



신세계백화점 센텀시티점 생활전문관 전경.

/신세계백화점

대규모 리빙페어 두 달 앞당겨 개최

신세계백화점 '프리미엄 리빙 페어' 생활관련용품 최대 50% 할인

신세계백화점이 두 달 앞당겨 대규모 리빙페어를 개최한다.

신세계백화점은 오는 12일 신세계백화점 본점, 강남점, 센텀시티점 등 7개 점에서 '프리미엄 리빙 페어'를 열고 최대 50% 할인가를 앞세워 가전, 결혼·신학기 가구 수요 선점에 나선다고 10일 밝혔다. 그 이유는 매년 1월, 생활 장르 매출이 증가하고 있기 때문이다.

1월에는 새해 신상품을 가장 빨리 만나볼 수 있는 동시에 이월상품, 세일상품 등을 한꺼번에 둘러볼 수 있다. 이에 혼수를 준비하는 신혼부부와 이사를 준비하는 가족, 방학을 맞이해 아이들 방을 꾸며주고 싶은 부모들까지 백화점을 찾는다고 신세계측은 설명했다.

특히 올해는 다음달로 성큼 다가온 동계스포츠 축제로 가전 수요도 늘어날 것

으로 예상하고 있다. 실제 지난 2014년 동계스포츠 대회와 세계축구대회, 2016년 하계스포츠 대회 직전 한 달간의 가전 장르 매출을 살펴본 결과 TV, 사운드바, 미니빔 등의 수요 증가로 디지털 가전 장르의 매출이 상승했다.

올해 역시 2월 국내 동계 스포츠 대회로 대형가전 매출 실적이 기대되고 있어 생활·가전 행사를 함께 진행해 고객수요를 선점한다는 계획이다.

우선 동계 스포츠 대회를 기념, 삼성과 LG전자의 응원 프로모션을 준비했다.

삼성전자는 12일부터 21일까지 신세계백화점에서 대형가전 행사상품 두 품목 이상 구매 시 200만원 이상 구매고객에게는 2%, 500만원 이상 구매 고객에게는 4% 추가할인을 진행한다.

LG전자에서는 기간 중 울트라 HD TV 구매 고객에게 UHD 수신 안테나를 증정하며 행사모델 구매 금액에 따라 최대 3% 상당의 모바일 상품권을 증정한다.

/김유진 기자

CJ제일제당, 美 공장에 5000만불 투자

글로벌 사료용 아미노산 사업 강화

'쓰레오닌' 신규 생산라인 구축 美 내수시장 점유율 확대 나서

CJ제일제당이 글로벌 사료용 아미노산 사업 강화에 나섰다.

CJ제일제당은 미국 아이오와(Iowa) 공장에 총 5000만불(약 535억원)을 투자해 사료용 아미노산 '쓰레오닌'의 신규 생산라인을 구축한다고 10일 밝혔다.

올해 2분기 착공에 들어가 내년 중반부터 2만t 규모의 쓰레오닌을 본격 생산한다. CJ제일제당은 지난 2014년 미국 아이오와주에 10만t 규모의 라이신 공장을 건설한 바 있다.

전세계 쓰레오닌 시장은 1조원 규모로, 북미시장은 이중 20% 비중을 차지하고 있다. 유럽(3000억원)과 중국(2000억원)에 이어 세계 3대 쓰레오닌 시장으로 꼽히지만 CJ제일제당에겐 아직까지 미개척지였다. 아지노모토(일본)와 ADM(미국), 푸펑(중국) 3사가 미국 쓰레오닌 시장 점유율의 80% 정도를 차지하고 있다.

CJ제일제당은 그동안 중국 심양 공장에서 생산한 물량을 미국에 수출·판매하는데 그쳐 점유율이 미미했다. 이번 생산라인 구축으로 미국 내수시장을 집중 공략해 시장 지위를 확대한다는 계획이다. 이를 통해 2021년에는 시장점유율 20% 수준까지 끌어올려 아지노모토와 CJ제



CJ제일제당 미국 아이오와 바이오공장.

일제당 2강 체제로 시장을 재편한다는 방침이다.

쓰레오닌은 동물 사료에 들어가는 필수 아미노산 일종이다. 가족의 경우 곡물 사료만으로 필수 아미노산을 충분히 공급받기 어렵다. 사료용 아미노산을 첨가해 체(體)내 필수 아미노산 균형을 맞추도록 하고 있다. 사료용 아미노산으로 영양소 과부족을 최소화하고 소화효율을 높여 적정 수준 사용시 사료 효율도 개선할 수 있다.

하봉수 CJ제일제당 바이오사업본부장은 "글로벌 사료용 아미노산 시장에서 독보적 1위를 달성하기 위해 쓰레오닌 사업 강화에 나서게 됐다"며 "공격적인

영업·마케팅 활동을 통해 미국 내수시장을 공략해 단기간에 시장지위를 끌어올릴 수 있도록 노력할 것"이라고 밝혔다.

한편 CJ제일제당은 후발주자로 출발해 세계 유수의 바이오 기업들이 수십 년간 쌓아온 기술을 단숨에 추격해 독보적인 글로벌 바이오 기업으로 발돋움했다. 지난 2015년에는 세계 최초로 친환경 바이오 발효공법으로 '5대 사료용 아미노산' 체제를 구축한 기업으로 등극했다. 선제적·공격적 투자를 통해 차별화된 기술경쟁력을 확보하고 글로벌 영토확장에 주력하며 라이신과 트립토판, 발린 시장에서 글로벌 1위로 올라섰다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

KGC인삼공사 '정관장 케어나우' 앱 론칭

KGC인삼공사가 헬스케어 서비스 앱인 '정관장 케어나우'를 론칭했다고 10일 밝혔다. '정관장 케어나우'는 사용자의 라이프 사이클을 파악하여 가장 쉬운 방법으로 꼭 맞는 정보를 챙겨주는 서비스를 제공한다.

앱 설치 후 7대 관심사(자녀성장, 갱년기관리, 피부관리, 기초체력강화, 스트레스 관리, 노화방지, 비만관리 정보)를 설정하면 관심사에 따른 푸시 알림 서비스를 제공받을 수 있으며, 푸시 응답을 통해 더욱 정확한 맞춤형 서비스가 가능해진다. 이는 앱의 가장 큰 강점이다.

만보기, 수면관리, 수분섭취 등 고객 맞춤 푸시 알림을 받고 건강 관리 활동에 참여하면, '정관장' 제품 구매 시 사용 가능한 마일리지 및 쿠폰을 제공받을 수 있

어 앱의 실용성을 더했다.

KGC인삼공사는 2월 18일까지 앱 론칭을 기념한 이벤트도 진행한다. 앱을 다운 받아 로그인 하면 정관장 제품 구매 시 사용 가능한 포인트를 지급받을 수 있다. 또한 앱을 사용하여 건강 관리 과정에 참여한 고객 중 추첨을 통해 안마의자, 종합 건강 검진권, 정관장 알파프로젝트 제품 등 다양한 경품을 증정한다.

/박인용 기자



롯데칠성음료 게토레이 'KBL 올스타전' 후원

롯데칠성음료가 'KBL 올스타전'에 스폰서로 게토레이를 후원한다고 10일 밝혔다.

롯데칠성음료는 오는 13~14일 이틀간 잠실학생체육관에서 열리는 2017-18시즌 KBL 올스타전을 후원하고, '게토레이 3점슛 콘테스트' 등 이벤트를 진행한다.

13일에는 농구팬을 위한 이벤트가 개최된다. 각 팀을 대표하는 총 10명의 농구 스타들이 참가해 3점슛 최강자를 가리는 '게토레이 3점슛 콘테스트 예선'과 대학 농구연맹 12개 대학을 대표하는 출신대학 선수들이 올스타팀을 이뤄 우승을 가리는 '3X3 농구 토너먼트'가 진행된다.

14일에는 올스타 팬투표로 선정된 총 24명의 선수가 '오세근 매직팀'과 '이정현 드림팀'으로 나뉘어 경기를 펼치고, 전일 게토레이 3점슛 콘테스트 예선을 통과한 4명의 선수가 참여해 결선을 치러 KBL 최고의 슈터를 가린다.

롯데칠성음료는 14일 KBL 올스타전 활성화와 게토레이 브랜드 이슈화를 위해 60석의 특별석을 만들어 해당 좌석을 선정한 농구팬에서 게토레이, 수건, 볼



통 등 선물 패키지를 증정하는 '게토레이존'을 진행한다. 열띤 응원을 한 농구팬을 위한 이벤트인 '응원 타임'과 팀 별 첫 골을 넣은 선수를 맞추는 '첫 골을 잡아라'에서도 각각 50명, 10명을 선정해 게토레이 선물 패키지를 전달할 계획이다.

롯데칠성음료는 '게토레이'를 알리며 정규리그에서도 다양한 이벤트를 펼치고 있다. 경기마다 선수 및 농구팬과 호흡하며 게토레이 브랜드 노출 확대와 적극적인 응원을 유도하는 '게토레이걸'과 참여 이벤트 '응원 타임', '첫 골을 잡아라'를 운영한다. 라운드마다 인기 치어리더팀을 선정해 해당 구단 연고지의 복지단체를 경기에 초청하는 '사회공헌활동'과 정규 리그 종료 후 KBL 시상식과 연계한 '게토레이 인기상', '게토레이 치어리더팀상'도 진행한다.

/박인용 기자

편의점업계, 최저임금 인상에 줄폐점

인건비 부담에 개점 점포 줄어 고용·영업시간 축소 등 '빨간불'

올해부터 16.4%나 인상된 최저임금 부담에 편의점업계가 비상에 걸렸다. 최근 몇년 새 1인가구의 시대가 도래하면서 편의점 점포수가 지속적으로 급증하다 결국 인건비 부담에 개점 점포가 줄었고 폐점 점포는 늘었다.

10일 업계에 따르면 지난해 12월 기준 CU, GS25, 세븐일레븐 등 국내 편의점 업체 빅3의 전월 대비 점포 순증 규모는 83개에 그친 것으로 집계됐다. CU는 44개, GS25는 25개, 세븐일레븐은 14개 순증했다. 순증은 개점 점포 수에서 폐점 점포 수를 뺀 값이다.

편의점 점포의 전월, 전년 대비 순증 값을 감안해보면 크게 줄었다는 분석이다.

대표적으로 CU의 2017년 12월 말 기준 점포수는 1만2503개로 2016년 12



서울 강남의 한 편의점.

/연합뉴스

월 말(1만857점)보다 1646개나 늘었다. 또 2017년 11월 기준으로 3사의 전월 대비 순증 규모를 살펴보면 CU가 100개, GS25가 95개, 세븐일레븐이 22개다.

편의점 점포가 이전만큼 늘지 않는 이유는 올해부터 상승된 최저임금이 한 몫 한다.

2018년 시간당 최저임금은 7530원으로 지난해(6470원)보다 16.4%나 인상됐다.

이에 편의점을 운영하는 가맹점주

들은 아르바이트생 고용 시간을 줄이고 가맹점주가 직접 일하는 시간을 늘리거나 심야영업을 중단하는 방법 등을 동원하고 있다. 2개 이상의 점포를 운영하는 다점포 점주들은 점포를 줄이기도 했다.

업계 관계자는 "최저임금 적용이 시행된 지 약 열흘이 지난 시점이라 아직까지는 상황을 더 지켜봐야한다"며 "최저임금이 적용된 인건비 정산 등이 있고 나서부터는 변화가 감지될 수 있을 것"이라고 설명했다.

24시간 영업을 포기하겠다는 분위기도 감지된다.

또 다른 업계 관계자는 "심야 매출이 보장되는 점포의 가맹점주들은 인건비 부담을 안고서라도 심야 영업을 하겠다는 입장이다"라면서도 "반면 심야 영업을 부담스러운 일부 가맹점주의 경우 분사측에 영업시간을 줄이겠다는 요청을 하기도 했다"고 말했다.

/김유진 기자 ujim6326@

티몬, 지난해 4분기 매출 45% 성장

슈퍼마켓·항공권 서비스 급성장

티몬이 지난해 4분기 전년 대비 45% 이상 성장하는 성과를 기록했다. 이는 여행상품 거래액이 증가했기 때문이다.

티몬은 2017년 4분기에 슈퍼마켓 매출 84%, 투어 자유여행 플랫폼 거래액 120%가 각각 상승하며 전체 매출이 전년 보다 45% 이상 올랐다고 10일 밝혔다.

가장 크게 성장한 사업부문은 온라인 최저가 생필품 전문몰인 '슈퍼마켓'다. 소포장 묶음 판매, 당일 예약 배송 등으로 고객 편의성이 높아지면서 지난 4분기 슈퍼마켓 매출은 전년 동기 대비 84% 증가했다.



연내 성장률도 급상승했다. 지난해 1월 시작한 신선식품 당일 배송의 고객 만족도가 높아지면서 지난해 1월 대비 12월 매출이 108% 증가해 2배 이상 이상 뛰었다.

티몬은 올해 건강식품, 수입식품 등 고성장이 예상되는 카테고리를 중심으로 상품을 확장하고 전담 배송 서비스를 고도화하면 연 매출 4000억원대 이상 성장도 가능할 것으로 자신하고 있다.

"자유여행 항공권" 예약 서비스도 4분기 성장을 견인했다.

티몬은 15개 여행사와 제휴해 국내에

서 가장 많은 항공권 운임을 간편하게 비교해 최저가 수준의 항공권을 찾을 수 있는 서비스를 운영하고 있다.

서비스 완성도가 높아지면서 자유여행 항공권 예약률과 거래액도 증가했다. 지난 4분기 자유여행 항공권 예약자수는 31만명을 기록했으며 자유여행 항공권 서비스의 월평균 거래액은 2016년 대비 120% 상승했다.

또 티몬은 지난해 200여개의 달에서 하루 1억원 이상 매출을 올렸다. 특히 하루 1억원 이상 매출을 올린 달의 50%가 4분기에 발생했다.

유한익 티몬 대표(사진)는 "티몬은 중장기적으로 필요한 사업포트폴리오를 균형 있게 성장시키면서 기존 사업에서도 실적 개선을 이어나가고 있다"고 말했다.

/김유진 기자 ujim6326@