

# 유튜브·SNS 등 디지털 브랜딩으로 'BNK 알리기' 총력

BNK금융, 지방금융 이미지 탈피  
젊은세대 대상 디지털 브랜드 확장

유튜브 구독자 약 18만9000명  
돈스토리 최고 시청수 약 40만명  
인스타그램 구독자 약 8만명  
부산 프로게임단 'FearX' 지원

BNK금융이 유튜브, 사회관계망서비스(SNS), 프로게임 등 다양한 채널로 디지털 브랜드 확장에 나서고 있다. 지방금융 특유의 고착화한 이미지를 탈피하고, 디지털 매체에 익숙한 젊은 세대를 대상으로 BNK금융만의 브랜드를 인지시킨다는 전략이다.

7일 금융권에 따르면 BNK금융그룹을 대표하는 유튜브 채널 'BNK금융'의 구독자는 약 18만9000명이다. 이는 DGB금융그룹 대표 채널인 'iM타운'의 약 4배에 달한다. JB금융그룹 내에서 구독자가 가장 많은 '광주은행' 채널보다는 약 5배 가량 많은 숫자다.

'BNK금융' 유튜브 채널의 대표 프로그램은 국내·외의 경제적 이슈 및 주요 쟁점을 전문가 패널을 통해 소개·해설하는 교양 프로그램 '돈스토리' 시리즈로, 돈스토리 시리즈의 평당 최고 시청 수는 약 40만명에 달한다.

아울러 채널 내에서는 부·울·경 지역



이렇다 보니가 네팔에서도 잘 나간다는  
의사, 변호사가 왜? 한국으로 달려올 수밖에 없다는 네팔 사람들, 그 이유  
BNK금융그룹이 유튜브를 통해 연재 중인 '돈스토리'의 한 장면. /유튜브 BNK금융그룹 채널

내 관광지, 축제, 지역 문화 등을 소개하는 '당신이 몰랐던', 부산 내 지역별 맛집을 소개하는 'B공개밥상' 등도 함께 운영 중이다.

또한 BNK금융은 '인스타그램'을 비롯한 SNS(소셜네트워크 서비스) 내 구독자 수에서도 3대 지방금융 및 계열사(BNK·DGB·JB) 중 가장 많은 구독자를 확보했다.

10~30대 이용자가 가장 많은 SNS 서비스인 '인스타그램'에서 BNK금융의 대표 계정 'BNK금융그룹'의 구독자는 약 8만명으로, 이는 DGB금융의 'iM파크'와 JB금융의 'JB금융그룹'의 구독자 수를 합한 것보다 많은 수준이다.

BNK금융은 지난 5월부터 '리그오브레전드', '발로란트', '이터널 리턴' 등 종목에 참여 중인 부산 연고지 프로게임단 'FearX'의 활동을 지원하고, 팀명을 'BNK FearX'로 명명했다. 이에 따라 BNK금융은 '네이밍 프로게임단'을 보유한 유일한 지방금융지주가 됐다.

특히 BNK FearX는 국내 최대 프로게임 리그인 LCK(리그 오브 레전드 챔피언스 코리아)에도 출전하고 있다. 지난 상반기 개최된 LCK의 최대 동시 시청자 수는 약 410만명에 달한다. 국내 금융기관이 LCK 내에서 '네이밍 팀'을 보유한 것은 신한은행·한화생명·하나은행·OK저축은행에 이어 BNK금융

이 5번째다.

금융권에서는 BNK금융의 이러한 행보를 '디지털 브랜딩' 활동의 일환이라고 해석한다.

디지털 브랜딩은 스트리밍·SNS·게임 등 디지털 매체를 통해 기업과 상품을 홍보하는 홍보 수단으로, TV, 신문 등 기존 매체보다 형식이 자유롭고, 디지털 매체에 친숙한 10~40대에 특히 효과적인 홍보 수단으로 여겨진다.

통상 지방금융은 기업 규모가 4대 금융그룹(신한·KB국민·하나·우리) 대비 영세하고, 기존에 구축한 기업 브랜드도 특정 지역 내에 한정된 만큼 디지털 브랜딩에서도 4대 금융 대비 열세에 있다고 평가받는다.

하지만 인구 유출 및 지방 경제 쇠퇴로 각 지방금융이 성장 동력 확보를 위해 전국 단위 비대면 영업 확대에 힘쓰고 있는 만큼, BNK금융이 디지털 매체를 통한 'BNK 알리기'에 힘쓰고 있다는 것.

BNK금융 관계자는 "게임을 비롯한 디지털 매체는 2030 세대를 비롯한 젊은 세대에게 호소력 있는 친숙한 매체"라며 "지역에 국한된 영업 환경에서 벗어나 비대면 영업을 확대하고 있는 만큼, 젊은 세대를 공략하기 위해 BNK 알리기에 힘쓰고 있다"고 말했다.

/안승진 기자 asj1231@metroseoul.co.kr

## 카드 News



## 신한카드 아름인 개편 맞아 매칭 기부 이벤트

신한카드가 기부 서비스인 '아름인(아름인)'을 개편한다.

신한카드는 7일 '아름인 개편을 맞아 매칭 기부 이벤트를 실시한다고 밝혔다. 아름인은 지난 2005년 개설한 기부 전용 사이트다. 디지털 기부 문화가 보편화되면서 편의성 향상을 위해 새롭게 운영한다.

기부금액에 따라 ▲아름새싹 ▲아름묘목 ▲아름나무 ▲아름열매 등이 자란다. 재미요소를 담아 기부에 대한 흥미와 관심을 유도한다.

별도로 운영하던 사이트를 신한 홈페이지 및 홈페이지 서비스로 이전했다. 이달 고객이 기부한 금액만큼 동일한 금액을 기부하겠다는 방침이다.

신한카드 관계자는 "초등학생, 청소년, 노인, 대학생과 고령층을 대상으로 금융교육을 실시하고, 산림생태계 보전 프로젝트를 지원하는 등 기업·고객·사회의 상생을 도모했다"고 말했다.

# 단기급등 피로감?... 서울 아파트 매매 상승거래 급감

지난달 상승거래 비중 48.5%  
서초·종로구 22%로 낮아져

9월 서울 아파트 매매거래가 감소하면서 상승거래 비중 역시 줄어든 것으로 나타났다.

7일 직방에 따르면 지난 9월 서울 아파트 매매 거래 중 상승거래 비중은 48.5%를 차지했다. 지난 6월부터 상승거래 비중은 50.3%, 52.1%, 52.5%로 3개월 연속 50%를 넘겼지만 9월에 절반 밑으로 떨어졌다.

서울 자치구별 상승거래 비중을 살펴보면 4개 자치구(중구·송파구·양천구·강서구)를 제외한 21개 자치구에서 상승거래 비중이 줄었다. 특히 서초구와 종로구의 상승거래 비중 감소가 눈길을 끈다. 서초구는 지난 7월 매매거래 중 61.2%가 직전거래와 비교해 가격이 올라 거래됐고 8월 59.6% 비중을 나타냈다. 반면 9월은 22.2%를 나타내며 상승거래 비중이 크게 줄어든 모습이다. 종로구도 지난 8월 54.2%를 나타



서울 송파구 잠실동에 위치한 '리센츠' 아파트. /전지원 기자

내던 상승거래 비중이 9월 22.2%로 낮아졌다. 9월 거래 건수가 손에 꼽힐 정도로 줄어 들면서 가격도 상승동력이 한계에 달한 모습이다.

한편 중구, 송파구는 9월에도 상승거래 비중이 60%이상을 차지했다. 중구는 신당동이나 황학동의 중소형 면적대가 상승한 가격에 거래됐다. 송파구는 대단지 아파트의 선호와 재건축

개발단지 등의 거래가 이어져 상승거래 비중이 컸다.

국토교통부 실거래가공개시스템에 따르면 잠실동 대상주로 불리는 리센츠와 엘스는 9월 전용면적 84㎡가 27억 1500만원, 27억원에 거래되면서 1개월 만에 각각 6500만원, 7000만원 올랐다.

리센츠 인근에서 중개업소를 하는 A씨는 "토하제 지역으로 지정돼 있음

에도 푹푹한 한 채 선호 현상으로 주거 선호도가 높은 곳들은 신고가 거래를 이어가고 있다"고 설명했다.

9월은 스트레스 총부채원리금상환비율(DSR)이 적용돼 대출 규제가 강화됐다. 금융권의 가계대출 관리 기조 일환으로 대출제한이 진행, 매매시장의 혼조세가 나타나고 있다.

김은선 직방 빅데이터랩실 랩장은 "달라진 대출조건이나 한도, 그동안 단기간에 오른 가격 등의 피로감이 쌓이면서 증가하던 거래량은 크게 줄었다"며 "계약 후 30일이 이내라는 실거래가 신고기간을 감안해도 9월 거래량이 전월 거래량을 뛰어넘기 힘들 것"이라고 분석했다.

이어 "대출규제로 관광과 단기급등에 대한 가격 피로감이 누적되면서 거래량과 가격 상승폭은 둔화될 가능성이 높다"며 "거래량이 줄더라도 선호지역이나 개발호재 등에 따라서는 국지적인 매수세는 계속될 것"이라고 말했다. /전지원 기자 jw13@



## KB국민카드 레고랜드 파크 등 놀이공원 할인행사

KB국민카드는 가을을 맞아 놀이공원 할인 이벤트를 진행한다고 7일 밝혔다.

내달 7일까지 '파크, 호텔 혜택 가득한 레고랜드 몬스터 캐슬' 행사를 운영한다. 레고랜드 파크 성인 1일 이용권 결제 시 성인 또는 어린이 추가 1인 무료입장 가능한 기프트코드 2장을 제공한다.

내달 9일까지 레고랜드 호텔 조식 패키지 결제 시 주중 25%, 주말 및 공휴일 20% 할인을 제공한다. 투숙 가능 기간은 11월 30일까지다.

오는 12월 1일까지 서울랜드 파크이용권을 할인한다. KB페이 결제 시 2만 1000원, 카드 결제 시 2만 3000원에 구매할 수 있다. 본인과 동반 1인까지 할인 혜택을 적용하며 타 쿠폰 등 중복 할인은 불가능하다. /김정산 기자

## 캠코, 국유부동산 온비드 통해 대부·매각

10일까지 4일간 총 385건 진행

캠코(한국자산관리공사)는 오는 10일까지 4일간 총 385건의 국유부동산을 온비드를 통해 대부 및 매각한다고 7일 밝혔다.

캠코는 활용 가능한 유휴 국유부동산을 선별하여 매주 온비드를 통해 대부 및 매각한다. 국유부동산은 소유권이 국가에 있어 근저당, 임대차 등 권리관계가 복잡하지 않고, 믿고 사용할 수 있다는 장점이 있다.

이번 공개 입찰에는 경작용 토지, 주거용 건물 등 다양한 신규 물건 114건 및 최초 대부·매각예정가보다 저렴한 물건 271건이 포함됐다. 해당 물건들은 오는 11일 개찰 예정이다.

참여를 희망하는 경우 입찰에 참여하기 전 온비드 홈페이지에 회원가입 후 공인인증기관으로부터 전자입찰용 공동인증서를 발급받아 온비드에 등록

해야 한다.

또한 부동산의 형태, 위치 등 현황을 사전 확인하는 것이 좋으며, 각 부동산의 행위 제한 등 상세 이용 조건을 고려해야 한다.

자세한 공고 사항 및 입찰정보는 온비드 홈페이지 또는 스마트 온비드 앱 내 '부동산 → 공고 → 캠코 국유재산'에서 확인할 수 있다. /안승진 기자