

# ‘클래스는 영원하다’... “9개 모델 출시, 시장 1위 굳건히”

(수입차)

벤츠, 신년 기자 간담회



Mercedes-Benz

작년 7만8133대 판매... 역대 최고 B·E 클래스, SUV 라인업 계속 출시 모바일 멤버십 프로그램 공개 예정



마크 레인 메르세데스-벤츠 코리아 제품 & 마케팅 부문 총괄 부사장



디미트리스 실라키스 메르세데스-벤츠 코리아 사장



조명아 메르세데스-벤츠 코리아 네트워크 개발 & 디지털 하우스 부문 총괄 부사장



디미트리스 실라키스 메르세데스-벤츠 코리아 사장이 14일 오전 서울 강남구 EQ Future 전시관에서 열린 ‘메르세데스-벤츠 코리아 2020년 신년 기자간담회’에 참석해 발언하고 있다. /손진영 기자 son@

메르세데스-벤츠 코리아가 올해에도 수입차 시장 1위를 지키겠다는 포부를 확고히했다.

벤츠는 14일 서울 가로수길 EQ 퓨처 전시관에서 신년 맞이 기자간담회를 개최했다. 지난해 성과를 돌아보고, 올해 계획을 발표하는 내용이다.

디미트리스 실라키스 사장은 지난해 벤츠가 7만8133대 역대 최고 판매량을 기록하며 4년 연속 수입차 1위를 달성했다고 소개했다. E클래스가 3만9788대로 가장 큰 비중을 차지했고, C클래스와 SUV인 GLC 및 GLS, 더 뉴 A클래스와 AMG와 EQ 등 서브 브랜드도

힘을 보탤 것이라고 덧붙였다.

실라키스 사장이 지목한 성공 비결은 ▲혁신 ▲제품비즈니스 ▲고객만족 ▲기업 책임 등이다. 구체적으로는 플러그인 하이브리드 4개 모델 등 신규 모델 출시와 AMG 드라이빙 센터 운영, 서비스센터 확충과 ‘기브’ 활동 등이다. 세계에서 7번째로 서울에서 ‘스타트업아우토반’을 개최한 데에도 큰 의미를 부여했다.

실라키스 사장은 벤츠가 그동안 글로벌 자동차 시장에서 안전을 주도해왔으며, 안전시험차량 ESF를 통해 안전한 차를 위한 노력을 이어나간다고 강조했다.

제품&마케팅 부문 총괄 마크레인 부사장은 올해 제품 출시 계획을 발표했다. 이에 앞서 지난해 여러 과제를 극복하고 5개 신규모델을 성공적으로 출시하면서 12월에는 8421대를 판매하는 성과를 거뒀다며 한국 시장 중요성을 강조했다.

벤츠는 올해 9개 신규모델과 부분변경 6개 모델을 새로 출시하며 수입차 시장 1위를 공고히 한다는 계획이다. A클래스 세단인 스타트를 끊어, 뉴 CLA와 B클래스, E클래스 카브리올레와 SUV 라인업 GLS와 GLE, GLB, GLC 등도 계속 출시할 예정이다.

서브브랜드도 기세를 이어나간다.

마이바흐 S클래스에 풀만을 추가하고, 더 뉴 마이바흐 GLS도 새로 나온다. AMG도 GT 쿠페 등 부분변경으로 모든 세그먼트에 영향력을 확대한다. AMG 스피드웨이를 활용한 드라이빙 프로그램도 제공한다.

네트워크 개발&디지털 하우스 부문 총괄 조명아 부사장은 올해 네트워크 확장과 사회 공헌 등 계획을 밝혔다. 지난 5년간 네트워크를 2배 확장했으며, 지난해 ‘익스프레스 서비스’를 도입해 소요 시간을 반으로 줄이는 서비스와 부품물류센터를 2배 넓히는 등 성과부터 소개했다.

올해에도 벤츠코리아는 최고의 서비스로 모든 고객의 만족을 극대화하는 것을 최우선의 가치로 둔다는 방침이다. 신속하고 효율적인 서비스를 할 수 있도록 유연하게 네트워크를 확장하고, 모바일 멤버십 프로그램 ‘케어포미(가칭)’을 전세계 최초로 선보이겠다는 계획도 세웠다.

기부활동도 강화한다. 사회공헌위원회가 추진하는 ‘기브’ 프로그램을 바이크와 골프로 확대한 데 이어, 올해에는 부산에서도 기브엔 레이스를 개최함과 동시에 ‘기브 앤 컬처’도 새로 추진한다. /김재욱 기자 juk@metroseoul.co.kr



권평오 코트라 사장(앞줄 왼쪽에서 네 번째)이 지난 13일 파나마에서 개최된 중남미지역 무역투자확대전략회의에 참석한 중남미지역 무역관장들과 함께 진출 다각화를 위해 힘을 모으자며 기념촬영을 하고 있다.

## “진출방식 다각화... 韓 교역 업그레이드”

코트라 무역투자확대전략회의 중남미 수주환경 변화에 대응

“새로운 생산·소비 거점으로 부상하고 있는 중남미 시장에서 제품 수출 외에도 다양한 진출방식을 모색해 한국과 중남미 교역을 한 단계 업그레이드하겠다.”

권평오 KOTRA(코트라) 사장이 지난 13일 파나마에서 개최된 중남미지역 무역투자확대전략회의에서 현지 시장 진출을 다각화할 것을 주문했다. 지난해 중남미 경제는 미·중 무역분쟁으로

인한 글로벌 교역 감소, 원자재 가격의 하향 평준화 등으로 0.2% 성장에 그쳤다. 올해는 1.8% 성장할 것으로 예상되므로 우리 중남미 수출도 다시 늘어날 것으로 전망된다.

이번 회의에서는 주요 환경변화에 대응 ▲티모르를 통한 중남미 프로젝트 수주 ▲GVC 재편을 활용한 중남미 진출 ▲한-중남미 FTA 네트워크 활용 ▲한류 기반 중남미 소비재시장 진출 등 네 분야로 나눠 중남미 진출전략을 도출했다.

/양성운 기자 ysw@

## 휴롬, 공식쇼핑몰서 원액기 ‘50%’ 할인

휴롬은 공식쇼핑몰 ‘휴롬샵’에서 휴롬 원액기와 티마스터를 최대 50% 할인하는 설 맞이 프로모션을 진행한다고 14일 밝혔다.

휴롬은 오는 20일까지 휴롬샵에서 원액기 휴롬원더와 휴롬엠티, 티마스터를

최대 50% 할인 판매한다. 휴롬원더는 정가 대비 41% 할인한 25만4000원, 휴롬엠티는 19% 할인한 21만9000원, 티마스터는 50% 할인한 8만4900원에 구매할 수 있다.

/김승호 기자

## “마일리지, 혜택 ↑... 제한적사용은 오해”

대한항공 마일리지 개편안 오해 풀기 홈페이지에 팝업창 띄우고 설명 추가

대한항공의 마일리지 개편안에 대한 소비자 불만이 커지자 대한항공이 ‘팩트 체크’를 통해 새 제도에 대한 오해 풀기에 나섰다.

14일 업계에 따르면 대한항공은 전날부터 자사 인터넷 홈페이지에 ‘새로워지는 스카이패스의 진실 혹은 오해’라는 팝업창을 띄우고 새 스카이패스 제도에 대한 설명을 추가했다. 대한항공의 팩트 체크는 크게 ▲마일리지 복합결제 ▲마일리지 적립 ▲마일리지 사용 ▲우수회원 등 4가지로 나뉘었다.

대한항공은 항공권 구입 시, 현금이나 카드로 계산하고 항공 운임 20% 이내의 금액을 마일리지로 결제할 수 있도록 한 복합결제의 경우 운임의 20% 밖에 쓸 수 없어 제한적이라는 지적에 대해 “국내선 특가운임부터 장거리 국제선 일등석 운임까지 모든 운임의

20% 이내로 쓸 수 있어 사용 범위는 더욱 넓어진다”고 설명했다. 또한 현금 결제뿐만 마일리지로 적립하는 다른 항공사와 달리 마일리지 지불분을 포함한 전체 운임에 대해 마일리지 적립되기 때문에 이득이라는 점도 부각했다.

제도 개편 후 적립 마일리지 가 줄어든다는 불만에 대해서는 ▲인천-싱가포르 ▲인천-애틀랜타 ▲인천-프랑크푸르트 구간을 예로 들어 동일 노선에 비슷한 금액을 지불해도 다른 항공사보다 더 많은 마일리지를 적립할 수 있다는 점을 강조했다. 대한항공은 “미국만 한 번 왕복해도 우수회원이 될 수 있으며(예약 등급 E 이상) 우수회원이 되면 대한항공 편 탑승 시마다 20~80%까지 엘리트 마일을 추가로 받을 수 있다”고 설명했다.

소비자 불만이 집중된 보너스 항공권 구입에 관해서는 러시아 블라디보스토크와 중국 상하이, 베트남 다낭, 호주 브리즈번 등 예를 들어 이용률이 높은 일반석의 변경을 최소화해 공제 마일리지

가 인하·동결된 노선이 인산된 노선보다 많다고 강조했다. 이어 운항거리 증가에 따른 운임 증가보다 보너스 공제 마일리지 증가폭이 낫다는 점을 들어 개편 후에도 장거리 보너스 이용은 여전히 유상 구매 대비 유리하다는 점을 부각했다. 일등석과 프레스티지석의 적립률이 상향 조정돼 기존보다 적게 탑승해도 동일 구간 및 클래스의 보너스 항공권을 획득할 수 있다는 장점도 내세웠다.

한편 법무법인 태림의 박현식·김동우·하정림 변호사는 지난 12일까지 공동소송 플랫폼 ‘화난사람들’을 통해 대한항공의 공적거래위원회 고발 참여인단을 모집했고 이에 1425명이 참여했다. 이들은 이번 마일리지 변경에 대한 약관 심사 청구와 별개로 대한항공이 주장하는 성수기 기준의 불명확성, 소비자에 대한 부당한 비용 전가 등에 대해서도 전반적으로 검토한다는 입장이다. /김수지 기자 sjkim2935@

## 명절음식으로 가족요리 만들어보세요

홈쇼핑 ‘팍TV’ 통해 레시피 제안

홈쇼핑은 설 명절을 앞두고 명절 음식을 활용한 가족요리 레시피 등 다양한 요리방법을 제안한다고 14일 밝혔다.

홈쇼핑은 지난해 업계가 주목하고 있는 V커머스 매장 ‘팍TV’(옛 플레이샷)를 모바일 앱에서 론칭한 바 있다.

V커머스를 온라인몰과 모바일 앱에

서 상품을 판매하는 것보다 확장된 개념으로, 미디어콘텐츠와 전자상거래가 결합된 형태를 말한다.

‘팍TV’에서는 상품 소개 및 활용법 등을 1~3분 가량의 동영상으로 제작해 다양한 상품을 선보이고 있다. 이를 위해 모바일 앱 내 ‘팍TV’매장에서 ‘황금레시피 BEST 30’ 기획전을 오는 19일까지 진행한다.

/김승호 기자 bada@



설 명절 황금레시피

/홍&쇼팽