

코로나 사태 장기화... 급성장하는 택배업계

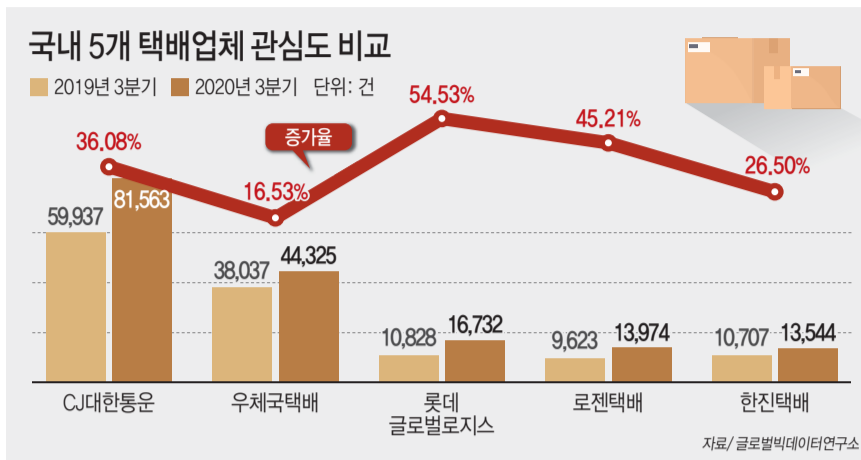
# CJ대한통운, 소비자 관심도 1위

글로벌빅데이터연구소  
22만개 사이트 대상 빅데이터 분석  
5개 택배업체 소비자관심도 급증  
롯데택배 작년비 54% 최다 증가

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 택배시장이 급성장하는 가운데 올해 3·4분기 가장 관심을 많이 받은 택배사는 CJ대한통운이었다. 1년 전보다 관심도가 많이 올라간 곳은 롯데글로벌로지스였다.

글로벌빅데이터연구소는 뉴스, 커뮤니티, 블로그, 카페, 유튜브, 트위터, 인스타그램, 페이스북, 카카오톡, 지식인, 기업·조직, 정부·공공 등 12개 채널의 22만개 사이트를 대상으로 국내 5개 택배업체에 대한 빅데이터 분석을 실시한 결과 이같이 나타났다고 4일 밝혔다.

조사 대상 기업은 올 3분기 '정보량순'으로 ▲CJ대한통운(대표 박근희 부회장) ▲우체국택배(우정사업본부 인터넷우체국, 대표 김유미 국장) ▲롯데택배(롯데글로벌로지스, 대표 박찬복) ▲로젠택배(로젠, 대표 최정호) ▲한진택배(한진, 대표 류경표·노삼석)가 포



함됐다. 분석 결과 온라인 게시물 수, 즉 총정보량을 의미하는 '소비자 관심도'는 3분기에 CJ대한통운이 총 8만1563건을 기록해 1위를 차지했다. CJ대한통운은 지난해 같은 기간 5만9937건에 비해 2만1626건(36.08%)이 늘었다. 3분기 2위는 총 4만4325건을 기록한 우체국택배였다. 다만 우체국택배는 지난해 같은 기간 3만8037건에 비해선 16.53% (6288건)이 늘어나며 조사대상 5개사 가운데 증가율이 가장 낮았다. 3위는 총 1만6732건을 기록한 롯데글로벌로지스였다. 특히 롯데글로벌로지스는 지난해 같은 기간의 1만828건

에 비해 무려 54.53% (5904건) 늘어나며 가장 높은 증가율을 보였다. 로젠택배는 지난해 3분기 9623건에서 올 3분기 1만1394건으로 4351건(45.21%) 늘어나며 4위를 차지했다. 5개사 가운데 포스팅 수 최저를 기록한 한진택배는 지난해 3분기 1만707건에서, 올 3분기 1만3544건으로 2837건(45.21%) 늘었다. 한편 이번 빅데이터 분석 조사 기간은 7월1일부터 9월30일까지였다. 다만 분석시 성인, 도박, 거래, 스포츠, 부동산, 게임, 증권, 광고, 공통글 등에 관한 자료는 제외했다는게 연구소측 설명이다. /김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

## 시몬스, 소아·청소년 환아 의료비 3억 기부

삼성서울병원과 업무협약

시몬스가 희귀성 질환 등을 겪고 있는 소아·청소년 환아들을 위해 따뜻한 선행을 이어갔다.

시몬스는 지난 3일 삼성서울병원과 업무협약을 맺고 소아암 및 중증 희귀·난치성 질환으로 투병하는 소아·청소년 환아들의 의료비 지원을 위해 3억 원 을 기부했다고 4일 밝혔다.

코로나19로 인해 잠시 미뤄졌다 이날 진행된 협약식에서 시몬스와 삼성서울병원은 환아 지원 현황과 중간 성과를 상세히 공유했다.

삼성서울병원에 따르면 시몬스 최대의 이번 기부를 통해 만 24세까지의 소아·청소년 환아 21명이 의료비를 지원 받았다. 이들은 급성 백혈병·신경모세포종·폼페병 등 만성질환이나 중증질환으로 지속적인 입원 및 재활 치료가



지난 3일 삼성서울병원에서 열린 '소아청소년 환아 의료비 지원 업무 협약식'에서 (왼쪽부터)안정호 시몬스 대표, 권오정 삼성서울병원 원장이 기념촬영을 하고 있다. /시몬스

필요했던 긴박한 상황으로 기부금은 ▲수술, 검사 등 입원치료비 ▲외래진료, 검사 등 외래치료비 ▲휠체어, 보청기 등의 의료보장구 구입 등에 사용됐다. /김승호 기자

## 에이스침대, 에이스 스퀘어 전주점 오픈

273평 대형 매장, 체험존 등 구성

에이스침대는 전북 전주시 덕진구에 전북 지역 최초의 대형 프리미엄 매장인 '에이스 스퀘어 전주점'을 열었다고 4일 밝혔다.

에이스 스퀘어 전주점은 902㎡(약 273평)의 대형 매장으로 다양한 프레임과 매트리스를 직접 체험하고 구매할 수 있는 장점이 있다. 또한 고객들이 니즈에 맞는 제품 및 사이즈를 쉽게 상담 받고 구매할 수 있도록 매장 내부를 체험존, 싱글존, 패밀리존, VP존, 틸세트존, 스트레스리슨 등으로 세심하게 구성했다.

'침대만큼은 직접 누워보고 구매해야 한다'는 철학을 가진 에이스침대는 이런 고객의 요구를 충족시키기 위해 지역 대표 상권에 체험형 프리미엄 오프라인 매장인 '에이스 스퀘어'를 열고



에이스 스퀘어 전주점 전경.

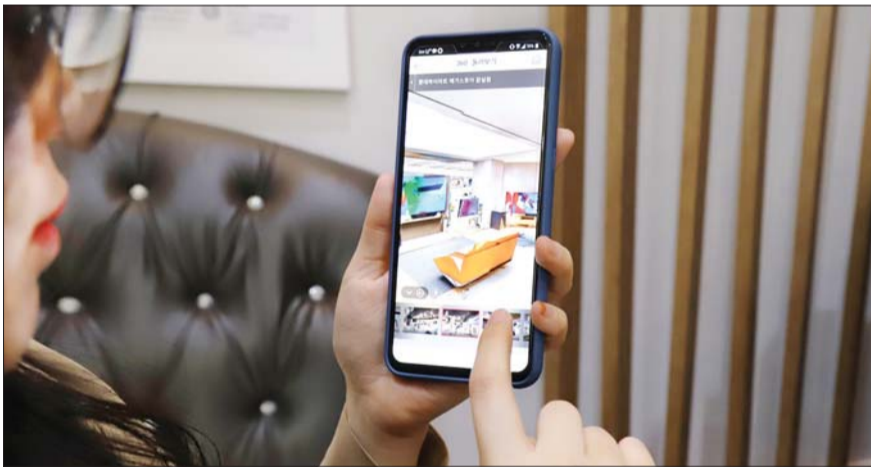
있다. 전북지역에 처음 들어서는 이번 '에이스 스퀘어 전주점'은 지역 소비자들에게 에이스침대를 포함한 다양한 프리미엄 브랜드와 제품을 소개할 예정이다. /김승호 기자

## 롯데하이마트 “VR로 매장 체험해보세요”

메가스토어 VR 체험 서비스 시작  
3개 테마존·16개관으로 나눠 구성

롯데하이마트가 가상현실 기술을 활용해 고객 편의 서비스를 강화한다. 롯데하이마트는 4일 롯데하이마트 모바일 앱에서 '메가스토어 VR(Virtual Reality, 가상현실) 체험 서비스'를 시작한다. '롯데하이마트 메가스토어 잠실점' 곳곳을 직접 방문하지 않고도 살펴볼 수 있는 서비스다.

서울 송파구 잠실동에 위치한 롯데하이마트 메가스토어 잠실점은 지난 1월 오픈한 전체 면적 7431㎡(약 2248평) 규모의 초대형 매장으로, 프리미엄 가전부터 e-스포츠 경기장, 1인 미디어 전문 코너, 스타트업 혁신 상품 체험 전시관 등 다양한 체험 요소에 이르기까지 롯데하이마트의 오프라인 역량을 모은 라이프스타일숍이다. '메가스토어 VR 체험 서비스'는 매



휴대폰을 활용해 롯데하이마트 메가스토어 잠실점을 가상으로 방문하는 모습 /롯데하이마트

장 주요 공간을 3개 테마존, 16개관으로 나눠 가상현실로 체험할 수 있게 운영한다. 브랜드존에는 다이슨, 스메그, 로라스타 등 글로벌 인기 브랜드 가전부터 삼성, 엘지 등 국내 우수 제조사 프리미엄까지 다양한 코너가 있다. 카테고리존은 가전제품을 품목별로 모아놓은 공간이다. 주방·생활가

전, 뷰티가전, 카메라존, PC 및 모바일 관 등을 품목별로 한데 모았다. 체험존도 가상현실로 살펴볼 수 있다. 프리미엄 오디오 청음실, 1인 미디어존부터 우수 스타트업 제품 기술력을 경험할 수 있는 메이커스랩까지 다양하게 선보인다. /신원선 기자 tree6834@

## 넷마블, 내달 모바일 음성인식 기술 공개

경량화로 모바일 게임 탑재 가능

넷마블은 내달 6일부터 캐나다 밴쿠버에서 열리는 'NeurIPS 2020(Neural Information Processing Systems, 신경정보처리시스템학회)'에서 딥러닝 기반 모바일 음성 인식 기술을 선보일 예정이라고 4일 밝혔다.

NeurIPS는 세계 최고 권위의 인공

지능 컨퍼런스, 머신러닝과 빅데이터, 시청각 정보처리 등 다양한 인공지능(AI) 분야의 연구를 다룬다.

넷마블은 이번 컨퍼런스 데모 세션에서 '딥러닝 기반 음성 인식기를 세계 최초로 모바일 게임에 탑재 가능한 수준까지 경량화한 기술(MONICA, 모니카)'을 공개할 예정이다. 모니카는 논문 심사관 전원에게 'Strong Accep

t'라는 리뷰 결과를 받아 만점으로 심사를 통과했다.

논문 발표를 맡은 넷마블 AI센터 안수남 팀장은 "모바일 게임에 필요한 음성 사용자경험(UX)은 인식률과 응답 속도가 매우 중요하기 때문에 이를 지속 개선해 나가는 것에 초점을 맞추고 있다"며, "모바일 내에서 높은 정확도와 빠른 응답 속도로 반응하는 음성 인식기를 세계 최초로 개발해 게임 이용자들의 몰입도 향상에 주력하고 있다"고 설명했다. /김나인 기자 silkni@



서울우유협동조합은 공식물 '나100샵'에서 '따끈따끈 특가 이벤트' 진행한다.

### 서울우유협동조합 '따끈따끈특가' 이벤트

서울우유협동조합이 운영하는 공식물 '나100샵'에서 '따끈따끈특가 이벤트'를 이달 30일까지 진행한다.

'따끈따끈 특가 이벤트'에서는 오직 '나100샵'에서만 구입할 수 있는 다양한 상품이 준비되어 있다. 매주 화요일, 목요일에 진행되는 특가 상품으로는 서울우유협동조합의 인기제품인 치즈샷 5종을 비롯해 서울우유 멸균우유, 짜요짜요 3종, 귀리우유 등을 무료 배송 혜택으로 만나볼 수 있다. /조효정 기자 princess@

### BGF리테일-중기부 '희망줄라면' 출시

편의점 컵라면이 정채 홍보 플랫폼으로 변신했다.



CU를 운영하는 BGF리테일과 중소벤처기업부 자영업자 및 소상공인을 응원하기 위해 '희망줄라면(사진)'을 출시하고 공동 캠페인을 진행한다.

희망줄라면은 단돈 1000원이며 제조는 오투기가 맡아 한국 사람들이 가장 선호하는 대중적인 매운맛 라면을 개발했다. 총 30만 개 한정수량으로 이달 5일부터 전국 1만 4000 여 CU에서 판매한다.

해당 상품은 컵라면이 익는 잠깐의 시간 동안 소비자들이 코로나19로 어려움을 겪고 있는 자영업자와 소상공인들에게 희망의 메시지를 전하기 위해 특별 기획됐다. /신원선 기자