



롯데제과, 잔망루피 협업 한정판 딸기맛 빙과 출시

롯데제과가 캐릭터 잔망루피와 협업한 한정판 딸기맛 빙과를 선보였다. 해당 제품은 옥동자 딸기, 티코 딸기, 찹떡아이스 하트딸기, 셀렉션 더싱글딸기 등이다. 딸기와 잘 어울리는 핑크 색상과 잔망루피 캐릭터를 넣어 완성했다. 옥동자 딸기와 티코 딸기는 초코맛과 딸기맛의 조화가 돋보인다. 찹떡아이스 하트딸기와 셀렉션 더싱글딸기는 딸기맛에 초점을 맞췄다.

CJ, 디지털 혁신 박차



CJ그룹이 '디지털 혁신'에 시동을 걸고 있다. '성향맞춤 AI 카피라이터'를 활용해 카피 문구를 제작하고 있는 CJ 마케터들(왼쪽)과 최근 서울 코엑스에서 열린 '2023 스마트팩토리·자동화 산업전'의 CJ올리브네트웍스 부스.



사진제공 | CJ

“성향 맞춤 AI카피라이터…스마트 물류까지”

자체 개발한 'AI 카피라이터' 도입
고객들에 맞춤 마케팅 문구 '적척'
직원들 효율적 업무 가능...성과 향상
로봇 등 활용 물류 디지털 전환 추진

CJ그룹이 '디지털 전환'에 박차를 가하고 있다. 이재현 CJ 회장이 '2023 중기비전'에서 강조한 사항으로, 미래형 혁신기술 및 AI(인공지능)와 빅데이터 등 초격차 역량 확보를 통한 미래혁신성장 추구가 핵심이다.

먼저 CJ AI센터에서 자체 개발한 '성향맞춤 AI 카피라이터'를 실제 업무에 도입한다. 기본적인 프로모션 정보만 입력하면 마케팅 캠페인에서 사용할 카피 문구를 자동으로 생성해 고객의 성향에 최적화된 문구를 만들어낸다. 이상적·감정적 성향의 고객에 대해선 대화체와 비유적 표현 방식의 문구를, 현실적·이성적 성향의 고객에 대해선 제품의 효과와 계량화된 정보를 부각한 문구를 제안하는 식이다. 마케터들은 이를 다양하게

조합 또는 변형해 엠 푸시, 이메일 제목 등에 활용할 수 있다.

이를 통해 관련 업무시간을 줄여 보다 창의적인 일에 활용하는 등 효율적인 업무 물입이 가능해지고, 실질적인 성과까지 향상시킬 수 있을 것으로 기대하고 있다. CJ AI센터 측은 “개발 단계에서 5만 명의 고객을 대상으로 실제 마케팅 프로모션에 투입되는 반응물을 테스트한 결과, 성향맞춤 AI 카피라이터를 활용했을 때 고객 반응이 평균 30% 상승한 것으로 나타났다”고 했다.

푸드, 뷰티, 패션, 엔터테인먼트 등 다양한 카테고리의 빅데이터 학습과 추가적인 고객 성향 분석, 사용자 피드백을 반영한 자동 학습을 통해 서비스 고도화를 추진한다. 또 엠 푸시, 모바일 메시지, 이메일 등 다양한 마케팅 채널별로 기능을 세분화하고, 글로벌 마케팅에 활용할 수 있도록 외국어도 단계적으로 적용할 계획이다.

이치훈 CJ CDO(최고디지털책임자) 겸 AI센터장은 “CJ는 쇼핑, 물류, 문화 콘텐츠 등 다양한 사업영역에서 수많은 경험과 취향이 반영된 빅데이터를 보유

하고 있으며, 이를 활용해 보다 스마트한 AI 활용 모델을 구축할 것”이라며 “실제 업무에서 보다 효율적으로 AI 기술을 활용할 수 있도록 임직원 대상 교육도 확대할 예정”이라고 밝혔다.

●계열사 움직임도 활발

디지털 혁신을 향한 계열사들의 움직임도 활발하다. CJ올리브네트웍스는 최근 서울 코엑스에서 열린 '2023 스마트팩토리·자동화 산업전'에서 스마트 팩토리 및 물류 솔루션을 선보였다.

제조 현장에서의 최적 운영을 위한 스마트팩토리 솔루션, 스마트 통합 물류 솔루션 및 자동화 설비, AI 예지보전·AI 비전 검사 솔루션 등을 전시했다. 이를 통해 관람객은 물류창고에서 로봇이 제품을 운송하고 AI 비전 기술로 제품의 정보를 정확히 인식한 뒤, 컨베이어 벨트로 최종 운반 지점까지 자동화로 구현되는 미래형 산업 현장을 체험했다. CJ올리브네트웍스 측은 “제조·물류 산업의 변화와 트렌드를 반영한 혁신적인 솔루션으로 지속 고도화할 계획”이라고 했다.

CJ대한통운은 16일 빅데이터 플랫폼 기업 아이지에이웍스와 '데이터 협력관계 구축' 업무협약을 맺었다. 이번 협약을 통해 양사는 보유 빅데이터를 결합하고 고도화해 데이터 가치를 높일 계획이다. 고도화한 데이터를 기반으로 혁신 기술 기업으로 성장한다는 방침이다.

구체적으로 CJ대한통운의 택배 빅데이터와 아이지에이웍스의 소비자 프로파일 등 외부 데이터를 결합한다. 아이지에이웍스가 보유한 개별 브랜드 정보와 머신러닝 기반 AI엔진을 활용해 물류 기반 빅데이터의 분류 체계를 강화한다. 택배송장 기반 데이터 분류기준을 기존 3단계 200여개에서 4단계 8000여개까지 세분화해 데이터의 품질 고도화를 추진한다.

신영수 CJ대한통운 택배·e커머스부문 대표는 “디지털 전환과 빅데이터 활용이 미래 물류 변화의 핵심으로 떠오르고 있다”며 “로봇, 인공지능, 빅데이터 등 첨단 기술을 적극 도입해 물류의 디지털 혁신성장에 앞장서겠다”고 했다.

정정국 기자 jjay@donga.com



코웨이만의 필터 기술이 집약된 '에어클린항균 필터시스템' (왼쪽)과 '에어매칭 필터'.

사진제공 | 코웨이

코웨이의 '독보적' 공기청정기 필터 뛰어난 청정 성능...맞춤 관리까지

'에어클린항균', 극초미세먼지 99.999% 제거

최근 미세먼지 주의보가 발령되는 날이 잦아졌다. 여기에 봄철 황사까지 겹치면서 실내 공기 관리를 위해 공기청정기를 찾는 소비자들 사이가 늘고 있다. 공기청정기 핵심 기능을 담당하는 것이 바로 필터다. 필터는 제품에 따라 성능 차이가 있는 만큼 꼼꼼하게 따져보고 사용하는 것이 중요하다.

코웨이는 정수기와 더불어 독보적인 공기청정기 필터 기술력을 보유하고 있다. 코웨이만의 혁신적 필터 기술이 집약된 '에어클린항균 필터시스템'과 '에어매칭 필터'가 대표적이다. 노블 공기청정기에 적용된 에어클린항균 필터시스템은 특허 받은 4D 입체필터 구조로 4면에 단계별 필터를 장착해 보다 뛰어난 청정 성능을 자랑한다. 특히 코웨이 에어클린항균 필터시스템은 머리카락 굵기의 1/100인 0.01마이크로미터 크기의 극초미세먼지를 99.999% 제거할 뿐만 아니라 필터 내에 세균, 곰팡이 증식 억제 기능을 적용해 공기 중 부유세균과 바이러스까지 감소시킨다.

에어매칭 필터는 생활환경과 라이프스타일에 맞춰 실내 공기 관리가 가능한 고객 맞춤형 제품이다. 알러겐필터, 이종탈취필터, 미세먼지집중필터, 헤파필터, 매연필터, 새집필터 등 6가지로 집안 공기 관리에 맞춰 선택해 사용할 수 있다.

코웨이 관계자는 “코웨이는 30년 공기청정기 사업 노하우와 필터 기술력을 바탕으로 국내뿐만 아니라 해외 시장에서도 우수성을 인정받고 있다”며 “앞으로도 공기 청정 필터 및 실내 공기질에 대한 선행 연구를 바탕으로 공기청정기 시장을 지속 선도해 나갈 계획이다”고 말했다.

김명근 기자 dionys@donga.com

강원랜드, 자체 제작 슬롯머신 추가 해외 수출



강원랜드는 14일 필리핀 현지 사무소를 통해 두원그룹과 자체제작한 슬롯머신 KLS사베리(사진) 판매 계약을 체결했다. 1월 첫 해외판매에 이은

두 번째 남보다. 이번 계약 체결로 강원랜드는 필리핀 마닐라 소재 헤리티지 카지노에 KLS사베리 슬롯머신 30대를 공급한다. KLS사베리는 1월 동남아 슬롯머신 유통사인 RGB와의 계약을 통해 필리핀 소재 카지노에 35대를 첫 공급했다. 강원랜드는 올해 필리핀 사무소 개소와 함께 동남아시아 시장 공략을 위한 공격적인 마케팅으로 140여 대 판매를 목표로 하고 있다.

동서식품, 오너 2세 김석수 회장 복귀...김광수 신임 대표 선임

김석수 회장, 최근 금탑산업훈장 수상
김광수 대표, 브랜드 마케팅 성공 이끌어

동서그룹 오너가 2세인 김석수(69) 감사가 5년 만에 동서식품 회장으로 복귀하고, 김광수(64) 마케팅 총괄 부사장이 동서식품 신임 대표이사 사장이 됐다. 동서식품은 16일 주주총회와 이사회를



김석수 회장 김광수 대표

열고 김석수 회장 선임 안건을 의결했다. 1954년생인 김 회장은 동서그룹

창업주인 김재명 명예회장의 차남으로, 2008년 회장에 올랐다가 2018년 물러나

감사를 맡아왔다.

10년 만에 대표이사도 교체했다. 1959년생인 김광수 신임 대표는 1985년 입사해 2008년 베버리지 마케팅 이사, 2020년 마케팅 총괄 부사장 등을 거치며 동서식품에서만 40년 가까이 근무한 마케팅 전문가다. 주력 브랜드인 맥심과 카누 등의 광고를 성공적으로 이끌었다는 평가를 받는다.

한편 김 회장은 최근 서울 중구 대한상

공회의소에서 열린 제50회 상공의 날 기념식에서 금탑산업훈장을 수상했다. 김 회장은 국내 최초로 인스턴트 커피를 생산하고 선진국 수준으로 기술을 개발해 국내 커피 시장의 성장을 선도하는 등 식품산업의 발전에 기여했고, 꾸준히 사회공헌 활동을 전개해온 공로를 인정받았다.

김 회장은 “상공의 날 금탑산업훈장 수상은 소비자가 보내준 신뢰와 사랑, 임직원의 수고 덕분”이라며 “앞으로 더 좋은 제품으로 소비자의 성원에 보답하겠다”고 했다.

정정국 기자

농심, 농정원과 '청년수미 프로그램' MOU 체결

청년농부 감자 농사 전폭적 지원

농심이 17일 서울 양재동 소재 귀농귀촌 종합센터에서 농림축산식품부 산하 농림수산식품교육문화정보원(이하 농정원)과 '2023년 청년수미 프로그램 MOU 체결식'을 열었다.

올해로 3년째를 맞은 청년수미는 귀농

청년의 안정적인 정착을 위해 추진한 민관 협력의 지원 프로그램이다. 농심은 청년수미 프로그램을 통해 매년 10명의 청년 농부를 선정하고, 멘토·멘티 활동을 통해 감자 농사 전 과정에 걸쳐 전폭적인 지원을 하고 있다.

사전 계약으로 선급금을 지급해 안정적인 영농활동을 펼치도록 하며, 씨감자



김보규 농심 경영기획실장(오른쪽)과 변동주 농정원 총괄본부장.

사진제공 | 농심

보관과 관리법은 물론 파종 시 현장 점검을 하는 등 영농 관리교육을 진행한다. 청년농부가 수확한 감자를 구매해 자사 제품인 수미칩과 포테토칩 생산에 사용한다.

회사는 “청년수미를 통해 귀농 청년은 감자 농사 노하우를 얻고, 농심은 고품질의 감자를 안정적으로 공급받을 수 있다”며 “앞으로도 농가와 기업이 서로 윈윈할 수 있는 다양한 사회적 활동을 꾸준히 진행할 것”이라고 했다.

정정국 기자

'서울페스타' 외래관광객 유치시 인센티브

서울관광재단은 4월 30일부터 5월 7일까지 열리는 '서울페스타 2023' 외래관광객을 유치한 여행사에 인센티브를 지급한다. 서울페스타 연계 관광상품을 판매해 50명 이상의 외래관광객을 유치한 여행사에 1인당 2만 원의 인센티브를, 최대 500만 원까지 지급한다. 인센티브 신청을 위해서는 서울페스타의 주요 행사를 포함한 관광상품을 판매해야 한다. 4월 30일부터 5월 3일까지는 개막식과 평화문광장 행사 일정을 포함해야 한다. 5월 4일부터 7일까지 운영하는 상품은 평화문광장 행사 또는 서울 브릿지-맛-꽃-돌 중 1개 이상을 포함해야 한다.

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com