

3040 벤처 CEO 열전 '더키트' 고지현·박영훈 공동창업자

외국 식탁에 '예쁜 김치 한스푼'... 아마존 김치 '1위' 기업

한국인의 밥상에는 김치가 빠지지 않고 매일 올라가지만, 외국인에게 김치는 익숙한 음식이 아니다. 이에 '더키트' 고지현·박영훈 공동창업자는 캔 김치 '피키위키'를 개발해 외국인의 시선에서 김치를 쉽고 부담없이 즐길 수 있도록 했다.

고지현과 박영훈 공동창업자는 2017년 '더키트'를 설립, 한국문화를 글로벌 시청자들에게 소개하는 유튜브 콘텐츠를 운영해왔다.

더키트는 유튜브를 중심으로 언어와 국가 등의 경계를 넘나드는 콘텐츠 IP를 기획·제작하고 유통하는 콘텐츠 미디어 전문 스타트업이다. 고지현 대표는 CJ ENM 디지털미디어부에서 국내 첫 유튜브 비즈니스를 시작한 경험이 있다. 박영훈 대표 역시 고 대표와 트레저헌터에서 MCN 비즈니스를 운영

하며 경험을 쌓았다.

두 사람은 온·오프라인 모두 영향력을 만들 수 있는 콘텐츠 사업을 만들기 위해 '더키트'를 창업했다. '영국남자', '헨리뤼헨니'를 비롯한 총 6개 유튜브 채널과 파트너십을 통해 구독자 1000만명 이상을 보유한 글로벌 MCN 회사로 자리매김했다. 그러다가 최근에는 동영상 을 넘어선 방식으로 한국문화를 전달하고 확장시키는 것에 관심을 갖게 됐다.

두 사람은 "한류의 중심이 K-팝에서 영화, 드라마, 스포츠 등 콘텐츠로 옮겨오면서 외국인들은 한국인의 삶과 그 속에 담긴 브랜드와 제품에까지 관심을 갖게 됐다"며 "오징어 게임"이 흥행한 뒤 달고나 키트에 관심이 높아지고, '킹덤'이 흥행하고 갓과 호미 등이 아마존에서 높은 판매를 일으킨 게 대표적인 예"라고 말했다.

이어 "외국인의 관점에서 재해석한 자체 브랜드 '피키위키'를 론칭하며 첫 출발 주자로 김치를 선택했다"며 "현지인의 관점에서 새로 디자인한다면 더 큰 반응을 불러일으킬 수 있을 것이라 생각했다"고 설명했다.

'피키위키'는 마늘과 젓갈이 들어가지 않은 비건 인증 김치로, 김치고유의 맛은 유지하면서 어떤 레시피에도 쉽게

▶ 피키위키 캔 김치

캔 김치 브랜드 '피키위키' 개발

한국화 소개 유튜브 콘텐츠 운영 영국남자 등 6개 채널과 파트너십 영상 넘어 韓 문화·제품으로 확장

젓갈 없는 비건인증 '토픽용 김치' 외국인 시선 끄는 디자인으로 성공

와디즈펀딩 통해 국내서도 선배 국내외 모두 즐기는 브랜드 목표

응용할 수 있게 깔끔한 맛을 구현해 요리 토픽에 최적화했다.

젓갈 대신 대파유를 첨가해 맛을 극대화한 것은 해외 소비자들이 김치를 먹고났을 때 깔끔한 끝맛을 느낄 수 있게 함이다. 또한 젓갈을 사용할 경우 발효가 진행되면 캔이 폭발할 가능성도 있기 때문이다.

지난해 아마존 입점과 동시에 김치 카테고리 판매 1위를 기록했으며, 올해는 아마존 자체 추천 상품인 '아마존 초이스'에 선정돼 미국 현지의 여러 유통 채널로부터 입점 제안을 받고 있다. 8월부터는 미국의 월마트에서도 '피키위키'를 판매중이다.

지난 7월에는 미국과 영국에서의 성공을 발판삼아 더욱 다채로운 경험을 선사하기 위해 신제품 2종을 추가 출시하고, 와디즈펀딩을 통해 국내 소비자들에게 첫 선을 보였다.

국내 고객의 가장 많은 반응 중 자부심을 느낄 수 있었던 후기 중 하나는 '김치가 이렇게 예뻐 수 있구나 꼭 구매하고 싶다' 였다고.

고 대표는 "한국에서 갖고 있는 정형



(왼쪽부터)박영훈, 고지현 '더키트' 공동창업자는 캔 김치 '피키위키'를 개발해 외국인의 시선에서 김치를 쉽고 부담없이 즐길 수 있도록 했다. /더키트

화된 김치의 정체성이 있다보니 더 많은 실험과 시도, 잠재된 가능성의 발견이 이뤄지지 않는다는 생각이 있었다"며 "김치를 한식이 아닌 다양한 메뉴와 요리에 곁들이는 고객의 사용기를 직접 접할 수 있는 좋은 기회였고, 간편성과 후대의 용이성에 대한 만족도가 높은 것을 확인했다"고 말했다.

'피키위키' 1캔에 담겨 있는 김치 양은 성인 2명이 하루에 먹을 수 있는 양이다. 1인 가구 증가에 따른 간편식 증

가, 배달음식 이용이 늘어나는 상황을 고려하면 충분히 경쟁력이 있다.

'피키위키'는 한국에 뿌리를 둔 제품들을 기반으로 국내외에서 모두 즐길 수 있는 제품 라인업을 갖춘 브랜드가 되는 게 목표다. 이번 김치 제품을 통해 '토픽용 김치' 포지션을 알리고, 김치를 국내외 소비자 모두가 재미있게 접할 수 있도록 다수의 F&B 및 유통 파트너사와 마케팅을 진행하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



中 전기차에 발 빠는 버핏?... 비야디 또 매각

차이나 뉴스&리포트

14년 만에 처분 후 일주일새 또 팔아 버핏 매각에 비야디 주가 곤두박질

'투자의 귀재' 워런 버핏이 중국 전기차 제조업체인 비야디(BYD) 주식을 또 팔아치웠다. 2008년 사들였던 BYD 지분을 14년 만에 처음으로 처분한 지 일주일 만이다.

전문가들은 버핏의 매도를 두고 중국 전기차 시장이나 BYD에 대한 기대를 접은 것으로 확대 해석할 필요는 없다면서도 당분간 BYD 주가가 반등하기는 어려울 것으로 전망했다.

4일 블룸버그에 따르면 버핏이 이끄는 버크셔 해서웨이는 지난 1일 홍콩 증시에 상장돼 있는 BYD 주식 172만주를 추가 매도했다고 보고했다. 이에 따라 버크셔의 BYD 지분율은 기존 19.02%에서 18.87%로 낮아졌다.

매도 평균가격은 262.72 홍콩 달러로 총 매각 규모는 4억5080만 홍콩 달러(미화 5750만 달러)다.

앞서 버크셔는 BYD 주식 133만주를



'투자의 귀재' 워런 버핏(가운데)은 지난 2008년 전기차 회사인 BYD의 지분을 사들였으며, 지난달 처음으로 주식을 매도했다. /AP·뉴스시스

4700만달러에 처분했다고 밝힌 바 있다.

버핏이 BYD 지분을 처음 매입한 것은 2008년 9월이다. 투자규모는 2억 3000만 달러며, 지분 매각에 나선 것은 14년 만에 처음이다. 버핏의 BYD 수익률은 600%를 웃돌며, 평균금액만 80억 달러에 달한다.

BYD 최대주주인 버핏의 매각설이 사실로 확인되면서 BYD 주가는 급락했다. 매도 공시가 나온 지난달 30일에는 2년 만에 최대폭인 7.1% 하락으로 장을 마쳤다.

BYD 주가는 2020년 423%, 2021년 31% 상승했지만 올해는 14% 하락했다.

시장에서는 당분간 버크셔의 매도가 이어질 것으로 봤다. 버크셔는 올해 들어 에너지 비중을 확대한 반면 경기소비는 비중을 축소하면서 BYD 매도는 이미 어느 정도 예견됐고, 주가 급등에 따른 차익실현 유인도 컸다.

EFG자산운용의 데이리리 펀드매니저는 "버크셔의 추가 매도가 예상된다"며 "단기적으로 BYD에 대한 투자심리는 회복되기 어렵겠지만 장기적으로는 여전히 실적 등 회사 펀더멘탈에 따라 주가가 움직일 것"이라고 밝혔다.

주가는 당분간 부진하겠지만 중국 전기차 시장이나 BYD의 성장성이 나빠질 것으로 확대 해석할 필요는 없다는 분위기다.

BYD는 전기차 시장 점유율은 30%에 육박하는 중국 최대 전기차 제조업체며, 세계 3위 배터리 제조사다. 올 상반기 순이익은 35억9000만 위안으로 전년 동기 대비 206% 급증했다.

/안상미 기자 smahn1@

인도에 초대형 석유화학단지 사업 추진

>> 1면 '신동빈 동남아'서 계속

접목할 주요 첨단 서비스로는 주거시설에 적용되는 ▲빅데이터 활용 실시간 정보 공유 ▲사물인터넷(IoT)·인공지능(AI) 홈케어 서비스 ▲원격 진료를 포함한 헬스케어 등이 있다.

오피스에는 ▲안면인식 스마트 출입 시스템 ▲AI 예약 관리 시스템 등이 마련되며 유통·호텔 시설에는 ▲스마트 결제 ▲드론·배달 로봇 ▲스마트 컨시어지 서비스 등 다양한 첨단 서비스를 제공할 예정이다.

투티엠 신도시는 호찌민시가 중국상하이 푸둥지구를 벤치마킹해 동남아 경제 허브를 만들겠다는 목표로 개발 중이다. 롯데가 이곳에서 확보한 투티엠 에코스마트시티 부지는 지역내 최고급 주거지구로 위치했으며 동서 고속도로가 인접했다.

롯데는 베트남 프로젝트와 더불어 인도네시아에서도 화학군을 중심으로 한 대규모 사업을 본격화 중이다. 신동빈 롯데 회장은 지난 8월 29일 롯데의 해외 투자 중 최대 규모인 인도네시아 '라인 프로젝트' 현장을 직접 방문해 프로젝

트 진척 상황을 점검한 바 있다.

인도네시아 반덴 주에서 총 39억 달러를 투자해 추진 중인 '라인 프로젝트'는 롯데케미칼이 자회사인 롯데케미칼 타이탄과 합작해 납사크래커(NCC)를 건설하고 기존 폴리에틸렌(PE) 공장과 수직계열화를 완성하는 초대형 석유화학단지 조성 사업이다.

프로젝트 완공 시엔 연간 에틸렌 100만 톤, 프로필렌(PL) 52만 톤, 폴리프로필렌(PP) 25만 톤 및 하류 제품을 생산할 수 있어 국내 최대 에틸렌 생산 화학사의 자리를 공고히 할 수 있다. 더불어 프로젝트는 인도네시아 최초의 납사크래커 건설 사례로 전체 석유화학제품 수요의 50% 가량을 수입으로 해결하고 있는 인도네시아 석유화학산업 발전의 토대를 구축하는 계기도 될 예정이다.

롯데케미칼 김교현 부회장은 "롯데케미칼은 동남아 시장의 성장 가능성과 석유화학제품 수요 증가를 선제적으로 예측하고 라인 프로젝트를 추진해왔다"며 "롯데케미칼의 글로벌 사업경쟁력 강화와 인도네시아 경제성장 및 고용창출에 기여할 것으로 기대된다"고 말했다.

/김서현 기자 seoh@