

#돌려주는 구독료 #실물카드 대신 모바일

‘사각형 한계’ 넘어... 구독경제·비대면 지평 넓히는 카드사

하나카드 OTT 구독료 적립 혜택
신한카드 카드 발급 전과정 비대면
우리카드 간편결제 할인 확대



하나카드의 '웨이브(wave) 카드'(왼쪽부터), 우리카드의 '카드의정석 언택트(UNTACT)', KB국민카드의 'KB 마이핏 카드', 신한카드의 '딥원스(Deep Once)카드' /각사

최근 카드업계가 구독경제, 언택트(Untact·비대면) 시장 공략에 열을 올리고 있다. 그동안 2030세대를 중심으로 소비패턴이 구독경제, 모바일 서비스가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 영향으로 전 세대에 걸쳐 새로운 소비문화로 자리 잡았기 때문이다.

구독경제는 소비자가 매달 구독료 형태의 일정 비용을 지불하고 필요한 물건이나 서비스를 이용하는 것으로 유튜브 프리미엄, 넷플릭스 등이 대표적인 예다.

9일 카드업계에 따르면 카드사들은 온라인동영상서비스(OTT), 렌탈 서비스 등을 결제하면 할인 또는 적립 혜택을 제공하는 상품을 잇달아 출시하고 있다.

하나카드는 핀테크 전문기업 핀크, OTT 전문기업 콘텐츠웨이브와 함께 '웨이브(wave)카드'를 출시했다. 웨

이브란 SK텔레콤과 지상파 3사의 온라인 동영상 서비스 연합 플랫폼을 말한다.

해당 카드로 일정 금액 이상 사용 시 현금처럼 사용할 수 있는 핀크머니 적립 혜택을 받을 수 있다. 정기 구독 요금을 결제하는 고객뿐만 아니라 SK텔레콤의 주요 요금제를 통해 웨이브를 무료로 구독 중인 고객도 전월 실적 충족 시 무료 구독 중인 웨이브 구독료를 핀크머니로 적립 받을 수 있다.

신한카드는 구독경제 토털 서비스를 내세운 '딥원스 카드'를 선보였다.

지난 2월에 출시된 이 카드는 구독경제에 특화된 상품이다. 가전제품 렌탈료, 자동이체 거래, 구독 서비스 결제 시 이 카드를 사용하면 포인트를 적립해 준다. 최근 딥원스 카드를 활용한 영상 광고도 선보였다.

현대카드도 구독 서비스 혜택에 초점을 맞춘 '디지털 러버' 카드를 출시했다. 유튜브 프리미엄, 넷플릭스, 멜론 등 주요 디지털 스트리밍 서비스 이용요금 최대 1만원을 할인해 준다.

언택트 시대에 맞춰 실물 카드를 없애고 모바일 카드를 출시한 카드사도

늘고 있다.

KB국민카드는 플라스틱 실물 카드 발급 없이 스마트폰에 등록해 사용하는 모바일 전용 상품 'KB 마이핏 카드'를 출시했다.

이 카드는 대부분의 오프라인 가맹점에서 편리하게 카드 결제가 가능하다. 또 모바일 전용 카드 주 이용층인 20~30대 고객의 생활 트렌드와 카드 이용 특성을 분석해 간편 결제, 커피, 쇼핑, 배달 등 고객 선호도가 높고 이용이 많은 업종에 대한 혜택을 제공한다.

신한카드는 모바일 단독 카드 '신한카드 YaY(에이 카드)'를 출시했다. 이 카드는 카드 발급 신청부터 사용까지의 전 과정이 모두 비대면으로 이루어지는 100% 디지털 상품이다. 신청 후 즉시 모바일로 카드를 전송받아 신한페이판(신한PayFAN)에 등록해 사용하기까지 30분이 채 걸리지 않는다.

에이 카드는 상품 서비스 기획 단계부터 비대면 소비 중심의 경제에서 비대면 소비 중심의 경제로 변모하는 언택트 소비 트렌드를 고려해 '홈족'들과 '홈코노미 상권'에 특화된 혜택을 구성

했다.

우리카드도 이달 초 비대면 소비와 구독경제 트렌드에 최적화된 '카드의정석 언택트(UNTACT)'를 내놨다. 소비자 리서치와 빅데이터 분석을 통해 모든 연령대에서 선호도가 높은 25개 이상의 정기결제 할인과 비대면·비접촉 결제 수요 확대에 따라 증가하고 있는 간편결제 할인 혜택을 담았다.

카드업계가 구독경제, 모바일에 집중하고 있는 것은 코로나19 확산으로 최근 2~3개월간 언택트 소비가 급격히 증가하면서 주요 소비 트렌드가 됐기 때문이다.

여신금융협회에 따르면 올해 1~4월 도매·소매업카드승인실적은 약 135조 원으로 전년 동기 대비 6.3%가량 증가했다. 이는 온라인 매출이 실적을 견인했다.

카드사 관계자는 "코로나19가 장기화되면서 언택트 소비는 트렌드가 됐다"며 "모바일 카드로 실물 카드 발급 비용을 줄이고, 구독경제 서비스로 고정 고객을 확보하는 등 효과를 볼 수 있을 것"이라고 말했다.

/김희주 기자 hj89@metroseoul.co.kr

신한銀, 노하우 바탕 軍公제회 주거래은행 협약

신한銀 차세대 통합자금관리시스템 2010년·2015년에 이어 세번째 선정 군인공제회 사업 효율적 수행 지원

신한은행은 군인공제회와 자금관리 업무 주거래은행 협약을 체결했다고 9일 밝혔다. 신한은행은 지난 10년간 군인공제회 주거래은행 사업을 수행해 온 경험과 노하우를 바탕으로 강점인 스마트오피스 구축, 차세대 통합자금관리시스템 등 디지털 업무 환경 지원에서 높은 평가를 받아 주거래은행으로 선정됐다.

신한은행은 지난 2010년 1기와 2015년 2기에 이어 이번에 세번째로 군인공제회의 주거래은행으로 선정됐다. 향후 5년간 군인공제회는 보유 자금을 신한은행에 예치 및 운영하고, 신한은행은 자금 수탁 및 조달 등 다양한 금융지원을 통해 군인공제회 사업의 효율적 수행을 돕게 된다.



9일 서울 강남구 도곡동 소재 군인공제회관에서 진행된 협약식에서 진옥동 신한은행장(왼쪽)이 김도호 군인공제회 이사장과 기념 촬영을 하고 있다. /신한은행

군인공제회관에서 진행된 이번 협약식에서 김도호 군인공제회 이사장은 "공제회의 비전은 글로벌 미래를 선도하는 최고의 군인복지기관으로 도약하는 것"이라며 "비전 달성에 가장 기본이 될 투명하고 안전한 자금관리업무를 신한은행이 잘 지원해주길 바란다"고 당부했다.

진옥동 신한은행장은 "군인공제회의 10년지기 동반자로서 대한민국 국방을 책임지고 있는 공제회원들이 더욱 편리하고 다양한 금융 혜택을 받을 수 있도록 힘을 다할 것"이라고 밝혔다.

/안상미 기자 smahn1@

하나銀, 알리페이 제휴... 中유학생 편의 ↑

위안화로 납부까지 가능

하나은행은 간편결제 서비스를 제공하는 알리페이와 제휴해 국내 대학교에 재학 중인 중국인 유학생들을 대상으로 등록금 수납 서비스를 제공한다고 9일 밝혔다.

알리페이 등록금 수납 서비스는 알리페이 사용자가 알리페이 인터페이스 지 또는 앱을 통해 등록금 고지서 상의 하나은행 가상계좌번호만 입력하면 등

록금 수납 가능 대학교 여부 및 등록금이 즉시 확인돼 위안화로 납부까지 가능한 서비스다. 기존 중국인 유학생들은 한국 대학교 등록금 납부를 위해 외국에서 비싼 수수료를 내고 송금하거나 국내로 송금을 받아 대학교에 직접 납부해야 했지만 알리페이 등록금 수납 서비스를 통해 편리하고 간단하게 등록금 납부가 가능해졌다.

한준성 미래금융그룹 부행장은 "언택트(Untact) 시대에 비대면 수납 서비

스를 통해 해외 유학생들의 수납 편의를 높이고, 유학생들을 유치한 대학교 등도 수납금액 오류 없이 정확한 송금을 받을 수 있게 된 글로벌 K-금융의 우수 사례"라며 "앞으로도 한국 금융의 우수성을 세계에 알릴 수 있는 다양한 비대면 금융 서비스를 확대하겠다"고 밝혔다.

하나은행은 시스템 고도화를 통해 2학기부터는 실시간 환율 서비스를 제공해 납부자의 편의성을 높이고, 현재 수일이 걸리는 대학교로의 입금 기간을 납부 후 익일에 입금 가능하도록 할 예정이다.

/안상미 기자

KB국민카드 1000억 규모 ESG채권 발행

중소가맹점 신용판매대금 조기지급

KB국민카드는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 어려움을 겪는 중소기업에 대한 금융 지원 목적으로 1000억원 규모의 'ESG(환경·사회·책임·지배구조)채권'을 발행했다고 9일 밝혔다.

이번에 발행한 ESG채권은 친환경 또는 사회적 가치 창출 등을 위해 사용되는 특수 목적 채권으로 코로나19로 자금 유동성에 어려움을 겪는 중소기업의 신용판매대금 조기 지급에 사용할 계획이다.

SK증권이 주관해 공모 방식으로 발

행된 채권은 3년 1개월 만기 채권 600억원과 4년 만기 채권 400억원 등 총 1000억원 규모다.

발행 금리는 3년 1개월물의 경우 연 1.492%, 4년물은 연 1.615%로 우수한 신용등급과 자산건전성을 기반으로 민평금리보다 낮은 수준에서 결정됐다.

KB국민카드는 환경과 사회에 긍정적인 영향을 미치기 위한 사업을 보다 효과적으로 추진할 수 있도록 향후 '지속가능채권(Sustainable·ESG Bond)'을 통한 사회적 책임 투자와 자금 조달도 적극 추진하는 등 투자자 저변도 계속해서 확대해 나갈 계획이다.

/김희주 기자



손병환 NH농협은행장(뒷줄 왼쪽에서 여섯번째)이 지난 8일 서울 중구 농협은행 본점에서 직원 홍보모델 및 NH튜버와 함께 위촉식을 갖고 기념촬영을 하고 있다. /농협은행

NH농협銀, 직원 홍보모델·NH튜버 선발

NH농협은행은 지난 8일 서울 중구 본점에서 직원 홍보모델과 NH튜버 21명을 위촉했다고 9일 밝혔다.

이번에 선발된 홍보모델은 남자 2명, 여자 7명, NH튜버는 남자 5명, 여자 7명이다. 학창시절 학교 홍보모델이

나 교내 방송국 리포터 쇼핑몰 모델 등 다양한 이력을 갖고 있다.

홍보모델은 앞으로 1년 동안 NH농협은행의 대표 얼굴로 보도사진 및 홍보 영상 촬영, 대내외 행사지원 등 다양한 활동을 펼칠 예정이다.

/안상미 기자