

김상현 “뷰티·푸드 넘어 ‘K-서비스’ 세계적 산업으로 육성”

(롯데 부회장)

한경협, ‘서비스산업위원회’ 신설
초대 위원장으로 김 부회장 선임

유통 경험 바탕 고객중심 전략 펼쳐
서비스 산업 법적토대 마련 등 강조

김상현 롯데 부회장이 한국 서비스 산업 경쟁력 강화를 위한 행보를 본격화한다. ‘K-뷰티’, ‘K-푸드’에 이어 한국의 차세대 성장 동력으로 ‘K-서비스’를 키워내겠다는 포부다.

12일 롯데쇼핑에 따르면, 김상현 부회장이 ‘서비스산업 경쟁력 강화위원회(이하 서비스산업위원회)’의 초대 위원장으로 선임됐다. 위원회는 한국경제연합회(한경협)가 올해 처음 신설한 조직으로, 국내 서비스 산업의 경쟁력 강화와 정책 지원 확대를 위한 역할을 수행한다.

김 부회장은 “K-뷰티, K-푸드를 넘어 ‘K-서비스’라는 새로운 가치를 창출해 세계적인 산업으로 육성하는 것이 목표”라며 “대한민국 서비스 산업이 글로벌 무대에서 인정받을 수 있도록 경쟁력을 키워가겠다”고 밝혔다.



김상현 롯데쇼핑 대표이사 부회장 한경협 서비스산업 경쟁력 강화위원회에 참여해 개회사를 진행하는 모습. /롯데쇼핑

실제 김 부회장은 오랜 글로벌 경험과 ‘고객 중심’ 전략을 바탕으로 국내 유통 서비스 산업을 이끌어 온 인사다.

미국 펜실베이니아 대학을 졸업해 J.P.모건, P&G 등 글로벌 기업에서 경력을 쌓았으며, 이후 한국 유통업계로 넘어와 2022년 2월, 외부 출신 최초로 롯데그룹 유통군 총괄대표로 발탁됐다. 현재 롯데백화점, 롯데마트, 롯데슈퍼,

롯데e커머스 등 유통 계열사를 총괄을 맡고 있다.

대표적으로 김 부회장은 지난 2023년 베트남 하노이에서 롯데몰 웨스트레이크 점점 사업을 이끌며, 단순한 쇼핑몰이 아닌 고객 맞춤형 서비스와 체험형 요소를 접목해 경쟁력 강화에 주력한 바 있다.

국내외 유통 경험을 바탕으로 고객

중심 전략을 펼쳐온 김 부회장이 이제 서비스 산업의 정책 개선과 경쟁력 강화에 집중하는 모습이다.

김 부회장은 서비스산업위원회 출범 회의의 개회사를 통해 서비스 산업의 중요성을 강조했다. 그는 “글로벌 보호무역주의가 심화되는 가운데, 서비스 산업의 생산성과 경쟁력 향상이 시급하며, 부가가치와 일자리 창출 효과가 큰 서비스 산업을 미래 신성장 동력으로 육성해야 한다”고 밝혔다.

그러면서 “최근 세계 경제에서 서비스 교역이 빠르게 성장하고 있지만, 한국은 각종 규제와 진입 장벽으로 인해 혁신 기술 기반의 서비스 산업 활성화가 지연되고 있다”며 아쉬움을 나타냈다.

서비스 산업에 대한 법적 토대 마련의 필요성도 제기했다. 김 부회장은 “서비스업에 대한 정책 지원을 제조업 수준으로 확대하고, 규제를 선진국 수준으로 완화해 기업 투자를 촉진해야 한다”며 “서비스업 인력 양성 등 체계적인 지원을 위한 ‘서비스산업발전기본법’과 같은 법적 토대가 마련돼야 한다”고

강조했다. 이어 “서비스산업의 육성과 발전이 한국 경제 성장 잠재력 회복을 위한 ‘마지막 퍼즐’이 될 것”이라며 개회사를 마무리했다.

한편, 서비스산업위원회의 출범 회의는 이날 서울 여의도 FKI타워 컨퍼런스센터에서 열렸다. 회의에는 여야 국회의원으로 구성된 ‘한국경제의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 모임’이 초청됐으며, 김상현 부회장을 포함한 위원 11명과 자문위원 4명이 참석했다.

‘한국경제의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 모임’은 여야 국회의원들이 참여하는 의원 연구단체로, 산업 경쟁력 강화와 규제 개선 등을 논의하기 위해 지난해 8월 출범했다.

서비스산업위원회는 ▲규제 혁신 ▲인력·생산성 개선 ▲신산업 육성 등 3개 분과를 운영하며 정책 개선을 위한 활동을 전개할 예정이다. 김 부회장은 이를 통해 정부와 국회를 상대로 서비스 산업의 법적·제도적 지원 강화를 적극 건의할 계획이다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

애플, 안드로이드에 ‘애플TV+’ 도입... ‘성장 정체’ 돌파구 마련

경쟁사 삼성전자에 자사 서비스 개방
‘애플뮤직’ 도입 이후 10년만의 공개
삼성전자, 서비스 확대로 반사이익

애플이 정체된 성장을 돌파하기 위해 ‘적과의 동침’을 택했다. 자사의 OTT 서비스인 ‘애플 TV+’ 앱을 삼성전자 갤럭시 폰을 비롯한 안드로이드 기기에도 도입한 것. 이는 지난 2015년 애플 뮤직을 안드로이드 시스템에 공개한 이후 10년 만에 처음이다. 보수적인 애플이 최대 경쟁사인 삼성전자의 갤럭시 폰에까지 OTT 서비스를 도입한 주된 이유는 최근 성장 정체에 직면해서다. 스마트폰 출하량이 감소하고 있는 가운데 매출을 끌어올리고 있는 서비스 사업 확장을 통해 돌파구를 마련하려는 것이다.

애플은 12일 브리핑을 열어 자체 온라인동영상서비스(OTT) 애플TV+를 안드로이드 버전으로 공식 출시한다고 밝혔다. 서비스는 이날부터 국내는 물론 전 세계 모든 지역에서 이용 가능하다.

지원 가능한 기종은 지난 2019년 공개된 안드로이드 10 버전부터다. 다만



지난해 9월 서울 중구 명동 애플스토어에서 고객들이 애플 신제품 아이폰16 시리즈를 구매하기 위해 줄을 서고 있다. /뉴시스

최신 버전이 안드로이드 15인 점을 고려하며 구형 스마트폰 대다수도 사용할 수 있는 셈이다. 삼성전자의 스마트폰 기종별로 보면 최신작인 갤럭시 S25 시리즈는 물론, 갤럭시 S9 시리즈나 갤럭시

노트10에서도 애플 TV 앱이 지원될 수 있다. 또 폴더블폰인 갤럭시 Z 폴드와 플립 기종도 사용이 가능하다. 지금 단종된 LG 씽큐·LG 벨벳·LG 윙 등도 안드로이드 10 버전 운영체제(OS)를 기반으로 하는 만큼 애플 TV 앱이 지원될 가능성이 있다.

보수적이던 애플이 경쟁사인 삼성전자에 자사 서비스를 개방한데는 성장동력을 마련하기 위해서다. 최근 주력 사업인 스마트폰 사업이 정체되자 매출을 끌어올리고 있는 서비스 사업을 통해 고객을 확보하려는 전략이다. 이번 자체 서비스 공개는 지난 2015년 애플 뮤직을 도입한 이후 10년만이다.

글로벌 시장조사업체 IDC에 따르면 지난해 애플 스마트폰 출하량은 전년 대비 0.9% 감소한 2억3210만대에 그쳤다. 특히 중국 시장에서 고전했다. 애플의 주요 시장인 중국 매출은 11% 급감한 185억달러로 나타났다.

반면 지난해 4분기 애플 뮤직이 포함된 서비스 부문 매출은 14% 성장한 263억달러로 사상 최대치를 기록했다. 애플

은 애플TV+, 아이클라우드, 앱스토어 등을 통한 서비스 구독 건수가 10억 건을 넘었다고 밝혔다.

특히 이번 애플 TV+의 안드로이드 버전이 출시로 삼성전자는 비용을 쏟지 않고도 반사이익을 얻을 것으로 보인다. OTT 서비스인 애플 TV+의 도입이 갤럭시 스마트폰의 판매량 확대까지 이어지긴 어렵지만, 갤럭시 이용자의 서비스가 확대됐다는 점에서 유의미한 과잉이라는 분석이다.

브리핑에서는 안드로이드 사용자에게 최적화된 ‘애플 TV+’ 앱을 시연했다. 이번 애플 TV+는 버전은 안드로이드에 맞춘 디자인 언어와 UI를 사용했다. 기존 아이폰용 애플 TV가 그대로 이식된 것이 아니라 안드로이드 사용자에게 직관적이고 익숙한 인터페이스를 제공하도록 설계한 것. 안드로이드의 고유의 디자인을 지키면서 디바이스와 디스플레이에 최적화된 디자인 레이아웃을 구현했다.

특히 애플 계정이 없는 사용자도 구글 플레이스토어에 로그인된 구글 계정

을 통해 접속 가능하며 애플 TV+ 앱에서 애플 계정을 생성할 수 있다. 안드로이드 사용자는 애플 TV+를 구독할 수도 있게 됐다. 요금제 또한 애플 기기와 동일한 월 6500원이며, 첫 7일 간 무료 이용권도 제공된다.

애플 TV+는 매주 새로운 콘텐츠가 업데이트된다. 앱을 실행하면 가장 먼저 보이는 탭은 애플 오리지널 시리즈는 물론 MLS(메이저 리그 사커) 중계를 지원하는 카테고리다. 앱을 통해 MLS 시즌패스도 구독 가능하며 모든 경기를 시청할 수 있다. 또 지역 제한 없이 메이저리그 야구(MLB)도 생중계해 금요일에는 야구 경기를 즐길 수도 있다.

또 그간 시청해오던 콘텐츠를 이어서 감상할 수 있는 ‘계속 보기’ 기능도 제공한다. 이 기능은 앱에서 가장 많이 사용되고 있는 기능이다. 지난 몇년 간 가장 인기 있었던 작품들을 확인하는 섹션과 예고편 등을 다운로드 할 수 있는 기능도 탑재됐다. 이에 와이파이나 셀룰러 연결 없이도 언제든지 콘텐츠 감상이 가능하다. /구남영 기자 koogija_tea@

중기부, 대기업·스타트업과 개방형 혁신 추진

‘딥테크 밸류업 공동 밋업 데이’ 개최
삼성전자·SK하이닉스 등 참여

중소벤처기업부가 삼성전자, 현대자동차 등 주요 대기업들과 만나 기술·글로벌 진출 등의 정보를 교류했다.

중기부는 서울 메리어트호텔에서 주요 대기업과 스타트업, 지원기관 관계자 등 130여 명이 모인 가운데 ‘딥테크 밸류업 공동 밋업 데이’를 개최했다고 12일 밝혔다.

‘딥테크 밸류업 프로그램’은 중기부가 육성 중인 최상위 벤처·스타트업과 글로벌 대기업이 함께 개방형 혁신을 추진하는 프로그램이다.

해당 자리에는 삼성전자, SK하이닉스, 현대자동차, LG사이언스파크, 포스코홀딩스, HD현대중공업, KT 등 국내 주요 대기업들이 참가했다.

특히, 김동욱 현대자동차 부사장, 전필규 삼성전자 부사장 등 대기업의 임원들이 함께 했다.

지난 1월에 진행된 대기업별 수요 조사 결과를 바탕으로, 지역별 창조경제 혁신센터(이하 혁신센터)가 맞춤형으로 추천한 스타트업 중 26개사가 이번 공동 밋업에 참여했다.

딥테크 밸류업 프로그램을 통해 올해 50개사 내외의 스타트업을 지원할 계획이다. 또한 수요 대기업은 이번 공동 밋업에서 발굴된 스타트업 중 평가를 통해 협업 대상 기업을 선정한다. 대기업과 협력이 확정된 스타트업은 기술최적화, 글로벌 진출 등을 위한 협업자금을 최대 2억원까지 지원받을 수 있다.

/최빛나 기자 vitna@

KGM, 국내 최초 전기픽업 ‘무쏘EV’ 양산

고객 출고 위한 생산 본격화

KG 모빌리티(KGM)가 국내 최초로 선보인 전기 픽업 ‘무쏘 EV’ 양산 기념식을 갖고 고객 출고를 위한 본격적인 생산에 돌입했다고 12일 밝혔다.

지난 11일 KGM은 경기 평택공장 조립3라인에서 객재선 회장 및 박장호·황기영 대표이사, 노철 노조위원장을 비롯 생산부서 임직원 등이 참석해 ‘품질 없이 고객없고, 고객없이 회사없다’라

는 캐치프레이즈 아래 양산 기념 행사를 개최했다.

이날 행사는 무쏘 EV 개발 및 생산 준비 과정에 대한 경과 보고를 시작으로 객재선 회장의 격려사, 임직원들의 결의를 담은 구호제창 등의 순으로 진행됐다.

객재선 회장은 격려사를 통해 “무쏘 EV가 차질없이 성공적으로 생산될 수 있도록 최선을 다한 우리 임직원 모두의 노력과 열정에 감사하다”고 강조했다. /이승용 기자 lsy2665@