

# “홈스타일링 필요하세요? 앱으로 디자이너 연결해 줘요”



## 홈스타일링 플랫폼 ‘홈리에중’

디자이너-고객 직접 연결 플랫폼 500만원 이하부터 홈스타일링

누구나 멋진 집에 살고 싶은 욕망이 있다. 영화나 드라마, 화보에 나오는 집 말이다. 그러나 개인이 하나하나 직접 인테리어하기엔 시간도, 디자인 감각도 부족하다. 전문가에게 맡기거나 상상 이상의 비용이 들어간다. 이들을 구원하기 위해 박혜연 홈리에중 대표가 나섰다.

“디자인은 정말 잘 사는 사람들에게 국한된 소유물처럼 여겨졌어요. 먹고살기 빠듯해서 대중해놓고 살았는데 나도 좀 쾌적하게 살고 싶다 하는 고객들이 갈 곳은 없었습니다. 이런 생각을 하는, 저처럼 평범한 사람들에게도 디자이너의 감성적인 터치를 제공해주고 싶었습니다.”

중산층도 인테리어 디자인을 누릴 수 있도록, 이런 박혜연 대표의 꿈을 담아, 지난 4월 홈스타일링 서비스 큐레이션 플랫폼 ‘홈리에중’이 탄생했다.

### ◆예산과 감성 맞는 디자이너-고객 직접 연결

홈리에중은 디자이너와 고객을 직접 연결해주는 플랫폼이다. 홈페이지에 예산·가족 구성원·입주 정보·공간 사양 등을 입력해 서비스 신청을 하면 거기에 맞춰 디자이너와 연결해준다. 현재 약 30



박혜연 홈리에중 대표 /홈리에중

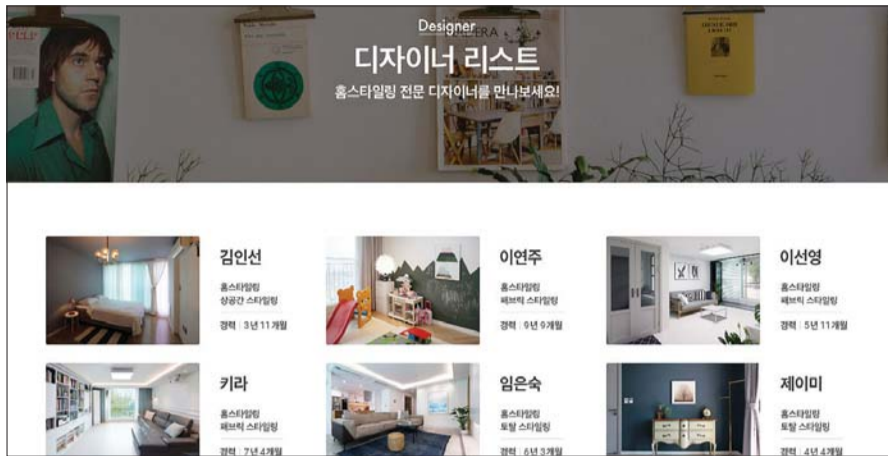
홈리에중, 디자이너 감성 거래 ‘이 느낌 좋은데!’를 사고 파는 것 디자인 거래하게 만드는 게 목표



명의 디자이너가 홈리에중 플랫폼에 들어와 있다. 고객은 포트폴리오를 보고 원하는 디자이너를 선택할 수도 있다.

이렇게 연결된 디자이너는 고객과 상담을 통해 예산과 라이프스타일에 맞는 홈스타일링 서비스를 제공한다. 홈리에중은 500만원 이하부터 5000만원 이상 사이의 중산층 고객을 위한 홈스타일링 서비스 플랫폼을 구축했다.

“디자이너는 일단 고객 파악을 먼저 합니다. 상담을 통해 이 고객이 집 안에서 어떻게 생활하는지 이해하는 거죠.



홈리에중 홈페이지에서 디자이너 리스트와 포트폴리오를 확인할 수 있다. /홈리에중 홈페이지

그리고 고객이 제시한 기준 안에서 스타일링만 할 건지, 전체 수리까지 할 건지를 결정합니다. 신혼부부의 20평대 아파트라면 씩 뜯어고치는 것 대신 가구나 소품을 이용한 디자인 컨설팅을 할 수도 있는 거죠. 고객 예산이 300만 원밖에 없으면 그 300만 원을 제일 잘 쓸 방법을 고안합니다. 그 고객에게 가장 합리적인 서비스를 제공하는 거죠. 10평짜리 복층 오피스텔이나 혼자 살기 딱 좋은 15평 아파트 인테리어도 이런 식으로 진행됐습니다.”

박혜연 대표는 지금까지 인테리어 디자인은 리모델링 시공 중심이었다고 설명한다. 디자이너가 할 수 있는 일이 극히 제한적이라는 것. 박 대표는 이런 상황을 바꾸기 위해 디자이너가 공간을 끝까지 책임질 방법을 택했다.

“인테리어 디자인의 무게중심은 시공에 치우쳐 있습니다. 디자이너가 할

수 있는 것은 마감재나 조명 같은 걸 고르는 데에서 그쳤죠. 저희는 처음부터 공간 세팅이 끝날 때까지 책임 집니다. 결정해야 하는 것이 200~300가지 정도 있어요. 거울은 왼쪽에서 몇 센티미터 들어서 달지, 침구를 린넨으로 할 건지 구스로 할 건지, 이런 것이 다 끝나야 끝이죠. 이런 것이 디자이너도 원하는 일이에요. 도면만 치거나 마감재만 고르는 것이 아닌, 한 공간을 비포에서 애프터로 바꾸는 것 말입니다.”

### ◆디자이너의 감성을 거래한다

박혜연 대표는 홈리에중의 방식이 디자이너의 감성을 거래하는 것이라고 설명했다. 디자이너의 포트폴리오를 보고 이런 느낌, 이런 감성을 사겠다고 결정하는 거다. 박 대표는 이런 방식을 통해 인테리어

디자인에 값을 매기고 싶다고 말한다.

“디자이너가 가진 ‘이 느낌이 좋은데!’를 사는 거예요. 원래 인테리어 디자인 시장에서 이런 감성은 돈을 받지 못했어요. 견적서에 디자인비라고 나와 있는 것도 없죠. 공사비용에 두루뭇술하게 녹아 있습니다. 이런 부분을 명확히 해서 디자인을 사고팔 수 있게 만드는 것이 목표입니다. 향후 디자이너의 시그니처 상품을 만들어 판매하고 싶습니다.”

박혜연 대표의 목표는 홈리에중 플랫폼에 디자이너를 1000명까지 확보해 전국적인 서비스를 제공하는 것이다. 박 대표는 이를 통해 같은 뜻을 가진 디자이너가 많아져 홈스타일링 전문가 시장을 활성화되기를 원한다.

“저와 같이 공간을 디자인하는 사람들이 세상에 꼭 필요한데, 이들이 일을 배울 곳도, 일할 곳도 없었습니다. 모델하우스 디스플레이나 전시 공간 기획 정도가 다였습니다. 아니면 도면이나 설계에 국한되어 있었죠. 시장과의 접점에서 전문가가 설 수 있는 기반이 없었습니다. 그래서 저는 저와 같은 고민을 한 사람들이 성장할 수 있는 기반을 만들어 주고 싶어서 인테리어 디자인 전문가 플랫폼 역할을 하고 싶었습니다. 같은 뜻을 가진 사람들을 키울 수 있는 아카데미도 만들고 싶어요.”

/배한님 기자 ericabae1683@metroseoul.co.kr



## 중기연구원 4일 ‘中企 청년고용 세미나’

중소기업연구원은 한국고용정보원과 오는 4일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 ‘중소기업 청년고용 세미나’를 개최한다고 2일 밝혔다.

‘4차 산업혁명 시대, 청년고용 정책과 중소기업’을 주제로 진행되는 이번 세미나는 ‘미래 일자리 변화와 청년고용 정책’을 주제로 한 세션1에선 한양대학교 전상길 교수가 좌장을 맡고, 한국 직업능력개발원 박천수 선임연구위원이 ‘미래 일자리 변화와 청년고용’, 건국대학교 윤동열 교수가 ‘미래 고용시장 변화 대비 일자리 정책변화와 청년고용’에 대해 주제발표를 한다. 아울러 한국

노동연구원 김유빈 연구위원과 충남대학교 박지성 교수의 토론이 이어진다.

세션2에선 ‘중소기업과 청년고용’을 주제로 서울여자대학교 이종욱 교수가 좌장을 맡고, 한국고용정보원 천영민 연구위원의 ‘중소기업의 청년고용 및 청년정책 인식에 대한 연구’, 중소기업연구원 권준화 연구위원의 ‘독일 중소기업의 청년고용 촉진 방안’에 대한 주제발표에 이어 숭실대학교 광원준 교수와 한국노동연구원 성재민 연구위원의 토론이 펼쳐진다. 세미나는 무료로 진행되며 사전등록 없이 입장할 수 있다.

/김승호 기자

## AJ셀카 올 친환경차 거래량 1.6% 늘어

친환경차 인기가 중고차 시장으로도 옮겨가는 모습이다.

AJ셀카는 올 들어 지난달 28일까지 친환경차 거래량이 전년보다 1.6배 늘었다고 2일 밝혔다. 특히 전기차 비중은 지난해 3%에서 올해 13%로 대폭 확대됐다.

AJ셀카는 내연기관차 환경 오염 이슈가 확대되면서 친환경차 시장 입지가 커지는 영향으로 분석했다. 그 중에서도 전기차는 적은 소음과 부드러운 주행력 등 우수한 성능과 함께 정부 지원금 지급 등으로 인기를 높이고 있다고 봤다.

중고차 총 거래도 전년보다 18%나 증가했다.

인기 차량은 상반기와 같이 현대 LF 쏘나타와 그랜저 HG, 기아 레이가 1~3위를 이어갔다.

반면 LPG 차량 인기는 저조했다. 지난 2분기에 잠시 증가했을 뿐, 전체로 보면 지난해와 큰 차이를 보이지 않았다. 내연기관과 마찬가지로 이산화탄소 배출 문제를 내재하고 있는 데다, 친환경차 성장으로 매력을 어필하지 못한 것으로 AJ셀카는 해석했다.

잔존가치율도 상반기와 비슷한 양상을 보였다. /김재용 기자

## TV하나로마트 리뉴얼... ‘돌발찬스’ 론칭

방송중 쌀·고구마 등 2500원에 판매  
누적 주문액 180억... 농산물 소비 앞장



공영쇼핑은 우리 농축산물 전용 프로그램 ‘TV하나로마트’ 리뉴얼을 맞아 배송비만 내고 상품을 구매할 수 있는 ‘돌발찬스’를 론칭한다고 2일 밝혔다.

돌발찬스는 새롭게 1·2부로 개편된 TV하나로마트 방송 중 쇼호스트의 멘트와 함께 돌발적으로 시작하는 코너다.

쌀, 고구마, 사과 등 우리 농축산물을 배송비 2500원만 내면 구매할 수 있으며, 준비된 한정수량이 모두 판매되는 즉시 끝난다.

새단장 후 처음으로 3일 하루 찾아가

는 TV하나로마트 1부 ‘조금자 채소잡곡’, 2부 ‘임금님표 이천쌀’ 방송 중에는 ‘굴로장생 감귤 7kg’이 2500원에 ‘돌발찬스’로 판매한다.

TV하나로마트는 2015년 12월부터 매주 화요일 방송된 국내산 농축산물 전용 프로그램이다. 총 206회 방송해 누적 주문수량 40만건, 주문금액 180억원 어치를 기록하며 우리 농축산물 소비

촉진에 앞장서왔다.

공영쇼핑은 TV하나로마트 새 단장을 계기로 우리 먹거리에 대한 정보를 더욱 꼼꼼하게 전달할 계획이다. 배우 오미연이 운영하는 유튜브 채널 ‘오미연의 야매주부’와 함께 TV, 유튜브 동시 생방송을 진행한다. 쇼호스트가 아닌 PD·MD가 직접 방송에 출연하는 ‘퍼펙트체크’ 코너를 통해 고객의 문의에 실시간으로 답한다.

이밖에 제작진이 직접 발로 뛰어 산지에 찾아가는 ‘진실탐사대’ 코너 등도 선보인다. 하나로마트 오프라인 매장에는 TV하나로마트 전용 세트를 설치해 LTE 생중계로 제철 농산물 시세와 이벤트 정보를 제공할 예정이다.

/김승호 기자 bada@

## 일렉트로룩스, 식기세척기 2종 출시

세계 첫 ‘컴포트 리프팅 시스템’ 장착

일렉트로룩스는 2일 식기세척기 2종을 출시한다고 밝혔다. 일렉트로룩스는 식기세척기를 필두로 국내 대형가전 시장 공략을 가속화한다는 방침이다. 앞서 일렉트로룩스 스웨덴 본사는 소형과 대형 가전 부문을 하나로 합치는 개편을 단행한 바 있다.

일렉트로룩스 식기세척기는 세계 최

초로 ‘컴포트 리프팅 시스템’을 장착했다. 문을 열고 하단 선반을 25cm 높이까지 들어올려주는 기능으로, 허리를 구부리지 않아도 식기를 담을 수 있다. 사람을 생각하는 디자인으로 ‘2017 레드닷 디자인 어워드’에서 최고상을 수상하기도 했다. 2만회 이상 사용할 수 있는 내구성을 갖췄다.

세척력도 ‘360도 멀티 분사 세척’을 통해 극대화했다. 하단 회전 휠에서



360도 돌아가는 허리케인 세척수를 분사하는 기술이다. ‘익스트림살균 기능’으로 70도 온도로 식기를 살균해 유해균

을 제거하는 기능도 갖췄다. 물 때 없는 건조도 가능하다.

가격은 식기세척기 700이 209만원, 식기세척기 800이 299만원이다.

/김재용 기자 juk@