

# 공간제공 넘어 멤버 교류·협업·커뮤니티... '비즈허브'로

## 리포 | 위워크 10호점 '종로타워점' 가보니

입주자들 소통·협업으로 시너지 8개 층에 1800여명 대규모 수용  
각 분야 전문가 상주 입주자 연결  
스타트업 위한 맞춤형 서비스도

집, 자동차, 옷, 빈 공간 등을 새로 구매하거나 소유하는 대신 빌려 쓰고 지식과 서비스를 나누는 '공유'의 개념이 여러 분야로 확산되며 공유경제 시장이 성장하고 있다.

이런 가운데 2년 전 강남역 지점 오픈을 시작으로 한국에 진출한 위워크가 꾸준히 입지를 넓혀가고 있다.

위워크는 프리랜서, 스타트업, 중소기업, 대기업 등 다양한 창작자들에게 공간, 커뮤니티, 서비스를 제공한다. 최근 한국 진출 2주년을 맞이해 10호점인 '위워크 종로타워점'을 열었다.

6일 방문한 위워크에는 여러 사람들이 모여 회의를 하고 있었다. 특히 종로타워점 유명 레스토랑이 위치했던 최상층에

자리해 탁 트인 전망이 인상적이었다. 문을 연지 3일밖에 되지 않았지만 이미 몇몇 기업이 입주해 완료가 상태였다. 사무실 공간은 통유리로 되어 있다는 점이 눈에 띄었다.

위워크 관계자는 "위워크 사무실에는 각기 다른 업체가 입주하는데 투명한 유리를 통해 입주자들이 서로의 회사에 관심을 갖고 소통과 협업을 통해 시너지를 내도록 하고 있다"며 "위워크 공간만의 특징 중 하나"라고 설명했다.

위워크 종로타워점은 총 8개 층에 입주해 1800명 이상을 수용할 수 있다. 대규모 인원을 수용할 수 있는 이벤트 공간, 입주자 전용 엘리베이터 등 다양한 부대시설과 서비스를 자랑한다.

지난 2년간 10개 지점을 오픈한 위워크는 1년 전인 작년 9월 기준 5500여명의 멤버를 수용할 수 있었던 규모에서, 올해 9월 기준 약 1만 5000여명 이상을 수용할 수 있는 커뮤니티로 성장했다.

위워크는 단순히 공간을 제공하는 것을 넘어 전 세계 위워크 멤버와의 교류,



위워크 종로타워점 커뮤니티 라운지.



/구서윤 기자

협업 기회를 제공하는 등 세계적인 커뮤니티 서비스를 제공한다. 또한 각 분야 전문가가 상주하며 사업 확장을 원하는 입주자의 연결을 돕는다.

또한 위워크는 지난 6월 글로벌 스타트업 액셀러레이터 센터 '위워크 랩스'를 아시아 최초로 국내에 론칭하며 창업 초기 단계에 있는 국내 스타트업의 성공을 위한 맞춤형 서비스를 제공하고 있다. 위워크 랩스는 창업 초기 스타트업에 필요한 자원과 교육 프로그램을 제공하며 전 세계 약 26만 8000명 이상의 멤버로 구성된

위워크 커뮤니티를 기반으로 국내 창업 생태계에 기여하고 있다.

위워크는 앞으로도 한국에서의 성장세를 이어가며, 국내 창작자 생태계 성장에도 계속 기여할 계획이다. 그 일환으로 위워크는 국내 창작자들을 위한 '위워크 크리에이터 어워즈'를 내년 서울에서 개최한다.

위워크 코리아 제너럴 매니저인 매튜 삼파인은 "위워크는 '한국에 진출한 위워크'가 아닌, '한국에서 탄생한 위워크'로 전국의 크리에이터들을 위한 플랫폼으로서 확장된 역할을 수행하고, 국내 멤버들

에게 위워크의 글로벌 네트워크를 통한 연결을 비롯해 풍부한 지원과 영감을 제공하며 한국에 대한 기여를 더욱 확대해 나가겠다"고 말했다.

한편 2010년 뉴욕에서 설립된 위워크는 현재 전세계 23개 국가, 77개 이상의 도시에 287개 지점을 두고 있으며, 약 4만 3000개의 입주자, 26만 8000명의 이상의 멤버(2018년 8월 기준)를 두고 있다.

국내에선 앞으로 선릉 2호점과 홍대점을 각각 12월, 내년 여름에 오픈할 예정이다. /구서윤 기자 yuni2514@metrosooull.co.kr

## “미디어 산업, 구글 등 대응위해 M&A 필요”

### 미디어리더스포럼 세미나

“콘텐츠 육성으로 글로벌화 해야”

“새 정부 출범 이후 1년 간 공영방송 정상화에 집중했다면 앞으로는 미디어 산업의 정상화에 나서야 한다.”(고삼석 방송통신위원회 상임위원)

6일 서울 서초구 웨라톤서울팔래스강남호텔에서는 성장 정체가 장시간 지속되고 있는 국내 방송 산업에 대한 제언이 쏟아졌다. '제15회 미디어리더스포럼 세미나'를 통해서다. 이날 기조연설에 나선 고삼석 상임위원은 미디어 산업 정상화 방안으로 글로벌 시장 진출을 꼽았다.

고삼석 상임위원은 “제한된 국내 시장에 많은 사업자들이 제로섬 경쟁을 펼치기 보다는 글로벌 시장으로 나가는 전략을 추진해야 한다”며 “콘텐츠를 육성해 ‘글로벌 콘텐츠 허브’ 조성을 비전으로 삼아야 한다”고 강조했다.

2008년과 2014년 사이에 국내 방송산업의 연평균 성장률은 9.4%였으나 최근 3년 동안의 연평균 성장률은 3.8%로 성장 엔진이 식어가고 있는 상황이다.

이 자리에서는 미디어 산업 혁신을 위해서는 동종사업체뿐 아니라 이종사업체 간에도 인수합병(M&A)이 활성화되어야 한다는 주장도 나왔다. 실제 구글, MS,



고삼석 방송통신위원회 상임위원이 '미디어리더스포럼'에서 기조연설을 하고 있다. /김나인 기자

애플, 아마존 등 글로벌 정보기술(IT) 기업들은 미디어 뿐 아니라 다른 영역으로 진출해 '수퍼 플랫폼(Super Platform)'으로 진화하고 있다.

김진기 한국항공대 교수는 “수퍼 플랫폼 환경에 대응하기 위해서는 콘텐츠 투자, DTC(Direct-to-Consumer), 사업 영역 확장 등 노력이 필요하며 이 중 가장 효율적 전략이 인수합병(M&A)”이라고 주장했다.

김 교수는 해외 방송사업자들은 이종사업자간 M&A, 전략적 제휴 등을 통해 영역확장을 시도 중이며, 규모의 경제(플랫폼+플랫폼), 콘텐츠확보(플랫폼+콘텐츠)를 넘어 OTT와 같은 신유형 서비스 강화를 통해 글로벌 수퍼 플랫폼과의 경쟁 기반을 확보하고 있다고 설명했다.

반면, 국내 미디어 산업에서 M&A는

동종 산업 내에서만 이뤄져 왔으며 성장 변곡점이 될 만한 M&A 사례를 찾기 힘든 실정이라고 말했다. 실제 지난 2015년 SK텔레콤은 CJ헬로 인수를 추진했지만 2016년 공정거래위원회의 전면 불허로 인수가 불발된 바 있다.

김 교수는 “국내의 경우 사업 영역 확대는 인정 돼도 다른 영역 범위 진출에는 규제 등 장애 요인이 존재한다”며 “미래지향적 규제 체제 정립을 통해 방송 산업의 플랫폼라이프를 확보해야 한다”고 말했다.

다음 발표에 나선 남승용 미디어미래연구소 센터장은 “기존 사업모델을 유지하는 플랫폼 사업자는 자본·기술집약적 산업으로서 기술발전이 아닐요에서 디지털화됨에 따라 관련 고용량이 점차 감소할 수 있다”며 고용에 대한 우려를 표하기도 했다. /김나인 기자 silkni@

## “밥상 물가 잡아라” 다양한 프로모션

이마트 한우 세트 가격인상 최소화  
11번가 19일까지 매일 '반값 할인 딜'  
CJ몰 망고·아보카도 등 이색과일

폭염과 태풍에 농·축산물 가격이 천정부지로 치솟아 추석 밥상물가에 대한 주부들의 걱정이 늘었다. 이에 유통업계는 할인 프로모션을 통해 물가 안정화에 나선다.

6일 '2018년 8월 소비자물가동향'에 따르면 8월 소비자물가지수는 지난해 동기 대비 1.4% 올랐다. 채소값은 30%나 대폭 올랐다. 과일도 9.0% 가격이 인상됐다.

농림축산식품부는 추석 성수기 소비자 부담 최소화를 위해 매일 전국 500여 개 농협 매장에서 배추 100t 무 30t을 할인 판매하고 무의 경우 긴급비축 물량 1000t을 집중 방출할 계획이지만, 가격 상승을 막기에 역부족인 것으로 나타났다.

대형마트는 사전비축으로 물가인상을 최소화했다. 한우의 경우 지난해 같은 기간에 비해 산지시세가 5~8% 가량 상승했다. 수입육 소비 증가로 한우 소비에 영향을 주면서 한우 공급량이 줄었기 때문이다.

이마트는 올해 추석에 한우 가격이 상승할 것을 예상해 설 직후인 3월부터 물량을 비축해 지난해 추석 약 4만 5000세트에서 올해 약 5만 2000세트로 16% 가량 늘려 가격인상을 최소화했다.

굴비 선물세트의 경우에는 원물인 참조기가 가격이 지난해에 비해 15~20% 정도 상승했음에도 불구하고 가격을 동결하거나 10% 내외로 가격 인상을 최소화했다.

홈쇼핑과 e커머스에서는 추석 프로모션을 열고 톤큰 할인혜택을 선보인다. 신선식품을 저렴한 가격에 구매하고자 하는 고객들에게 좋은 기회가 될 것으로 보인다.

11번가는 '추석 다(多)드림' 행사를 준비했다. 19일까지 매일 '반값 할인 딜'을 통해 그 날의 상품에 적용할 수 있는 '카드사 50% 할인' 쿠폰을 오전 11시부터 선착순 1000명에게 발급한다. /신원선 기자 tree6834@



11번가(위에서부터), 마켓컬리, CJ ENM 오쇼핑 추석 프로모션.

9일까지 매일 모든 고객에게 모바일 앱 전용 '10% 할인' (1만 5000원 이상 구매 시 최대 5000원) 쿠폰을 발급하고 19일까지는 매일 오전 11시 선착순 3만장 한정으로 '카드사 11% 할인' 쿠폰을 발급한다.

CJ ENM 오쇼핑 부문은 TV홈쇼핑과 CJmall(CJ몰)에서 각각 다른 선물세트를 선보이며 소비자를 겨냥한다.

TV홈쇼핑에서는 주방용품과 식품 등 리빙 상품 편성을 2주간(8월18일~8월24일)보다 63% 가량 대폭 늘린다. 손쉽게 요리할 수 있는 먹거리부터 냉장고, 밥솥까지 합리적인 가격에 구매할 수 있다.

CJmall에서는 오는 23일까지 '추석대전' 행사를 진행하고 다양한 추석 관련 상품을 선보인다. CJmall 프리미엄 식품관인 '맛있는家'에서는 장흥 한우구이 선물세트, 망고 아보카도 등 이색 수입과일 선물세트 등을 소개한다.

모바일 프리미엄 마트 마켓컬리는 지난 3일 2018년 추석 선물세트 사전 예약 프로모션을 마무리하고, 22일까지 본 판매에 돌입한다. /신원선 기자 tree6834@

## 공정위 “bhc, 가맹점에 광고비 전가... 조사 착수”

공정거래위원회가 치킨 프랜차이즈 bhc 본사에 대한 조사에 들어갔다. bhc본사가 가맹점에 광고비를 부당하게 전가한 혐의 때문인 것으로 보인다.

6일 업계에 따르면 공정위는 가맹점주협의회에서 문의한 내용을 확인하기 위해 이날 bhc본사를 조사했다.

bhc본사는 지난 2015년 10월부터 2016년 12월까지 가맹점주들에게 광고비

를 담고기 마리당 400원씩 별도로 받고, 2017년 1월부터 현재까지는 담고기 가격에 합산해서 받고 있으면서, 공정위에 등록한 '정보공개서'에서는 '상품광고비는 모두 본사가 부담하고, 가맹점 부담은 없다'고 기재한 혐의를 받고 있다.

가맹점주협의회는 “bhc본사가 2015년 10월부터 2016년 12월까지 본사에서 광고비 명목으로 400원을 가져갔고, 지난해

1월부터 현재까지 신선육 가격에 포함시키는 방법으로 광고비 400원을 가져갔다”고 주장하고 있다.

이에 대해 bhc는 “200억의 광고비를 횡령한 것이고 광고비를 공개하지 않는다는 터무니없는 주장은 당사 임직원에게 한 모욕이자 심각한 브랜드 이미지 훼손을 줄 수 있는 무책임한 행동”이라고 말했다. /박민용 기자 parkiu7854@