

“中 온라인 유통망 넓혀라”... 코오롱FnC-징동 ‘맞손’

(中 온라인쇼핑몰)

전략적 파트너십 맺고 공략 본격화
럭키슈에프 입점·성장 지원 나서

코오롱이 중국 온라인 시장 공략을 본격화한다.

코오롱인더스트리FnC부문(이하 코오롱FnC)가 중국의 징동닷컴을 운영하는 '징동 북경 무역회사(이하 징동)'과 전략적 파트너십을 체결하면서 본격적인 중국 온라인 유통망을 공략한다고 14일 밝혔다.

이를 위해 코오롱FnC는 지난 8일 베이징 징동 본사에서 징동과 전략적 협력 양해각서(MOU)를 맺었다.

현재 중국 유통업계는 모바일을 중심으로 빠르게 재편되고 있다. 중국의 온라인 패션 시장은 이미 200조원 규모를 넘어섰고, 매년 40% 이상의 성장률을 보이고 있다. 그러나 실제 백화점과 같은 오프라인 매장 중심의 전략에서는 성장 속도에 한계를 보이고 있다.

코오롱FnC는 중국 시장의 변화에 빠

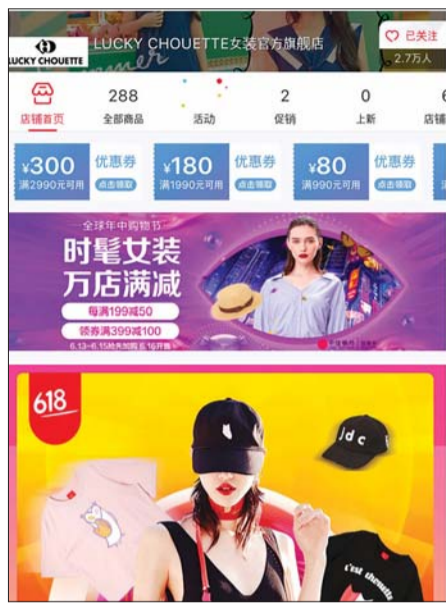


징동 후성리 수석 부회장(오른쪽)과 코오롱인더스트리FnC부문 유통인 총괄부사장.

르게 대응하기 위해 징동을 파트너로 선택, 전략적 협업을 통해 중국 사업을 지속적으로 확장한다는 계획이다.

이번 MOU를 통해 양사는 두 개 영역에서 협력을 도모한다.

먼저 코오롱FnC는 영 캐릭터 캐주얼



코오롱FnC·징동닷컴 모바일의 럭키슈에프 페이지 이미지.

럭키슈에프를 필두로, 코오롱FnC의 브랜드를 차례로 징동닷컴에 입점시키고, 징동은 코오롱FnC의 브랜드들이 징동을 통해 성장할 수 있도록 지원한다.

럭키슈에프는 국내 브랜드 중에서도 브랜드 아이덴티티가 강한 영 캐릭터 캐



/코오롱FnC

주얼로, 브랜드 개성을 중요하게 생각하는 중국 고객들에게 적합하다는 판단이다. 또한, 한류 연예인들이 즐겨 입는 브랜드로 인지도를 쌓고 있으며, 럭키슈에프의 모델인 설리를 통해 더욱 입지를 끌어올릴 예정이다.

또 코오롱 FnC는 국내 디자이너 브랜드 및 인디 브랜드가 징동닷컴에 진출할 수 있도록 교두보 역할을 할 예정이다. 징동닷컴 플랫폼에 대한 운영 노하우를 쌓아 국내 브랜드 중 중국 시장에 적합한 패션 브랜드를 발굴, 징동닷컴 입점을 목표로 하며, 중국 온라인 내 브랜드링은 물론, 단기간 매출 성장을 유도할 수 있는 역할 또한 징동닷컴과 긴밀히 논의 중에 있다.

코오롱인더스트리FnC측은 “코오롱FnC는 지속적으로 글로벌 패션 시장에 대한 문을 두드려왔다. 현재, 급변하는 중국 신유통에서 온라인 패션 시장은 효율적으로 중국 시장에 안착할 수 있는 키(KEY)가 될 수 있다는 점에서 매력적이다.

코오롱FnC는 이번 징동과의 파트너십을 통해 FnC내 다양한 브랜드를 중국에 진출시켜 긍정적인 결과를 내는 것은 물론, 중국에서 K패션의 대명사가 될 것을 기대하고 있다”고 전했다.

/김민서 기자 min0812@metrosooul.co.kr

“손바닥으로 결제한다”... ‘핸드페이’ 도입

롯데하이마트

국내 가전유통업계 최초 서비스
정맥으로 결제하는 생체인증 방식



롯데하이마트가 국내 가전유통업계 최초로 ‘핸드페이’ 서비스 도입한다고 14일 밝혔다./롯데하이마트

롯데하이마트가 국내 가전유통업계 최초로 롯데카드 ‘핸드페이(Hand Pay)’ 서비스를 도입한다고 14일 밝혔다.

‘핸드페이’ 서비스는 롯데카드 회원이면 누구나 이용 가능하다. 롯데하이마트 대리점과 전국 55개 롯데카드센터에 방문해 정맥정보만 등록하면 하이마트 대리점을 비롯한 모든 ‘핸드페이’ 가맹점에서 바로 사용할 수 있다.

‘핸드페이’ 서비스는 이용자의 손바닥 정맥 정보를 사전에 등록한 뒤 손바닥을 전용 단말기에 가까이 대는 것으로, 정맥정보를 식별해 결제하는 생체인증 결제방식이다. 손바닥 정맥에 흐르는 혈관 속 헤모글로빈 성분을 패턴으로 저장해 2~3중으로 암호화해 활용한다.

특히 사람마다 정맥의 혈관 굵기나 모양, 선명도 등 정보가 다른 만큼, 손

가락 지문 정보로 인식하는 방식보다 약 100배 정확하다는 것이 특징이다. 또한 정맥정보를 디지털 정보로 변환, 암호화해 금융결제원의 바이오정보 분산관리센터와 롯데카드에 분산 저장하기 때문에 개인정보 도용이나 해킹 위험도 적다. 아울러 신용카드 또는 간편결제를 등록한 휴대폰을 사용하지 않고, 손바닥을 전용 단말기에 가까이 대

는 것만으로 결제가 돼 편리하다.

롯데하이마트 박경석 IT기획팀장은 “올해 4월 오프라인 매장에 음파결제 기술을 도입한 데 이어 이번에 정맥결제 기술을 도입했다”며 “앞으로도 롯데하이마트는 생체정보를 활용한 간편결제 등 신기술 활용범위를 확대해 안전하고 편리한 쇼핑환경을 조성해 나갈 것”이라고 말했다.

/김민서 기자

SPC삼립, 그릭슈바인 2공장 110억 투자... HMR 강화

(가정간편식)

그릭슈바인 공장 증설로 카테고리 확대

SPC삼립 육가공 브랜드 ‘그릭슈바인’이 가정간편식(HMR) 사업 강화에 나선다.

‘그릭슈바인’은 가정간편식 카테고리를 확대한다고 14일 밝혔다.

이번에 선보이는 ‘미트류’ 신제품은 ‘그릭슈바인 비프 함박스테이크’와 ‘그릭슈바인미프 미트볼’ 등 2종(사진)이다.

‘비프 함박스테이크’는 청정 호수산 쇠고기와 국내산 돼지고기를 황금비율로 배합해 진한 육즙을 느낄 수 있으며 데미그라스 소스를 넣어 감칠맛을 더했다. ‘미프 미트볼’은 큼직한 미트볼에 토마토와 양파를 갈아 만든 소스를 곁들여 새콤



달콤한 풍미가 특징이다. 별도의 조리 없이 전자레인지에 데워먹을 수 있어 반찬이나 간단한 맥주 안주로 손색이 없다.

각 제품은 3개씩 날개 포장되어 있으며, ‘이지 오픈’ 포장 처리 방식을 적용해 손쉽게 개봉 가능하다. 권장소비자 가격은 7990원으로 전국 홈플러스에서 구입할 수 있으며, 신제품 출시 기념으로 7월 13일까지 4990원 할인 행사를 진행한다.

/박인용 기자 parkiu7854@

한편 SPC삼립은 냉동 제품 생산라인 확보를 위해 충남 서천에 위치한 그릭슈바인 제2공장 증설 투자에 110억 가량을 투입하기로 했다고 지난 11일 공시했다.

이번 증설로 그릭슈바인 공장은 신규 냉동 설비를 갖춰 패티류, 튀김류 등의 냉동 육가공 제품을 연간 3000t 규모로 생산할 수 있게 된다. 공사는 2019년 초 완공 예정이다.

SPC삼립 관계자는 “그릭슈바인 공장 증설을 통해 냉동 제품 카테고리를 확대해 육가공 사업 매출을 2022년까지 1100억 달성할 계획”이라며 “HMR 시장 공략에 박차를 가해 글로벌 종합식품회사로서의 입지를 더욱 강화하겠다”고 밝혔다.

세븐일레븐-배달의민족 ‘킵커피’ 2종 출시

O2O 기반 차별화 PB상품 판매

편의점 세븐일레븐은 ‘배달의민족’과 협업해 이색 컵커피 ‘주문하신 아메리카노/카페라떼’ (사진)를 출시했다고 14일 밝혔다.

세븐일레븐은 지난해 11월 배달 앱(APP) ‘배달의민족’을 운영하는 우아한형제들과 함께 O2O 기반의 차별화 상품 및 서비스 개발을 위한 상호 업무협약을 체결했다. 이후 세븐일레븐은 우아한형제들과 함께 유음료, 스낵, 비식품류 등



전반적인 카테고리에서 배달의 민족 문구와 디자인을 활용한 차별화 PB상품들을 지속적으로 선보이고 있다.

/김민서 기자

코카콜라, 조지아 고티카 콜드브루 신제품 선보

‘스위트 아메리카노’... 라인업 강화

코카콜라가 콜드브루 신제품 ‘조지아 고티카 콜드브루 스위트 아메리카노’ (사진)를 출시했다고 14일 밝혔다. 조지아 고티카는 기존 콜드브루 제품인 ‘조지아

고티카 콜드브루 아메리카노’, ‘조지아 고티카 콜드브루 카페라떼’에 이어 이번에 스위트 아메리카노 신제품을 출시하며 소비자 선택의 폭을 넓혔다.



/박인용 기자

디저트카페 ‘밀크홀 1937’ 종로점 오픈

서울유유, 유제품 중심 디저트 판매

서울유유협동조합이 유제품 전문 디저트 카페 ‘밀크홀 1937’ 종로점을 오픈한다고 14일 밝혔다.

15일 문을 여는 ‘밀크홀 1937’ 종로점은 5층 규모로 유제품을 중심으로 아이스크림, 커피, 베이커리 등 다양한 디저트 제품을 판매한다.

‘밀크홀 1937’ 종로점은 트렌디하고 모던한 카페 분위기로 연출되며 일부 공간을 할애해 서울유유 전시관을 마련하고 우유 현상화한 아이템을 비치하는 등 서울유유와 유제품 전문 디저트 카페의 색깔을 표현했다. 또한 바쁜 직장인과 학생들이 많은 종로 상권 특성에 맞추어 5층 커뮤니티 공간과 4층 컨퍼런스룸을 1인 1메뉴 주문 시 예약 사용 가능하도록 할 방침이며 이외에도 다양한 서비스를 준비



서울유유협동조합이 유제품 전문카페 ‘밀크홀 1937’ 종로점을 오픈한다. /서울유유협동조합

하고 있다.

‘밀크홀 1937’ 종로점은 유제품 전문 디저트 카페답게 서초점 테스트 매장에서 좋은 반응을 얻은 밀크티 4종(오리지널·라이트·스트로베리·말차)에 청량감이 돋보이는 민트레몬 밀크티가 추가되며, 종로점에서만 맛볼 수 있는 히든 메뉴 ‘블랙그레인 아이스크림’도 출시한다. /박인용 기자