

‘에스프레카페’,
신기술 혁신상 수상

22년 연속 수상 쾌거

청호나이스

청호나이스가 한국표준협회 주관 2022 대한민국 혁신대상에서 22년 연속 ‘대한민국 신기술 혁신상’을 수상했다고 10일 밝혔다.

대한민국 혁신대상은 혁신을 통해 성과를 이룬 기업 및 공공기관을 시상함으로써 신성장 동력을 발굴해 경제성장에 기여하고자 제정된 상으로 2000년부터 운영되고 있다.

청호나이스가 22년 연속 수상을 달성하게 된 제품은 얼음나오는 커피머신 ‘청호 에스프레카페’로 커피머신과 얼음정수기의 모든 기능을 담고 있는 프리미엄 올인원 제품이다.

RO 멤브레인 필터로 걸려낸 깨끗한 물로 추출한 이탈리아 로스팅 커피의 맛과 향, 그리고 아이스커피를 가장 편리하게 마실 수 있는 기능적 장점 등이 소비자들에게 널리 평지며 인기를 얻어, 작년 동기간(1~5월) 대비 올해 판매가 3배 이상 늘었다.

이날 시상식에 참석한 청호나이스 환경기술연구소 신문균 상무는 “앞으로도 고객 분들이 믿고 사용하실 수 있는 혁신적인 제품만을 선보이겠다”고 수상 소감을 전했다.

이준영 기자 ljj@meconomynews.com

임대료 감면 종료에 면세점 ‘전전긍긍’

6월 말 임대료 감면 정책 종료 앞둬
코로나 이전 20만명에서 3만명 수준 회복
IPEF로 한한령 연장 전망… 지원 절실

코로나가 엔데믹에 접어들며 소비심리가 살아나고 있지만 면세업계는 아직도 고전을 면치 못하고 있다. 이런 상황에서 이달 말 임대료 감면이 종료될 예정이라 업계 근심이 깊다. 여기 더해 인도·태평양경제프레임워크(IPEF)로 중국의 한한령(限韓令)이 지속될 것으로 전망돼 하반기도 우울한 시기가 될 것이라는 우려가 커지고 있다.

면세업계는 6월 말 공항 면세점 임대료 감면 정책 종료를 앞두고 있다. 국토교통부는 코로나 피해를 입은 공항시설 사용료 및 상업·업무용시설 임대료 감면을 시행해왔다.

정부는 인천공항면세점 임대료를 기존 고정임대료에서 매출연동으로 전환해 면세점을 지원했다. 면세점들은 코로나 시기 국내 방문 외국인이 거의 없어 사실상 매출이 거의 없는 상황이었다. 이전에는 매달 800억원에 달하는 고정 임대료를 지불해왔다.

국토부는 현재 내부 검토가 거의 끝난 상황으로 임대료 감면 종료를 유력하게 검토하는 것으로 전해진다. 2020년 이후 약 3조원에의 임대료 감면과 납부유예로 공항공사의 재무건정성 악화가 우려된다.

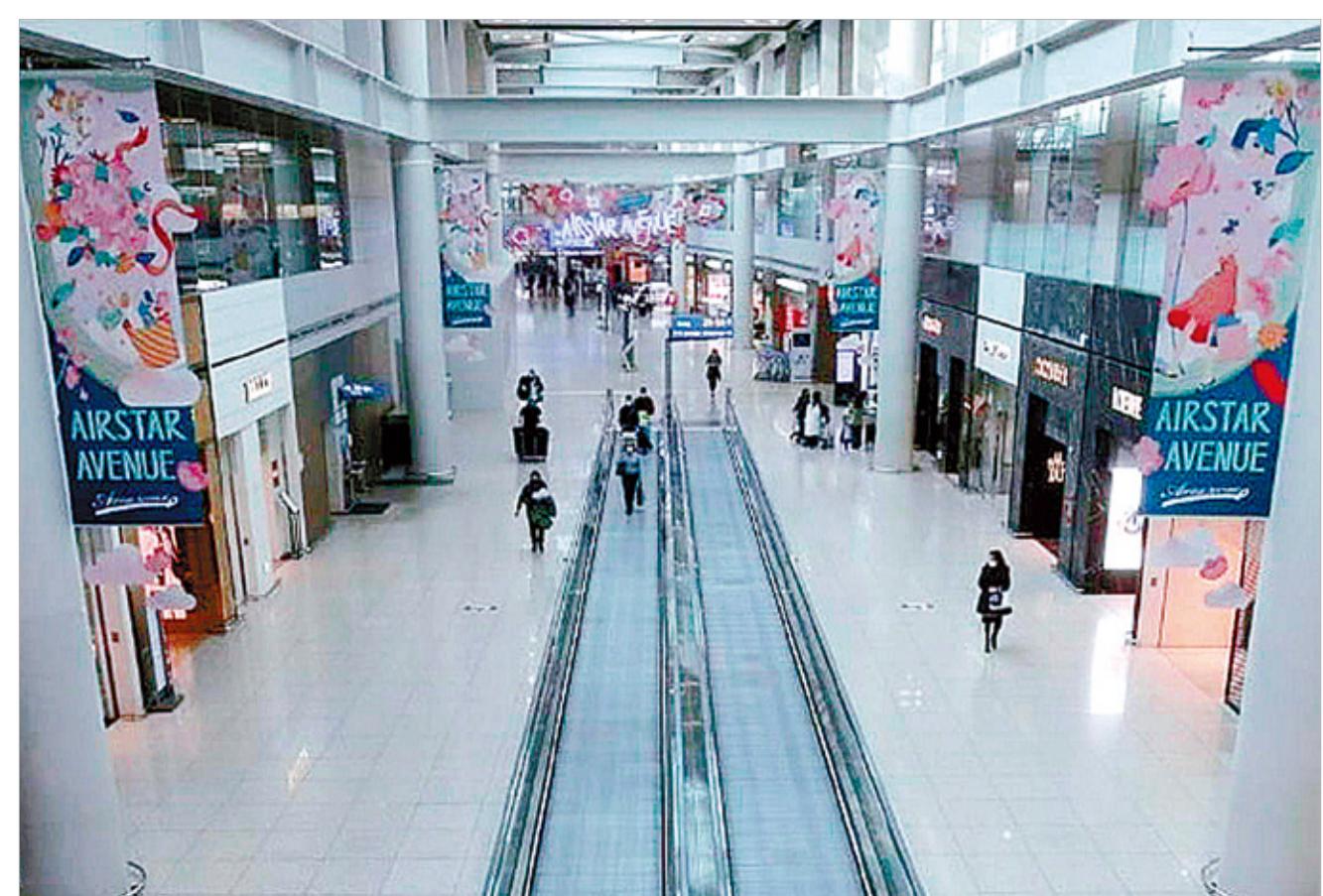
다는 이유다. 하지만 면세업계는 임대료를 기준 고정임대료로 전환하면 사업을 영위할 수 없다고 호소한다.

롯데면세점은 올해 1분기 매출 1조 2464억원, 영업적자 759억원을 기록했다. 신세계디에프(신세계면세점) 역시 올해 1분기 매출 8251억원과 영업적자 21억원을 기록했다. 신라면세점은 같은 기간 매출 1조 9444억원과 영업적자 127억원을 기록해 3사 가운데 유일하게흑자를 기록했지만 이는 전년 동기대비 감소한 수준이다.

엔데믹 시대를 맞이하며 공항 입출국객이나 면세 업황도 다소 나아졌다. 이달 어린이날 징검다리 휴무 기간 인천국제공항 여객 수는 하루 평균 3만여 명으로 전년 대비 4.5배 늘었다. 하지만 코로나 이전 하루 평균 20만명 수준과 비교하면 턱없이 부족하다. 한 면세점 관계자는

“지금도 적자인 상황인데 다시 기존처럼 수백억 원의 임대료를 지불하라고 하면 사업을 접어야 할 처지다”고 밝혔다.

여기서 IPEF 출범으로 면세점 주 고객인 중국 관광객들의 입장도 주춤해질 것으로 전망된다. 윤석렬 대통령은 29일 우리나라의 IPEF 참여를 공식 선언했다.



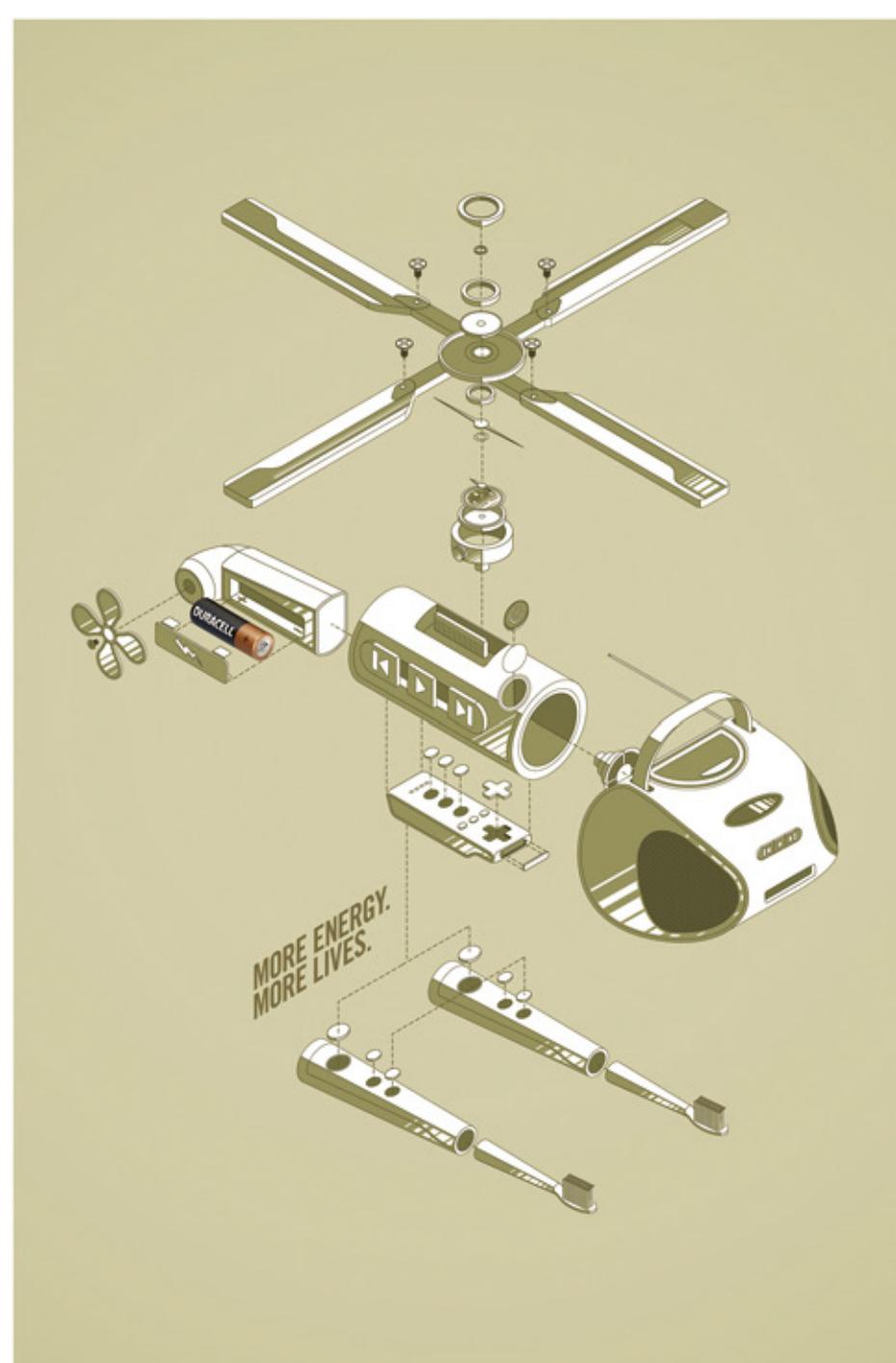
사진=시장경제DB

우커 등이 매출 대부분을 차지하는데 한 한령이 길어지면 하반기 실적 반등을 요원할 것으로 본다”고 말했다. 면세업계는 엔데믹으로 접어들며 다시 중국인들의 방문을 내심 기대해왔지만 이미저도 쉽지 않을 전망이다.

업계 관계자는 “업황이 다소 회복됐지만 아직 코로나 이전 수준에는 턱없이 모자르다”며 “공항면세점 임대료 감면 연장 등 정부 차원의 지원이 절실히”고 말했다.

이준영 기자 ljj@meconomynews.com

Cannes Lions 수상작 지면 전시



백화점, R&D에 집중… 신세계·현대 수십억 투자

신세계, 종속사까지 R&D 배정
현대, 매출의 0.1% 투자



고객이 백화점에서 옷을 살펴보고 있다. 사진=시장경제DB

백화점들이 매년 수십억씩 산업 연구와 트렌드 분석, 제품 안전성 검사 등을 포함한 연구개발(R&D)에 적극적인 투자를 단행하고 있다.

최근 산업계는 4차산업혁명에 따른 ICT 기술에 대응하기 위해 고객 빅데이터와 AI, 머신러닝 기반의 검색 추천 등 다양한 방면에서 첨단 기술 접목에 주력하고 있다.

이와 관련해 신세계와 현대백화점은 별도 조직을 조작하고, 산하 연구소 운영 등 R&D 투자를 늘리고 있다.

백화점의 R&D는 국내외 유통산업 조사·연구, 패션 트랜드 및 소비자 구매성향 분석, 의류·식품 등 상품안전성에 대한 성분 분석 등을 개발비로 사용한다.

먼저 신세계는 MD기획팀과 MD운영팀이 국내외 유통산업 조사 및 연구 분석, 패션 트랜드 및 소비자 구매성향 분석 등을 담당한다.

특히 별도의 상품과학연구소를 두고 ▲의류, 식품 등 상품성분 분석 ▲신규입점 상품 사전 안전성 검사 ▲위생 점검(푸드코드, 식당가, 즉석조리, 소분실 종사자 등 대상) ▲안전성 검사 (아체류잔류농약검사, 수산물안전성검사, 유해색소검사 등) ▲위생, 상품안전성에 대한 표준제시 등을 담당한다.

신세계는 종속회사의 R&D도 활발하다. 신세계인터넷내셔널은 ▲패션 디자인

실 ▲패션 상품개발실 ▲AJAJP 패션디자인실 ▲코스메틱 디자인실 ▲코스메틱 기술혁신센터 등 5개 부서에서 연구개발 을 담당하고 있다. 2019년부터 2021년까지 3년간 총 71억7100만원을 투자했다.

이어 신세계톱보이 13억원, 신세계까사 61억원 등 계열사들도 R&D에 적극 나서는 모습을 보이고 있다.

현대백화점은 R&D 비용을 꾸준히 늘리며 전담 부서를 가동시키는데 규모가 남다르다.

올해 1분기 기준 미래사업팀 9명을 비롯해 백화점 카별화를 위한 개발과 실행을 담당하는 자주MD팀 17명, 신규점 프로젝트와 기존 점포 리뉴얼시 MD운영 방향성 수립 및 컨셉트를 제안하는 MD전략팀 8명을 각각 운영 중이다.

현대백화점은 최근 3년간 총 81억원,

매출 대비 평균 0.1%의 R&D 비용을 투자했다. 눈에 띠는 점은 2019년 16억 원에 불과한 R&D 비용이 지난해 34억 7800만원까지 대폭 늘어났다는 점이다.

매출 대비 R&D 비율도 0.07%에서 0.1%로 증가했다. 특히 올해 1분기 중 R&D에 매출의 0.09%를 투자해 더 확대될 가능성이 있다.

이에 반해 롯데백화점은 R&D 비용이라는 항목으로 투자를 하지는 않았다. 다만 관련 연구소 운영 등을 통해 해당 업무를 수행하고 있었다.

이와 관련 롯데쇼핑 관계자는 “상계처리 이유로 아마 공시에 나오지 않은 것 같다”며 “내부 리테일연구소 등 R&D와 관련된 업무는 현재 다양하게 진행하고 있다”고 설명했다.

이준영 기자 ljj@meconomynews.com

쿠팡, 中 포함 해외 악성 판매자 중단 조치… “법적 대응”

“유사 사례 지속적 조사할 것”

쿠팡이 23일 자사 뉴스룸을 통해 문제가 있는 중국 등 해외 업체에 대해 즉시 판매 중지 조치를 시행해오고 있고, 불법 행위가 있는 업체에 대해서는 단호하게 법적 조치를 진행하겠다고 밝혔다. 쿠팡은 “최근 기사에서 언급된 중국 업체들에 대해선 모든 제품을 내렸고, 판매 중단 조치를 내렸다”며 “앞으로도 유사한 사례가 있는지 지속적으로 절제해 조사할 것”이라고 강조했다.

최근 일부 해외 업체들 때문에 환불이나 주문 취소를 요청하는 고객에 대해서

는 즉시 환불 및 취소를 진행할 계획이다. 이어 “엄격한 입점 등록 절차를 운영 중이며 중국을 포함한 지역 셀러들은 입점 시점에 각 국가가 승인한 인증서를 의무적으로 제출해야 한다”며 “제출한 내용에 대해서 전담 인력의 심사를 통과한 해외 셀러에 한해 입점을 허용하고 있다”고 설명했다. 더불어 24시간 모니터링을 통해 상시적으로 악성 셀러 피해 방지를 위해 노력할 것을 기울이겠다는 방침이다. 나아가 7월부터 원칙적으로 중국 업체의 자체 배송을 허용하지 않기로 했

다. 이들 중국 업체들은 오직 쿠팡의 풀필먼트 서비스를 이용하도록 조치할 계획이다. 쿠팡의 자체 물류 인프라를 거치는 방식으로 중국에서 들여오는 제품의 품질과 배송 수준을 대폭 높이겠다는 조치다.

이준영 기자



사진=시장경제DB