



배재훈 현대상선 사장이 정시성 등 서비스 품질 개선에 총력을 기울이자고 20일 개최된 'CEO 월례조회'에서 임직원들에게 당부하고 있다. /현대상선

### 현대상선 'CEO 월례조회' 초대형선 인도에 맞춰 서비스 품질개선 총력

현대상선이 정시성 등 서비스 품질 개선에 총력을 다하겠다는 뜻을 전했다.

배재훈 현대상선 사장은 20일 현대상선 사옥에서 개최된 'CEO 월례조회'에서 "내년 초대형선 인도에 맞춰 서비스 양적 확대는 물론, 정시성 등 서비스 품질 개선에 총력을 다하자"고 강조했다.

그는 이어 "초대형선 발주, 디얼라이언스 가입 등 경영정상화가 차질 없이 진행되고 있다"며 "서비스의 양적 확대와 질적 향상 등 두 마리 토끼를 모두 잡겠다"는 각오도 밝혔다.

현대상선은 8월 초 선복량 증가와 얼라이언스 신규 가입에 대비해 해외 현지 전문가를 영입하고 변화관리조직을 신설하는 등 양적 확대 기반을 마련한 바 있다. 이에 더해 고객의 신뢰도와 만족도 제고를 위한 서비스 품질 개선에도 총력을 다한다는 방침이다.

최근 현대상선은 덴마크 해운분석기관 '시인텔'에서 상위 15개 글로벌 선사들의 6월 평균 운항 정시성(얼라이언스 포함) 부문에서 91.8%를 기록하며 세계 1위를 달성했다.

현대상선은 정시성을 지속적으로 집중 관리하는 것은 물론 첨단 IT기술 개발 및 도입해 냉동/중량화물 등 특수화물 관리역량 강화, 프리미엄 서비스 제공 등 서비스 품질개선에 노력하고 있다는 평을 받고 있다. /정연우기자

### 대우조선해양 주니어 세대 소통 강화 DSME 청년이사회 발족

대우조선해양이 인재경영 실현을 위해 발 빠르게 움직이고 있다.

대우조선해양은 주니어 세대의 가치관에 대한 긍정적인 이해와 경영반영, 그리고 소통강화를 위해 'DSME 청년이사회'를 발족했다고 20일 밝혔다. 청년이사회는 밀레니얼 세대의 아이디어를 회사 정책에 반영하고 주니어-경영진 간 쌍방향 의사소통 채널을 구축해 신뢰를 회복하는 방안 중 하나이다.

대우조선해양은 지난 5월 청년이사회에 대한 사전공청회를 열어 선발방식, 운영방향 등을 논의한 뒤 6월 공모를 시작해 총 13명의 청년이사회 멤버를 선발했다. 청년이사회는 매월 1회 CEO(최고경영자)와 정례간담회를 통해 회사 발전을 위한 아이디어 개선, 회사 주요 의사결정 과정 시 직원 의견 전달 등 쌍방향 소통 통로 역할을 할 예정이다. 이들은 경영진 의사결정 회의나 경영설명회에도 참석할 예정이다. /정연우기자

# 5G 개척하는 '갤노트10'... 통신시장 '격변'

## 이통3사, 일제히 개통 기념식

KT, 최대 50% 보상 '슈퍼찬스' 아우라 레드 통해 女 고객 잡기

SKT, 전국 돌며 블루박스 선물 점프 VR 등 5GX 서비스 이벤트

LG U+, 클라우드 게이밍서 첫 선 지포스나우 10월말까지 무료제공

통신사들이 일제히 갤럭시 노트10 개통을 기념했다. 갤럭시 노트10이 5G 로망 출시되는 만큼, 본격적인 5G 시대 개막도 함께 축하했다.

20일 업계에 따르면 KT는 19일 노보텔 엠베서더 서울 동대문에서 노트10 론칭 파티를 열었다. SK텔레콤과 LG유플러스도 20일 오전 각각 서울 올림픽공원과 종각 LG유플러스 직영점에서 개통행사를 마련했다.

이번 행사는 20일 사전예약자 개통을 기념해서 열렸다. 공식 판매는 23일부터 시작할 예정이다.

각 사는 노트10 개통을 기념하기 위해 다양한 '샐러'를 불러모았다. KT는 모델인 가수 강다니엘을, SKT는 김연아 선수와 아나운서 최희 등을, LG유플러스는 배우 정지소를 초청했다.

푸짐한 경품도 준비했다. KT는 갤럭시 워치와 TV '세로', 스마트폰 케이스와 강화 유리를, SKT는 갤럭시 버즈와 워치 등을, LG유플러스는 갤럭시탭5Se를 추첨 등을 통해 참가자에 선물했다.



KT는 갤럭시 노트10 론칭 파티에 모델인 강다니엘(오른쪽 2번째)을 초청했다. /KT



SKT는 5G 클러스터인 올림픽공원역에서 갤럭시 노트10 론칭행사를 열고 5G 시대를 함께 축하했다. /SK텔레콤

단, 노트10을 바라보는 포인트는 통신사마다 서로 달랐다. 요금제와 컬러, 서비스 등 다양한 전략으로 소비자를 공략하려는 모습이다.

KT는 소비자 부담을 낮추는데 집중했다. 노트10을 구매하고 12개월 뒤 반납하면 출고가의 최대 50%를 보상해주는 '슈퍼찬스' 프로그램을 새로 내놓고, 2년간 최대 72만원을 할인해주는 내용으로 제휴카드 '슈퍼DC2 현대카드'도 선보였다.

야나두와 CGV 등 8개 애플리케이션을 데이터 제한없이 사용할 수 있는 '기프트박스'도 출시했다. 공식 온라인 채널에서는 노트10 구매 고객에 액세서리 쿠폰을 선물하고 중고폰 보상이나 필름 부착 등 서비스를 제공하는 '5G 스타트케어' 프로그램도 운영한다.

KT는 전용색상 '아우라 레드'를 통해 여성 고객 잡기에도 힘을 실었다. 코스메틱브랜드 헤라와 함께 2019명에게 립스틱 증정행사를 준비하면서다. KT는 노트10 가입자 중 절반이 여성이었다며, 행사에서도 메이크업 서비스와 베스트 드레서 시상 등을 진행했다.

SKT도 컬러에 주력했다. 노트 어워즈를 열고 우수고객에 '블루박스'를 선물했다. '노트 블루 팬' 부문을 신설하고 블루색상을 꾸준히 이용한 고객에도 감사를 표했다.

특히 SKT는 5G 경험을 선사하는데 중점을 둔다는 방침이다. 개통식을 연 올림픽 공원은 '5G 클러스터'의 5GX 부스트 파크 중 한 곳, 노트10 체험 트레일러도 같은날 첫 행보를 시작했다. 노트10 트레일러는 노트10 S펜으로

플로 등 서비스를 제어하는 것뿐 아니라, '점프 VR'과 '점프 AR' 등 SKT의 5GX 서비스 및 이벤트를 제공한다. 서울과 부산 등 전국을 돌며 소비자들을 만날 예정이다.

LG유플러스는 클라우드 게이밍 서비스를 처음 선보인다. 프리미엄 이상 요금제 가입자에 엔비디아의 지포스나우를 10월말까지 무료로 제공하는 것. 행사에서는 사전예약 사은품인 게임패드 '글랩'과 함께 지포스 나우를 직접 시연해보이기도 했다.

노트10 인기에 통신사들은 LTE 모델 국내 출시를 추진 중이다. 삼성전자에 LTE 모델 출시를 요청하면서다. 과학기술정보통신부도 삼성전자에 LTE 버전 출시를 권유한 것으로 알려졌다.

/김재웅 기자 juk@metroseoul.co.kr

## 삼성 '갤노트10' 130만대 사전 판매... 전작비 2배 증가



갤럭시노트10 아우라 글로우. /삼성전자

노트10+ 모델이 3분의 2 차지 20대 여성 소비자 비중 증가

삼성전자 스마트폰 '갤럭시 노트10'이 국내 사전 판매 100만대를 돌파했다.

삼성전자는 지난 9일부터 19일까지 11일간 진행된 갤럭시 노트10 국내 사전 판매에서 판매량 100만대를 돌파했다고 20일 밝혔다. 100만대 돌파 시점은 17일이다. 최종 사전 판매 물량은 130만대 이상으로 추정되며, 이는 전작 대비 2배 이상 증가한 수치다.

사전 판매에서는 갤럭시노트10+의 비중이 약 3분의2를 차지했으며, 갤럭시노트10+(256GB) 아우라 글로우 색상 모델이 가장 많은 소비자들의 선택을 받은 것으로 나타났다.

특히, 20대 여성 소비자 비중이 전작 대비 증가했다.

갤럭시노트10은 노트 시리즈 최초로 6.3인치 컴팩트한 크기에 S펜 등 노트만의 특징점을 담은 갤럭시노트10과 6.8인치의 역대 최대 디스플레이에 노트의 특징점을 극대화한 갤럭시노트10+의 2가지 크기로 출시됐다.

베젤이 거의 없는 '인피니티 디스플레이'에 실감나는 화질로 몰입감 있는 보는 경험을 제공하며, 'S펜'으로 쓴 글씨를 바로 디지털화해 주거나 S펜의 움직임 인식해 스마트폰을 원격으로 제어할 수 있는 '에어 액션' 등 마술봉으로 거듭난 스마트 S펜을 탑재한 것이 특징이다.

출고가는 갤럭시노트10 256GB 124만8500원, 갤럭시노트10+ 256GB 139만7000원, 갤럭시노트10+ 512GB 149만6000원이다. 정식 출시일은 오는 23일이다. /구서운 기자 yuni2514@

## 한화큐셀, 美 주택 태양광 모듈시장 석권

1분기 점유율 27% 1위 전년동기비 15.4% ↑

한화큐셀은 지난해 미국 주택 태양광 모듈 시장에서 점유율 1위를 달성한 데 이어 올해 1분기도 1위를 지켰다고 20일 밝혔다.

최근 발표한 글로벌 에너지 컨설팅 기관인 우드매킨지 조사에 따르면 한화큐셀은 1분기 미국 주택 태양광 시장 점유율이 전년 동기 대비 15.4%p 상승한 27.0%를 기록했다. 이는 고효율 중심의 고객지향적 제품 포트폴리오로 미

국 주택 태양광 시장을 꾸준히 공략한 결과다.

미국은 태양광 발전이 원자력이나 가스 발전에 비해 이미 높은 경제성을 확보했다. 일조시간이 긴 서부지역을 중심으로 태양광 시장이 지속적으로 성장하고 있으며 특히 주택용 고효율 제품에 대한 수요가 늘고 있다. 2020년부터 신축주택에 태양광 설치를 의무화한 캘리포니아주 정부의 결정도 이런 긍정적인 분위기에 일조하고 있다.

한화큐셀은 이같은 미국 태양광 시장의 특성을 감안해 우수한 성능과 품

질을 갖춘 고효율 모듈로 시장 지배력을 강화하고 있다. 한화큐셀이 지난 2017년부터 론칭해 후속 모델을 지속 출시하고 있는 큐피크 듀오 시리즈는 한화큐셀의 퀀텀 기술(참고자료)에 태양광 셀을 반으로 잘라 저항을 줄여 출력 높이는 하프셀 기술이 적용된 모듈이다.

큐피크 듀오 시리즈는 일반 제품 대비 10%이상 높은 성능을 제공하고 국제 표준 품질 기준의 2~3배의 품질 테스트를 거쳐 안정성이 뛰어나 미국 소비자들의 엄격한 구매 기준도 충족시



한화큐셀 큐피크 듀오 태양광 모듈 /한화큐셀

키고 있다. 한화큐셀은 뛰어난 제품력뿐만 아니라 적극적인 스포츠 마케팅을 통해 인지도를 확대해 나가고 있다.

/정연우 기자 ywj964@