

# 채형석의 애경 '홍대시대' 개막... 뷰티·여행으로 대도약

(애경그룹 총괄부회장)



40여년 만에 신사옥 본사 이전  
“젊고 트렌디한 공간서 도약”  
저가매물 항공사 인수도 검토



채형석 애경그룹 총괄부회장. /애경그룹

애경그룹이 이달 홍대 인근으로 본사를 이전하면서 본격적인 '홍대시대'를 맞는다. 화학을 제외한 AK홀딩스와 애경산업 등 계열사를 한지붕 아래로 불러들이는 이번 사옥 이전은 1976년 구로에 둥지를 튼 이후 40여년 만이다.

1일 산업계에 따르면 애경그룹은 이달 서울 지하철 2호선과 공항철도의 환승역인 홍대입구역 복합역사 내 업무 시설로 입주한다.

현재 건축 중인 그룹 통합 사옥은 연면적 5만3909㎡으로, 복합시설동과 공공업무시설동 등으로 구성됐다.

신사옥에는 AK홀딩스와 애경산업, A

K퀵텍과 AM플러스자산개발, 에이케이아이에스(AKIS) 등 그룹의 핵심 6개사가 총집결한다. 이외에 오는 9월에는 제주항공에서 운영하는 '홀리데이 인 익스프레스 서울 홍대' 호텔이 사옥 옆에 294실 규모로 들어선다.

애경그룹이 홍대입구역사에 신본사를 세운 것은 여행과 쇼핑, 생활 뷰티 등 계열사 간 시너지를 극대화하기 위한 전략



홍대입구역에 건설 중인 애경그룹 복합역사 조감도. /한국철도시설공단

에서다. 제주항공을 타고 온 관광객이 공항철도를 타고 홍대입구역에 내려 호텔까지 바로 들어갈 수 있도록 하는 구상이 담겼다.

이 같은 사례는 일본 등 해외에서는 많지만, 국내에서는 처음 시도됐다.

애경그룹의 본사 이전은 '홍대시대'의 시작이자, '채형석 시대' 개막의 초읽기로도 읽힌다.

애경그룹의 최고경영자이자 본사 이전 전략을 직접 세운 채형석 총괄부회장은 올해 초 신년 임원 워크숍에서 “올해 새로운 '홍대 시대'를 열어 젊고 트렌디한 공간에서 대도약할 것”이라는 포부를 밝힌 바 있다. 화장품과 항공은 애경그룹 대도약의 발판이 될 전망이다.

올해 3월 증시에 상장한 애경산업은 화장품 사업 비중을 확대하면서 중국과

일본 등 해외 시장 공략에 박차를 가하고 있다.

지난해 매출 6289억 원, 영업이익 497억 원으로 역대 최대 실적을 낸 애경산업은 화장품 사업 비중을 43%까지 끌어올렸다. 올해 연간 매출은 7000억 원을 넘을 것으로 전망하고 있는 가운데, 하반기에는 새 브랜드 출시와 중국, 일본 시장 공략을 통해 화장품 사업을 더욱 확대한다.

항공 사업도 확장세다. 제주항공은 올해 매출 1조원 시대를 목표로 하고 있다. 연간 매출은 1조2000억 원, 영업이익은 1200억 원을 목표로 한다.

애경그룹은 시장에 저가매물이 나오면 항공사 인수를 검토해보겠다는 구상도 갖고 있다. 애경 관계자는 “최근 저가항공사가 계속 늘고 있어 시장에 항공사 매물이 나오면 가격을 따져보고 인수를 검토할 수 있다”고 말했다.

한편 애경그룹의 AK퀵텍과 애경화학 등 화학 계열사의 증시 상승은 내년 이후 실적 추이를 보고 추진될 예정이다.

/김민서 기자 min0812@metrosooull.co.kr

## GS25 ATM, 주요은행과 손잡고 고객 '2배'

주요 은행과 손잡은 GS25의 금융자동화기기(ATM) 이용 고객이 2배 증가했다.

GS25는 1일 올해 상반기 ATM(CD) 사용 현황을 분석한 결과, 전년 대비 이용 횟수가 107.8%로 2배 이상 늘어난 것으로 나타났다.

시간대별로는 오전 9시부터 오후 6시까지(영업시간 내) 102.6%, 오후 6시부터 밤 12시까지는 101.2%, 밤 12시부터 새벽 9시까지는 118.4%로, 심야시간 증가율이 가장 높게 나타났다.

이처럼 GS25의 입출금 서비스 이용이 크게 증가한 것은 GS25가 지난해 말부터 신한은행, 우리은행과 손잡고 은행과 동일한 조건으로 입출금이 가능하도록 서비스를 실시함으로써 고객 이용이 크게 늘어난 것이다.



그동안 편의점에 설치된 ATM(CD)에서 출금을 할 경우 시간에 관계없이 최대 1300원의 수수료가 청구됐지만, GS25가 신한은행, 우리은행과 손잡고 은행과 동일한 조건으로 입출금이 가능하도록 서비스를 실시함으로써 고객 이용이 크게 늘어난 것이다.

/김민서 기자 min0812@

## 애플, 작년보다 순익 40%·매출 17% 상승

아이폰X 999달러 고가판매 전략 등

애플이 올해 2·4분기 매출 533억 달러(약 59조6000억원), 순익 115억 달러(약 12조8600억원)의 실적을 기록했다고 7월 31일(현지시간) 밝혔다. 주당 순이익(EPS)은 2.34달러를 기록했다.

주당 순이익은 지난해 같은 분기의 1.67달러와 비교해 무려 40.1%나 상승했다. 미국 월가와 매체의 예상수치를 훌쩍 뛰어넘는 실적을 기록한 것이다. 매출은 작년 동기 454억 달러보다는 17.4% 늘어났다.

이런 애플의 우수한 실적은 지난주 페이스북과 트위터가 실적 부진과 사용자 수 감소 발표로 주가가 20% 정도 폭락한 가운데 발표된 것으로 업계의 주목을 끌고 있다.

애플은 2분기에 4130만대의 아이폰을 판매했다고 밝혔다. 실적을 이끈 요인은 고가폰 판매 전략이었다. 기본적으로 가격이 높은 아이폰을 많이 팔았기 때문에 매출액을 늘릴 수 있었다. 아이폰 평균 판매가는 724달러로 집계됐는데 기본 모델

이 999달러인 아이폰 X 등 신제품 판매에 힘입은 것으로 해석된다.

제품별로 전년 동기 실적을 비교하면 최근 애플의 판매전략을 알 수 있다. 아이폰은 판매대수가 거의 비슷한데 매출액이 큰 폭으로 늘었으며 고가 전략이 힘입어 전체 이익률을 선도하고 있다. 아이패드 판매대수가 약간 늘었지만 매출액은 47억달러로 전년 동기 49억달러보다 약간 줄었다. 시장상황이 안좋아지는 태블릿 시장에서 아이패드 판매는 고가전략을 펼치지 못하는 상황 때문으로 분석된다.

컴퓨터 제품인 맥은 판매대수가 상당히 줄었지만 매출액 53억달러로 전년 동기 55억달러에서 소폭 감소하는데 그쳤다. 아이폰과 비슷한 고가전략을 펼치고 있지만 판매대수 자체는 기대만큼 따라주지 못하는 것으로 보인다.

애플 서비스 부문 매출은 95억 달러로 전년 동기 72억 달러보다 크게 늘어났다. 서비스 부문은 ▲앱스토어 ▲애플페이 ▲아이튠즈 ▲클라우드 서비스 등이다. 이 서비스 부문 매출도 전년 동기 대비 28% 늘었다.

/안병도 기자 catchrod@

## 롯데면세점-로레알, 시내 면세점 강화 포석

# 면세점·화장품업계 세계 최정상의 '맞손'

입생로랑 최초 국내 유통업체 협업  
인천공항 화장품·향수매장 철수 보완

롯데면세점이 시내 면세점 강화를 위해 글로벌 1위 화장품 업체 '로레알 그룹'과 손잡고 대규모 고객 초청 행사를 연다.

롯데면세점은 국내 최대 규모 VIP 라운지인 롯데면세점 '스타라운지'에서 오는 3일까지 '입생로랑 뷰티 호텔' 행사를 연다고 1일 밝혔다. 초청된 외국인 고객만 2000여 명이 넘는다.

이번 행사는 입생로랑이 최초로 국내 유통업체와 협업해 진행하는 콜라보레이션 이벤트다.

롯데면세점은 입생로랑이 구매력 높은 아시아권 고객을 공략하고 있다는 점을 파악하고 이번 행사의 단독 유치를 추진했다.

에밀리 콜맨 로레알 아시아-태평양 지부 입생로랑 총괄 임원은 “면세점 세계 2위, 국내 1위인 롯데면세점의 시장 영향력과 아시아권 VIP 고객군을 높이 판단하고 협업하기로 했다”며 “아시아 최초로 열리는 이번 행사에 롯데면세점 고객이 많은 관심을 보여주고 있어 기대가 크다”고 말했다.

롯데면세점은 이번 행사의 단독 개최를 통해 로레알 그룹과의 전략적 파트너



롯데면세점이 스타라운지에서 뷰티 클래스 메이크업 시연이 펼쳐지고 있는 가운데 장선숙 롯데면세점 대표이사(왼쪽)와 에밀리 콜맨 로레알 아시아-태평양 지부 입생로랑 총괄 임원(오른쪽)이 대화를 나누고 있다. /롯데면세점

십을 공고히 하는 한편, 시내점에서 더욱 차별화된 마케팅으로 인천공항점 화장품·향수 매장 철수 여파를 보완하겠다는 전략이다.

롯데면세점은 지난 7월 31일 인천국제공항 제1터미널 DF1 구역(향수·화장품), DF5 구역(패션잡화), DF8 구역(전 품목)의 영업을 종료했다. 이에 기존에 인천공항 매장을 애용했던 고객의 이탈을 방지하기 위해 시내점 및 인터넷 면세점에서 더욱더 다양한 이벤트 및 혜택을 제공할 방침이다.

이번 콜라보 행사가 열리는 스타라운지는 롯데면세점이 총 100억 원과 약 5개월여의 공사 기간을 들여 지난 4월 명동

본점에 오픈한 국내 최대 규모의 VIP 라운지다. 롯데면세점은 스타라운지 내에서 1:1 상품 상담 공간 '퍼스널 쇼퍼룸', 국내 단 두 곳뿐인 '길리안 조콜릿 카페', 예약제로 운영되는 '미팅룸' 등을 운영하고 있다. 일 평균 1000여 명의 VIP 고객이 방문한다.

장선숙 롯데면세점 대표이사는 “이번 입생로랑 이벤트의 국내 단독 유치를 통해 로레알과 한층 더 긴밀한 파트너십을 구축하게 되었다”며 “추후 더 많은 브랜드와 함께 다양한 이벤트를 기획해 롯데면세점 고객만이 누릴 수 있는 차별화된 경험을 제공할 계획”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

## 신세계 I&C '초록마을'에 CRM 시스템 구축

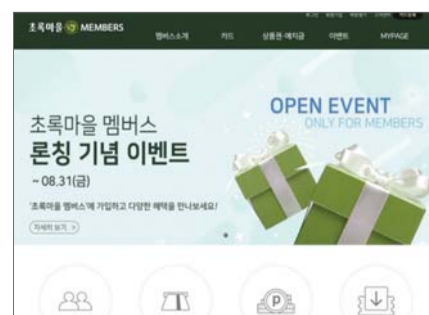
(고객관계관리)

신세계I&C(이하 신세계아이앤씨)는 유기농 식품기업 '초록마을'의 고객관계관리(CRM) 및 분석시스템을 구축했다고 1일 밝혔다. 초록마을은 유기농 식품 유통 기업으로 전국 470여개 매장을 운영하는 국내 최대 친환경 전문 식품 브랜드다.

신세계아이앤씨는 기존 온라인과 오프라인으로 분산돼 관리하던 초록마을 고객 정보를 통합하고, 고객 별 데이터를 분

석해 맞춤형 서비스를 제공하는 CRM 시스템을 구축했다.

정교화된 CRM 시스템을 통해 구매 주기, 구매 단가, 자주 사는 상품 등 고객 별 구매정보, 상담이력 등 데이터를 활용해 맞춤형 서비스를 제공하고, 다양한 마케팅을 기획할 수 있다.온/오프라인 상담 채널도 통합해 고객 활동 데이터를 활용한 빠르고 정확한 상담 서비스를 제공하



고, 상담 통계를 분석해 매장 별 상품 품질과 고객 서비스를 개선할 수 있는 기반도 마련했다.

/신원선 기자