

가구업계, 품질 제고·영업력 강화로 '거센 파고' 넘는다

한샘

명품 수준 제품으로 단골 50%로

에몬스

임직원들에 '변화·혁신' 강조

코웨이

매트리스 관리로 라돈사태 이겨

시몬스

시몬스페이 등 고객접점 전략 모색



최양하 한샘 회장이 지난 2일 서울 상암동 사옥에서 열린 시무식에서 인사말을 하고 있다. /한샘



까사미아는 3일부터 전국 오프라인 매장 및 온라인 몰에서 2019년 첫 '정기세일' 행사를 실시한다고 밝혔다.



시몬스는 이달 20일까지 진행되는 특별이벤트 기간 250만원 이상 구매하는 고객들에게 12만원 상당의 '포켓스프링 베개' 2개를 증정한다고 3일 밝혔다.

가구업계가 경기 침체, 아파트 입주물량 감소, 경쟁력 심화 등 높은 파도를 넘기 위해 고삐를 단단히 죄고 있다. 가구 품질 제고, 고객 확대, 영업력 강화 등을 통해 지속 성장을 위해 안간힘을 쓰고 있는 것.

업계 한 관계자는 올해 경영전략 최대 목표로 '버티기'를 꼽기도 했다. 그만큼 만만치 않은 상황에 대비하고 있다는 의미로도 해석된다.

3일 관련업계에 따르면 종합가구브랜드 1위인 한샘은 최양하 회장이 전날 임직원들을 대상으로 서울 상암동 본사에서 신년회를 하면서 올해 경영방침으로 ▲고객감동 경영체계 구축 ▲미래 신성장 사업 개발 ▲10조 경영시스템 구축 등을 내세웠다.

최 회장은 신년사에서 "단지 양품 수준

이 아니라 명품 수준으로 만들어 '역시 한샘 제품은 다르다'는 평가를 소비자들로부터 듣도록 하겠다"면서 "이를 통해 단골 고객 50%에 도전하자"고 강조했다.

추가 성장을 위한 신사업도 추진하겠다고 덧붙였다. 5일만에 시공하고, 소비자들이 저렴하게 구입할 수 있도록 금융을 지원하고 철저한 사후관리를 하는 건재패키지 사업이 대표적이다.

금융감독원 전자공시에 따르면 한샘은 올해 들어 3·4분기까지 1조3767억원의 매출을 거뒀다. 이는 전년도 같은 시기 매출 1조5039억원보다 크게 줄었다. 3분기까지 영업이익도 지난해 4587억원에서 올해엔 3743억원으로 감소했다.

이를 상기한 듯 최 회장은 신년사에서 "힘들고 어려웠던 작년 한 해에 고생한

(임직원)여러분들에게 감사드립니다"면서 "우리의 미션인 '주거환경 부문 최강 기업'을 만들어 가도록 하자"고 재차 주문했다.

한샘은 지난해 1월2일 당시 18만원이었던 주가가 실적 하락, 금융시장 변동성 심화 등의 영향을 받아 지난 12월28일엔 6만7400원으로 장을 마치기도 했다.

업계에 따르면 가구의 전방산업인 아파트 입주물량은 지난해 약 40만호에서 올해엔 37만호로 줄어들 전망이다. 이 역시 가구 소비를 줄이는 요인으로 작용하고 있다. 부동산 규제도 올해 이사가 줄어들 것으로 관측되는 것도 가구시장엔 악재다.

그럼에도 불구하고 차별화된 디자인과 품질력 제고로 난국을 타개해나간다는

계획이다. 실적 목표도 일단 조금씩 높혀 잡고 있다.

지난해 2000억원 가량의 매출을 올린 것으로 알려진 에몬스는 올해 10% 정도의 성장률을 기대하고 있다. 유통망을 대형화, 전문화해 소비자들과의 접점을 늘리고 친환경 제품 등으로 차별화하면 올해 2200억원의 매출은 충분히 가능하다는 판단이다.

김경수 에몬스 회장은 전날 신년사를 통해 "변화가 없으면 미래가 없고 창의를 없으면 고인 물과 같다"면서 임직원들에게 '변화'와 '혁신'을 강조했다.

판매채널 융합 움직임도 업계의 큰 트렌드 중 하나다. 최근 1~2년새 리바트가 현대백화점 계열로, 까사미아가 신세계 계열로 각각 편입되면서 백화점과 대형

마트와 같은 거대 판매채널이 가구와 어떤 시너지를 가져올지가 관심사로 떠오르고 있는 것이다.

이런 가운데 글로벌브랜드인 이케아의 국내 시장 추가 공략도 눈여겨볼 대목이다.

침대 전문기업들은 지난해 대진침대의 '라돈 사태'로 살얼음판을 걸었다. 또 코웨이와 같은 방문판매 전문회사들의 매트리스 시장 공략도 신경쓰지 않을 수 없게 됐다.

실제 코웨이의 경우 매트리스 관리 가격은 10만5000개(2012년)→21만9000개(2014년)→32만1000개(2016년)로 급성장했고, 지난해의 경우 3분기 기준으로 41만5000개까지 늘어 '50만 계정'을 바라보고 있다. 코웨이 외에 청호나이스, 교원웰스 등도 이미 매트리스 렌탈서비스에 가세해 시장을 확대하고 있다.

시몬스는 지난해 하반기 도입한 36개월 무이자 할부프로그램인 '시몬스페이'를 통해 고객 추가 확보를 노리는 동시에 직영점인 '시몬스갤러리'와 백화점을 통한 프리미엄 전략의 '투트랙'을 모색하고 있다.

조용하게 신년 행사를 치른 것으로 알려진 에이스침대도 품질 제고 등을 통해 자사 브랜드에 대한 소비자들의 '충성도'를 더욱 높여나간다는 계획이다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

지상파와 뭉친 SKT '옥수수' 넷플릭스·유튜브 대항마 될까

SK텔레콤과 지상파 방송사가 손잡고 온라인동영상서비스(OTT) 통합을 추진하며 합종연횡에 나섰다. 글로벌 동영상사업자 넷플릭스와 유튜브에 대응하는 토종 미디어 연합군을 구축한 모양새다.

SK텔레콤과 지상파 3사는 3일 오후 SK브로드밴드의 '옥수수'와 지상파3사의 '폭' 합병을 위한 양해각서(MOU)를 체결했다. 양측은 폭과 옥수수의 사업 가치를 분석하기 위한 실사를 진행한 뒤 합병 지분율을 산정할 계획이다.

이는 SK브로드밴드의 수장이기도 한 박정호 사장의 새해 첫 행보라는 점에서도 눈길을 끈다.

박정호 사장은 지난 2일 신년사를 통해 다 함께 성공할 수 있는 'ICT 새 판 짜기'를 강조한 바 있다. 박 사장은 "미디어 사업에서는 OTT 서비스 '옥수수' 등이 5G 시대의 킬러 서비스로 자리매김 할 수 있도록 과감한 투자 및 국내외 사업자와 협력을 통해 대한민국 콘텐츠 산업의 지평도를 변화시키겠다"고 강조한 바 있다.

SK텔레콤은 조직개편을 통해 미디어를 4대 사업부 중 하나로 선정할 만큼 미디어를 5G 시대의 핵심 콘텐츠로 꼽고 있다. 요즘인하 등의 영향으로 무선 매출이 정체된 상황에서 미디어 수익은 통신사의 매출 효자가 되기도 했다.

미디어 사업 투자는 SK텔레콤의 중간 지주사 전환과도 관련돼 있다. 업계에서는 옥수수가 SK브로드밴드에서 분사돼 SK텔레콤 지주 부문 자회사로 옮겨 미디어 사업 조직을 대표할 것이라는 가능성이 제기돼 왔다. 박정호 SK텔레콤 사장이 SK브로드밴드 사장을 겸임한 것도 이와 무관치 않다는 것이 업계의 분석이다. 유료방송 업계에서는 글로벌 스트리밍

업체 넷플릭스와 유튜브가 오리지널 콘텐츠를 활용해 영향력을 키워가고 있다. 이미 영어권 국가에서 넷플릭스의 OTT 시장 점유율은 83%에 달한다. 국내 시장에서도 넷플릭스는 대규모 투자를 이어가고 있고, 최근에는 LG유플러스와 손잡고 인터넷TV(IPTV)에 진출하기도 했다. 유튜브는 지난해 기준 이용자 수가 3122만명에 달하며 젊은 세대를 중심으로 모바일 동영상 시장에서 몸집을 키우고 있다.

폭(POOQ) TV와의 연합은 옥수수의 미디어 사업 강화에 힘을 실어주며 '한국판 넷플릭스' 전선을 구축할 것으로 보인다. 옥수수는 주문형비디오(VOD)에 강점을 가지고 있지만 지상파 스트리밍 부재가 아쉽다는 평을 들어왔다.

폭은 지상파 채널의 실시간 방송을 지원해 지상파 VOD를 대거 확보할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 가입자 부문에서도 이들의 합종연횡은 시너지를 낼 것으로 보인다. 지난해 기준, 옥수수가입자는 946만명을 기록했다. 폭 TV의 가입자는 약 370만명에 달해 두 사업자를 합치면 가입자는 약 1400만명에 달하는 글로벌 토종 OTT가 탄생하게 된다.

SK텔레콤은 지분 투자를 완료한 후 폭의 콘텐츠를 결합해 동남아 시장에 진출하는 등 글로벌 미디어 시장 공략도 가속화할 것으로 보인다.

유안타증권 최남곤 연구원은 "옥수수와 폭의 합병이 성공적으로 성사되고 1조원 규모의 외부 투자 유치도 성사되면 SK텔레콤의 미디어 사업에 대한 재평가가 이뤄질 것"이라며 "국내에서 성공적 모델로 안착할 가능성이 높고 콘텐츠 경쟁력을 기반으로 해외 진출 성공 가능성도 높아질 수 있다"고 말했다. /김나인 기자 silkni@

삼성중, '에지나 FPSO' 첫 원유생산 성공

세계 최대 부유식 원유생산·하역설비 프로젝트 계약금액만 약 34억달러

삼성중공업은 지난달 29일(현지시간) 세계 최대 규모의 부유식 원유생산 저장 및 하역설비(FPSO)인 '에지나(Egina) FPSO'가 해상 시운전을 마치고 첫 원유생산에 성공했다고 3일 밝혔다.

삼성중공업은 지난해 8월 나이지리아 현지 생산 거점에서 에지나 FPSO의 모듈 제작과 탑재를 마치고 출항시킨 후 4개월 만에 해상 시운전까지 성공적으로 수행해 계획된 일정 안에 모든 공정을 마무리했다.

에지나 FPSO는 나이지리아 원유 생산량의 10% 수준인 하루 최대 20만 배럴을 생산할 예정이다.

삼성중공업이 2013년 수주한 해양 프로젝트인 에지나 FPSO는 나이지리아 연



지난 12월 29일(현지시간) 삼성중공업과 토탈(TOTAL) 관계자들이 에지나 FPSO가 생산한 첫 원유(병)를 손에 들고 기념사진을 촬영하고 있다.

안에서 150km 떨어진 에지나 해상 유전에 투입됐으며 길이 330m, 폭 61m, 높이 34m의 초대형 해양 설비다. 저장용량이 230만 배럴에 상부플랜트(Topside) 중량만 6만톤에 달한다.

삼성중공업이 설계와 구매, 제작, 운송, 시운전 등을 총괄하는 턴키 방식으로 수주한 이 프로젝트의 계약 금액은 약 34억 달러(약 3조8000억원)로 FPSO 사상 최대 금액이다. /양성문 기자 ysw@

아시아나항공, 젊은 조직으로 재도약

한창수 사장, 첫 정기인사 파격 단행

아시아나항공이 민감하고 빠르게 변화하는 시장 트렌드에 대응하기 위해 2019년 '청년 아시아나'로 새롭게 거듭난다.

3일 아시아나항공에 따르면 한창수 아시아나항공 사장은 부임후 첫번째 정기인사를 단행했다. 이번 인사의 가장 큰 특징은 업계 트렌드를 리드할 신규조직 신설과 젊은 조직장으로 전면 배치한 것이다. 이는 2019년을 아시아나항공이 도약

할 수 있는 원년의 해로 삼은 배경이기도 하다.

무엇보다 이번엔 보직을 새롭게 부여 받은 신입팀장들은 기존 보직부장들에 비해 연령대가 대폭 낮아졌다. 역대 가장 많은 총 54명의 인사 이동이 발생한 것도 이번 인사의 가장 큰 변화다. 아시아나항공은 이를 통해 '젊고 활동적이고 빠른' 회사로 끌고 나가겠다는 방침이다.

우선 IT기획 기능 강화를 위한 팀 단위 조직인 '경영혁신팀'을 신설하였으며 IT 투자 검토, 프로젝트 기획, 프로세스 개선, 데이터 통합관리 등 4차산업의 변화를 선도한다는 계획이다.

또 온라인 판매 확대를 위한 전담 조직인 '온라인팀'을 신설하였으며 영업, 공항, 마케팅 경험과 노하우가 풍부한 담당팀장을 주축으로 아시아나항공의 2019년 경영방침인 '수익역량 확대'에 주역 조직으로 키워 낸다는 전략이다.

시장 환경 변화에 따른 기획 및 분석 업무 강화를 위해 '경영계획팀'은 입사 14년 차의 역대 가장 젊은 팀장을 전격 발탁하여 대내외 변화무쌍한 항공산업 환경에 발 빠르게 대처하도록 세대교체를 시작했다는 평가이다.

공항의 공정관리, 주기장 배정 등 '램프 통제' 업무와 지상안전 업무 전반에 대한 관리 강화를 위해 '램프운영팀'을 별도 신설하여 안전 운항의 초석을 다진다는 계획이다. /양성문 기자