

SK네트웍스, 무역부터 투자까지… “종합상사는 이런 것”

렌탈 사업 중점으로 사업 체계화

AJ렌터카 사업 일원화 단행
SK매직 ‘홈케어’로 시장공략

SK네트웍스가 사업분야를 다양하게 확장하면서 종합상사의 새로운 역할을 제시하고 나섰다. SK네트웍스는 SK 모태기업으로, 그룹 사업 확대에도 앞장서고 있다는 평가다.

30일 업계에 따르면 SK네트웍스는 최근 렌탈 사업을 중점 사업으로 선정하고 사업 체계화를 진행 중이다.

첫번째는 AJ렌터카다. SK네트웍스 렌터카 부문을 AJ렌터카로 매각하고 사업 일원화를 단행한 것. SK네트웍스는 렌터카 사업을 효율화할 수 있을 뿐 아니라 AJ렌터카 지분을 42.24%에서 과반을 넘는 64.23%로 늘렸다. 안정적인 경영이 가능해진 셈이다.

SK매직도 SK네트웍스 미래 먹거리인 ‘홈케어’를 맡아 사업 확대를 위한



최신원 SK네트웍스 회장.

/SK네트웍스

노력에 한창이다. SK네트웍스에 인수된 후 빠르게 국내 B2B 시장 공략에 성공해냈고, 최근에는 SK네트웍스 글로벌사업부를 인수하면서 해외 진출도가 속화했다.

SK네트웍스가 코웨이 인수에 눈독을 들이는 상황에서 ‘빅딜’이 성사된다면 SK네트웍스가 전 렌탈 사업 시장 점

유율은 60%에 육박하게 된다.

회사 SK네트웍스가 투자사와 같은 역할을 하는 모습이다. 때문에 일각에서는 SK네트웍스가 SK디스커버리와 같이 최신원 회장을 중심으로한 새로운 그룹사 형태를 갖추려는 것 아니냐는 추측도 내놓고 있다.

그러나 SK네트웍스는 사실 무근이

라는 입장이다. 주력 사업을 자회사 형태로 운영하는 것일 뿐, SK네트웍스와는 한마음 한 뜻이라는 의미다. 최신원 회장 지분도 0.77%에 불과하다. SK(₩)는 39.12%를 갖고 있다.

실제로 SK네트웍스는 자체적으로도 모빌리티와 렌탈과 관련한 사업을 진행하면서 시너지 효과를 노리고 있다. 온라인 타이어 소핑몰 ‘타이어픽’과 주유소 전기차 충전 사업을 론칭했으며, SK매직에도 코웨이 인수의지를 적극 내보일 만큼 전폭적인 지원을 이어가는 상태다.

오히려 SK네트웍스가 종합상사의 발전 방향을 제시해주고 있다는 환영 목소리도 크다. 상사 업계가 무역에서 벗어나지 못해 이렇다 할 두각을 나타내지 못하는 가운데, SK네트웍스는 사업 분야를 다양하게 확장할 수 있는 종합상사라는 이점을 살렸다는 분석이다.

한 업계 관계자는 “종합상사는 국내 경제 발전을 주도했지만, 변화에 제대로 대응하지 못하면서 그룹내에서도 입

지를 많이 뺏겼다”며 “SK네트웍스처럼 공격적으로 바뀌어야 한다는 주장이 적지 않다”고 말했다.

그렇다고 SK네트웍스가 무역업을 포기한 것도 아니다. SK네트웍스는 여전히 화학과 철강, 석탄 등 무역업도 병행 중이다. 2분기 매출액에서 상사부문 비중은 32.2%에 달한다.

휴대폰 단말기 도매 등 정보통신 부문은 38.1%나 되는 주요 사업이다. 단지 미래 먹거리를 위해 모빌리티와 홈케어 사업으로 체질을 변화하고 있다는 설명이다.

그룹에서도 SK네트웍스는 ‘첨병’ 역할을 톡톡히 하고 있다. 정보통신 부문에서는 해외 진출에 발 빠르게 움직이며 국내 업체인 SK텔레콤의 한계를 극복했다.

수출 제고에도 SK네트웍스 공은 적지 않다. SK매직이 동남아 등 해외에 진출하면서 국산 가전을 널리 알리는 계기를 만들어냈다.

/김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr



삼성전자는 더 월 쇼케이스를 열고 더 월 럭셔리리를 소개한다.

/삼성전자

‘더 월’ 맞춤형 서비스로 국내 판매 시동

삼성전자 ‘더 월 쇼케이스’ 오픈

삼성전자 더 월이 국내 소비자들에게도 소개된다.

삼성전자는 9월 30일 서울 도산대로에 ‘더 월 쇼케이스’를 오픈한다고 밝혔다.

더 월 쇼케이스는 오디오 전문 매장 ‘오드포트’에 86㎡ 규모로 마련됐다. 영국에 이은 세계 두번째, 공간으로는 세 번째다.

삼성전자는 하이엔드 오디오 업체

‘오드’와 협업해 ‘더 월 럭셔리리’를 더욱 고급스럽게 소개했다.

스타인웨이 랑돌프의 사운드 시스템 ‘모텔O’를 결합했다. 더 월 쇼케이스는 1:1 사전 예약제로 운영돼 제품 컨설팅과 체험, 구매 및 설치까지 맞춤형 서비스도 제공한다.

삼성전자는 더 월 럭셔리리를 통해 새로운 시청각 경험과 서비스를 제공하고 본격 판매에 돌입한다는 계획이다.

/김재용 기자

쌍큐 스토어 오픈… 소모품·액세서리 판매

LG전자 생활용품까지 품목확대 계획

LG전자가 쌍큐를 통해 소모품과 액세서리 등을 판매한다. LG전자는 10월 1일부터 쌍큐 앱에 ‘스토어’를 론칭한다고 9월 30일 밝혔다.

LG전자 쌍큐 스토어는 우선 퓨리케어 360° 공기청정기와 코드제로 A9 소모품을 내놨다. 무빙필과 필터, 파워드 라이브와 청소포 등이다.

퓨리케어 360° 공기청정기를 등록

하면 필터 교체시점에 필터 구매 안내 서비스도 제공한다.

LG전자는 앞으로 가전제품뿐 아니라 생활용품, 간편식품까지 판매 품목을 확대한다는 계획이다.

LG전자는 광파오븐 등 주방 가전에도 쌍큐 탑재를 확대하는 상황, 조만간 쌍큐를 이용해 인공지능이 알아서 식료품을 구매해주는 서비스까지 발전할 수 있을 것으로 기대된다.

/김재용 기자

“직접 만져봐야 알지”… 스마트폰 체험 마케팅

삼성전자 ‘갤럭시 스튜디오’ 통해 체험
LG전자 추첨으로 체험단 선정

소비자가 스마트폰을 직접 만져보며 기능을 체험할 수 있는 체험 마케팅이 활발하게 진행되고 있다. 스마트폰에 여러 기술이 도입되고 카메라 성능이 좋아지면서 광고만으론 소비자를 설득하기 어렵고 스마트폰의 교체 주기 증가로 첨단 스마트폰의 장점을 적극 알릴 필요가 높아졌기 때문이다.

30일 업계에 따르면 최근 신제품을 출시한 삼성전자와 출시를 앞둔 LG전자가 소비자와 자사의 제품이 만날 수 있는 접점을 늘리고 있다.

삼성전자는 새로운 스마트폰을 출시할 때마다 신제품을 체험할 수 있는 공간인 ‘갤럭시 스튜디오’를 통해 체험 마케팅을 적극 진행하고 있다. 지난달 문을 연 갤럭시 스튜디오에선 동작 인식으로 스마트폰을 원격으로 제어할 수 있는 스마트 S펜을 비롯해 트리플 카메라 등 ‘갤럭시 노트10’의 기능을 체험할 수 있다.



지난달 서울 영등포 타임스퀘어에 마련된 ‘갤럭시 스튜디오’에 ‘갤럭시 노트10 5G’를 직접 체험해보려는 소비자들로 붐비고 있다.

/삼성전자

지난달 부산을 시작으로 대구, 서울, 대전, 광주 등 5개 도시에서 ‘갤럭시 팬 파티’도 진행했다. 갤럭시 팬 파티 개최는 이번이 4번째로 갤럭시 사용자가 모여 사용 문화를 공유하고 공연을 나누는 축제다.

이달 출시한 폴더블 폰 ‘갤럭시 폴드’ 체험 기회도 늘리고 있다. 삼성전자는 최근 갤럭시 폴드 체험 매장은 전국 11곳에서 22곳으로 늘렸다. 더 많은 소비자에게 새로운 폼팩터를 소개하기 위해서다.

LG전자는 내달 11일 출시를 앞둔 L

G V50S 씽큐(ThinQ)를 체험할 소비자 300명을 오는 3일까지 모집하고 있다. LG전자 페이스북 이벤트 페이지에서 지원서를 작성하면 추첨을 통해 선정한다. 체험단이 되면 LG V50S 씽큐와 신형 LG 듀얼 스크린을 무상으로 받는다.

듀얼 스크린은 탈착형 올레드 디스플레이로 두 개의 화면을 한 번에 볼 수 있다. 사용자는 듀얼 스크린을 통해 각각의 화면에서 서로 다른 앱을 동시에 구동하거나 앱 하나의 UI를 화면 두 개로 확장해 사용할 수 있다.

/구서윤 기자 yuni2514@

쌍용차 “렉스틴 스포츠 시승하고 나만의 가구 제작까지”

‘나만의 DIY 가구 만들기’
프립 협력, 체험행사 진행

쌍용자동차가 2020 렉스틴 스포츠 브랜드 출시를 기념해 요즘 뜨는 국민여가생활앱 ‘프립(Frip)’과 협력해 신차를 시승하고 나만의 가구도 제작해보는 체험행사를 성공적으로 진행했다고 30일 밝혔다.

쌍용차와 프립이 함께하는 ‘나만의 DIY 가구 만들기’는 지난 21일과 28일 두 차례 서울 성동구의 목공방에서 성



쌍용차 렉스틴 스포츠 칸&프립 DIY 이벤트 참가자들이 협력 제작에 앞서 필요한 내용을 교육 받고 있다.

공적으로 진행됐다. 10여 명(회차 별)의 참가자들은 최근 출시한 2020 렉스틴

스포츠 칸(이하 칸) 3박 4일 시승과 더불어 협탁(사이드테이블)을 직접 제작해보는 시간을 가졌다.

참가자 김광규씨(28세, 경기 성남)는 “널찍한 데크에 직접 만든 협탁을 올려 두니 오직 칸만이 줄 수 있는 부드러운 성취감을 느꼈다”며 “막연하게 생각하고 있던 칸의 이미지가 이번 체험을 통해 뚜렷하고 독보적인 강점으로 변화하는 특별한 기회였다”고 소감을 밝혔다.

/양성운 기자 ysw@