

# 중국發 이커머스 돌풍... 카드사, 신판확대 '기대반 우려반'

알리·테무 등 초저가 무기로  
국내 유통시장서 성장 가팔라  
카드업계, PLCC 등 제휴 눈독  
중기업과 본격협력은 시기상조  
자칫 상표가치 훼손 우려 높아

**AliExpress**  
Smart Shopping, Better Living!



국내 유통시장에서 알리익스프레스, 테무(TEMU) 등 중국발 이커머스 기업이 입지를 다지면서 카드업계의 이목이 쏠린다. 상황에 따라 상업자표신용카드(PLCC) 제휴도 고려할 수 있다는 의견이다.

1일 통계청의 '2023년 온라인쇼핑동향'에 따르면 지난해 해외직접구매액은 6조7567억원으로 1년새 26.9% 증가했다. 이 가운데 중국발 직구금액 상승률은 121.2%로 조사됐다. 미국(7.3%↓)과 일본(11.0%↑) 대비 증가세가 가파

르다. 중국발 이커머스 기업이 '초저가 전략'을 내세우면서 국내 소비자를 확보한 영향이다.

유통업계의 '메기'가 등장하면서 카드업계 또한 주목하고 있다. 이커머스 기업과의 협업은 '흥행 보증수표'로 분류되는 만큼 신판 확대 효과를 누릴 수 있어서다. 국내 대표적인 이커머스 플랫폼인 쓱(SSG), 11번가, 쿠팡 또한 카드사와 제휴를 통해 신용카드 상품을 출시했다.

그간 카드사와 중국이커머스 업체와 협업은 일회성 행사에 그쳤다. 아울러

중국의 기념일인 '광군절'에 맞춰 할인 행사를 진행하는 등 블랙프라이데이를 제외하면 국내 시장과 시의성을 맞추는 것에도 어려움을 겪었다. 중국 이커머스 업체가 국내시장 진입 속도를 높이면 제휴 행사나 서비스가 활발해질 전망이다.

카드업계가 눈독을 들이고 있는 분야는 PLCC다. 특정 기업에 특화된 혜택을 제공하는 만큼 제휴 업체의 이용자를 흡수할 수 있어서다. 특히 중국 이커머스 기업이 초저가 전략을 고수하고 있는 만큼 자금 여력이 떨어지는 대학

생, 사회초년생 등을 확보할 수 있을 것이라 기대감도 등장한다.

최근 이커머스 기업과 제휴를 한 곳은 KB국민카드다. 쿠팡과 업무협약을 맺고 지난해 10월 '쿠팡와우카드'를 출시했다. PLCC카드는 제휴사의 충성고객을 카드사의 회원으로 유입시키는 데 효과적인 만큼 이커머스 업계 1위 기업과의 협업이 신규회원 확보에 영향을 줬을 것이라 분석이다.

실제로 지난해 9월 KB국민카드의 신규신용카드 회원수는 10만9000명으로 업계 2위를 기록했다. 와우카드를 출시한 10월, 신규회원 11만9000명을 모집하면서 현대카드와 공동 1등을 차지했다. 다음달인 11월에는 신규회원 13만8000명을 확보하면서 국내 카드사 중 가장 많은 회원을 유지했다.

지난달 기준 KB국민카드의 신용카드 전체 회원 수는 1208만8000명이다.

신용카드사 7곳(신한·삼성·KB국민·현대·롯데·우리·하나카드) 중 3위다. 2위인 삼성카드(1287만7000명)과의 격차는 6.5%다. 전년 동기 두 회사의 전체 회원 수가 9.2% 차이가 난 것을 감안하면 2.7%포인트(p) 간격을 좁히는 데 성공했다.

하지만 중국이커머스 기업과의 본격적인 협력은 시기상조라는 의견이 지배적이다. 중국 기업에 관한 소비자들의 인식 조사가 우선이라는 지적이다. 자칫 상표가치를 훼손할 수 있는 만큼 연내 '알리카드', '테무카드'를 출시하기 어렵다는 것.

한 카드업계 관계자는 "소비여력이 높아지는 시기여서 알리익스프레스, 테무 등과는 일회성 행사를 진행하고 있지만 본격적인 협업에는 준비가 더 필요하다"고 말했다.

/김정산 기자 kimsan119@metroseoul.co.kr

## 예경탁 경남은행장 취임 1주년... 조직 역량강화·상생금융 심혈

전체 기업대출 91%가 중소기업  
지자체와 스타트업 지원 협력으로  
지역재투자 평가 3년 연속 최우수

BNK경남은행은 예경탁 은행장의 취임이 1주년을 맞았다고 1일 밝혔다.

경남은행은 지난 한 해를 '지역경제 생태계에 큰 힘이 되는 은행'이라는 경영철학 아래 내·외부에 걸친 변화와 혁신에 힘을 쏟은 한 해였다고 소개했다.

내부적으로는 급변하는 금융 환경에 대비해 조직의 역량 강화에 집중했고, 외부적으로는 '지역 상생' 및 '따뜻한 금융'의 가치 실천과 수도권 영업 기반 확대 등 신성장 동력 확보에 힘썼다.

경남은행은 특히 상생금융을 실현을 위해 중소기업 대출에 집중했다. 지난해 말 기준 경남은행 전체 기업대출의 약 91%인 24조8천억이 중소기업 대출이었다..



예경탁 BNK경남은행장.

/BNK경남은행

이어 지난 1월에는 신용보증기금 및 기술보증기금 등 공공기관과 업무협약을 맺고 미래 유망산업, 수출기업 등에 2500억 원 규모의 보증한도를 지원하기로 하는 등 지역 경제에 공헌하기 위한 노력을 이어가고 있다.

지자체와도 협력을 강화했다. 지난해 12월 경남은행은 'Connecting wit

h US 행사'를 개최해 스타트업 생태계 조성의 초석을 마련했고, 지역 스타트업 발굴 및 지원, 창업·투자 생태계 활성화 등을 위한 '도내 창업 활성화를 위한 업무협약'을 경상남도도와 체결했다.

이에 경남은행은 '지역재투자 평가'에서 3년 연속 종합 최우수 등급을 획득했고, 금융감독원이 주관하는 '포용금

융 유공기관 포상' 중소기업 지원 부문에서 수상하기도 했다.

아울러 조직 내부의 변화와 혁신에도 공을 들였다. 급변하는 금융 환경에 대비해 유동성 위기관리 시스템을 고도화하고, 자산건전성 관리에 심혈을 기울여 재무 안정성 높였다. 비대면 소매금융 경쟁력 강화를 위해 '쉽고 편리하고 안전한 디지털 경남은행'을 목표로 각종 뱅킹 서비스 및 내부 프로세스의 디지털 전환에도 힘쓰고 있다.

예경탁 경남은행장은 "지난 한 해 임직원들이 한 마음으로 노력해 대내외 위기를 슬기롭게 극복하고 성장의 기반을 마련했다"며 "올해도 그룹의 비전인 '체상을 가슴 뛰게 하는 금융'을 바탕으로 지역 경제와 고객의 삶에 함께하는 든든한 은행으로서 변화와 혁신, 상생과 동행의 발걸음을 멈추지 않겠다"고 말했다.

/안승진 기자 asi1231@

## 이달 4만 가구 분양 서울 1066세대 공급

4월 중 전국 아파트 분양 예정 물량이 4만825세대에 달하는 것으로 나타났다. 이는 전년 동월(1만5192세대) 대비 2배 이상 많은 물량이다.

1일 부동산 플랫폼업체 직방에 따르면 이달 분양 예정 물량(총가구수 30세대 미만 아파트 단지·임대아파트 단지·사전청약 등 제외)은 45개 단지, 총 4만825세대로 조사됐다. 일반분양 규모는 3만4091세대다. 전년 실제 분양이 이뤄진 단지(1487세대)와 비교하면 27.5배 늘어난 수치다.

지난달 실제 분양이 이루어진 단지의 공급실적률은 9%로 집계됐다. 3월 청약률 개편 소식에 따라 계획 물량 자체도 적었고, 마지막 주 계획한 물량도 일정이 미뤄지며 공급실적률이 저조한 성적을 나타냈다.

권역별로는 수도권에 1만4196세대가 공급된다. 경기 8821세대, 인천 4309세대, 서울 1066세대가 분양될 예정이다.

경기에서 분양되는 단지로는 수원시 장안구 이목동 '복수원이목지구디에트르더리체 I·II'가 총가구수 2512세대로 가장 규모가 컸다. 김포시 북변동에선 '김포북면우미린파크리브(1200세대)'가 분양을 준비하고 있다.

인천은 계양구 효성동에만 물량이 집중됐다. '계양롯데캐슬파크시티(2,3BL)'에서 3053세대의 대단지가 공급된다.

서울의 경우 강동구 성내5구역을 재개발한 '그란츠리버파크(407세대)', 영등포구 1-13구역을 재개발한 '영등포센트럴푸르지오위브(659세대)'가 일반분양을 계획하고 있다.

지방은 2만6629세대가 공급된다. ▲광주 6400세대 ▲부산 4778세대 ▲경남 4135세대 ▲대전 2308대 ▲전북 2251세대 ▲강원 1855세대 ▲충남 1518세대 ▲전남 1272세대 ▲대구 1098세대 ▲울산 1014세대 순으로 분양이 예정됐다.

/김대환 기자 kdh@

## 필요한 보장만, 짧고 저렴하게... '미니보험' 뜬다

카카오페이손보, 단기 운전자보험  
농협생명, 1년만기 용종진단보험 등  
보험사, 소액 단기보험 잇따라 선포

보험업계가 최신 트렌드로 '미니보험'을 선보이고 있다. 미니보험이라고 불리는 소액단기보험은 보험기간이 짧고 꼭 필요한 보장만 넣어 보험료를 저렴하게 설계한 보험을 의미한다.

1일 보험업계에 따르면 보험사들은 최근 보장기간이 짧고 보험료가 저렴한 상품을 출시하고 있다. 가입 절차를 간소화하고 소비자 수요가 높은 위험을 단기 보장해 선택할 수 있도록 한다.

미니보험은 담보가 단순해 상품을 쉽게 이해할 수 있다. 보험료도 낮아 소비자들 쉽게 접근할 수 있다. 보험사 입

장에서는 신규 고객을 손쉽게 확보하고 향후 고객 데이터를 활용해 교차 판매가 가능하다.

카카오페이손해보험은 지난달 8일 운전자보험을 타사 처럼 10년 이상 가입하는 장기보험이 아닌 1~3년 사이로 가입할 수 있는 단기 일반보험으로 출시했다.

개인 운전 경력이나 습관 등에 따라 필요한 보장을 원하는 만큼 고를 수 있어 고도화된 보장 맞춤 설계가 가능하다. 고정된 가입 담보가 정해져 있는 기존 운전자보험과 달리 저렴한 보험료에도 충분한 보장 수준을 설정할 수 있다.

전체 가입자의 49%가 카카오톡 공유하기를 통해 운전자보험에 가입하면서 판매를 시작한 지 일주일 만에 가입자 1

만명을 돌파했다.

NH농협생명은 지난해 5월 생활 밀착형 미니보험 '검진쏘옥NH용종진단보험'을 출시했다. 큰 호응을 얻어 판매건수 1만건을 돌파해 NH농협생명 온라인보험 최다 판매를 기록했다.

NH농협생명은 "검진쏘옥NH용종진단보험은 주계약 단독 상품으로 보험료 부담이 적고 1년 만기 구조로 누구나 쉽게 가입할 수 있는 장점이 있다"고 전했다.

롯데손해보험은 지난해 8월 생활 밀착형 미니보험 전용 플랫폼인 '앨리스(ALICE)'를 출시했다. 보험을 고객의 일상 속 위험 만큼 가까운 곳에 위치시켰다는 방침이다.

앨리스를 통해 16종의 생활밀착형보

/김주형 기자 gh471@