비중을



30%까지 늘리겠다고 발표한 바 있는 LG유플러스는 이번 중장기 성장전략을 통해 5년 뒤인 2027년에 비통신사업 매출 비중

을 40%까지 확대하고, 기업가치도 12조 원으로 키운다는 목표를 제시했다.

황 사장은 “과거 텔레콤-데이터-콘텐츠가 각각 유무선 사업을 전개하던 시기를 ‘1.0’, 3사 합병 후 LTE와 5G를 기반으로 통신사 선도 이미지를 구축하고 한단계 도약한 시기를 ‘2.0’으로 볼 수 있다”며 “이제 전통적인 통신 사업영역을 넘어 데이터와 기술기반으로 고객 중심 플랫폼과 서비스를 만들어 미래 성장동력을 발굴하는 ‘U+3.0’ 시대를 열어가자 한다”고 말했다.

김명근 기자