



하이트진로 싸이효과 톡톡

‘드라이피니시 d’ 젊은층에 인기...매출 40~50% 급증

하이트진로가 선보인 신개념 맥주 ‘드라이피니시 d’가 세계적인 유명세를 타고 있는 가수 ‘싸이’를 광고모델로 내세운 이후 매출이 급증해 싸이 효과를 톡톡히 누리고 있는 것으로 나타났다.

17일 하이트진로에 따르면 싸이를 전면에 내세운 ‘드라이피니시 d’ 광고가 시작된 11월 이후 매출이 40~50% 가량 급증했다.

수도권을 중심으로 20~30대 젊은층에게 높은 인기를 얻고 있으며 지역에서도 상무지구 등 주요 상권에서 ‘드라이피니시 d’를 주문하는 비중이 점차 늘고 있다고 회사측은 설명했다.

‘드라이피니시 d’의 인기 비결은 맛·디자인·마케팅 측면에서 철저히 차별화를 꾀한 결과로 분석된다.

‘드라이피니시 d’는 발효과정에서 드라이 효모(Dry Yeast)를 사용해 맥주 내 당분을 깨끗이 발효시켜 잔맛이 남지 않도록 맥주 본연의 맛을 완성한 드라이 타입 맥주다.

하이트진로가 세계 최고 수준의 맥주 연구소인 덴마크 덴브루(DANBREW ALECTIA)와 5년간의 연구 끝에 공동개발했다.

또 호주 청정지역에서 재배된 최상급 맥아와 북미산 아로마 호프를 원료로 사용해 맥주 본연의 풍미를 조화를 이룬 고급 맥주로 강렬한 맛을 좋아하는 젊은층을 중심으로 선호도가 높다는 점이 특징이다.

수입맥주 사이에서도 돋보일 만큼 맥주병 디자인을 새롭게 변형한 것도 성공요인 중 하나로 꼽힌다.

‘드라이피니시 d’는 병 볼레를 기존의 병맥주보다 날씬하게 해 한 손에 쉽게 잡힐 수 있도록 하고 병 윗부분에 돌출부를 적용해 미끄럼을 방지해, 국내 맥주 중 최초로 사람 중심의 병 디자인(human grip bottle)을 구현했다.

2010년 열린 제12회 아시아 패키지 디자인 콘퍼런스(Asia Package Design Conference)에서 우수

작(180개 출품작 중 3작)으로 선정돼 국내 맥주병 디자인을 한 단계 발전시켰다는 평가를 받고 있다.

국내 맥주업계 최초로 QR(Quick Response)코드를 도입해, 브랜드 스토리를 디지털 코드로 풀어냈으며 각종 예술문화 행사와 클럽파티 등 젊은층을 대상으로 다양한 마케팅을 펼쳐 ‘트렌디한 맥주’의 이미지를 지켜오고 있다.

직장인들 사이에서 ‘폭탄주 문화’가 자리잡으며 ‘드라이피니시 d’에 대한 선호도가 더 높아졌다. 뒷맛이 강하지 않아 소주와 섞었을 때 일반 맥주보다 부드러운 맛을 내 회사자리에서 인기가 높다는 것이다.

하이트진로 관계자는 “‘드라이피니시 d’가 하이트 맥주의 차세대 브랜드로써 성장할 것으로 보인다”며 “차별화된 품질과 마케팅으로 수입맥주와 견주는 것은 물론 세계시장에서도 통하는 브랜드로 키울 것”이라고 말했다.

/최재호기자 lion@kwangju.co.kr

내년 기업경기 ‘얼음’

BSI 69 외환위기 수준...내수 위축 심화

내년 1분기 기업경기경기가 외환위기와 글로벌 금융위기 수준으로 악화할 것으로 조사됐다.

대한상공회의소는 최근 전국 2500개 제조업체를 대상으로 2013년 1분기 기업경기전망(BSI)을 조사한 결과 내년 1분기 전망치는 올해 4분기보다 5포인트 하락한 69로 집계됐다고 17일 밝혔다.

대한상의는 “BSI가 70 아래로 내려가는 것은 흔치 않은 일”이라면서 “1998년 외환위기, 2008년 글로벌 금융위기 때와 비슷한 수준”이라고 분석했다.

외환위기 구간(1998년 2분기~4분기)의 BSI는 61~66, 글로벌 금융위기 구간(1999년 1분기~2분기)은 55~56이었다.

BSI는 100 미만이면 다음 분기 경기가 이번 분기보다 나빠질 것으로 보는 기업이 더 많고 100을 넘어서면 그 반대라는 것을 의미한다.

규모별로 중소기업(69)의 체감경기가 대기업(73)보다 더 나빴다.

부문별로는 내수기업(67)이 수출기업(80)보다 더 위축될 것으로 예상됐다.

지역별로는 대구·경북권(65)의 경기가 가장 좋지 않고 이어 부산·울

산·경남의 동남권(67), 충청권(67), 호남권(70), 수도권(72) 순이었다.

경기에 덜 민감한 식품이나 의류기업체가 많은 강원권(88)과 외국인 관광객 증가 등의 혜택을 누리는 제주권(79)은 상대적으로 높았다. 경기 회복 시기를 묻는 말에 51.8%가 ‘2014년 이후’라고 했고 48.2%는 ‘내년중 회복될 것’이라고 예상했다.

새 정부에 바라는 경제 정책은 ‘경기활성화’(62.0%)·‘중소기업 자금·인력난 해소’(29.4%)·‘해외 총격요인의 국내 과급 최소화’(14.8%)·‘정책일관성 유지’(7.5%)·‘경제민주화 추진’(3.7%) 등의 순이었다. /연합뉴스

▲ 코스피지수	1,983.07 (-11.97)
▲ 코스닥지수	485.48 (-6.17)
▲ 금리 (국고채 3년)	2.88% (+0.01)
▲ 원·달러 환율	1,072.50원 (-2.10)
※수치는 전일 종가 기준	



크리스마스 담았어요

17일 롯데백화점 광주점 8층 생활용품 매장을 찾은 여성 고객들이 산타, 루돌프, 트리, 눈사람 등이 그려져 크리스마스 분위기가 나는 식기를 살펴보고 있다. <롯데백화점 광주점 제공>

식비 비중 12년만에 최고

총 지출액의 14.6%...후진국형 소비 진입

경기 침체로 가계의 식료품비 지출 규모가 크게 줄었는데도 전체 소비에서 식료품비가 차지하는 비중은 최근 12년새 최고치를 기록했다. 불황 탓에 씹씹이를 줄이다 보니 가계의 소비지출 구조가 식비만 높아지는 후진국형으로 바뀐 것이다.

17일 한국은행의 ‘가계의 최종 소비지출 현황’ 자료를 보면 3분기중 가계의 최종소비 지출액은 165조7천99억원으로 집계됐다. 이 가운데 식료품·비주류음료품(이하 식료품) 지출액은 24조1946억원으로 전체 최종소비 지출액의 14.6%를 차지했다. 이는 2000년 3분기(15.1%) 이후 12년만

에 최고치다. 2000년 전체 가계의 최종소비 지출은 80조5494조원에 식료품비는 12조1378억원이었다. 우리의 소비구조가 12년전으로 되돌아간 셈이다.

가계의 식료품비 지출 증가율은 전년 동기 대비를 기준으로 2012년 3분기 4.8%에 머물렀다. 2009년 3분기(2.7%) 이후 3년만에 가장 낮다. 경제규모가 커질수록 식료품비 증가율이 높아지는 것과 대조적이다.

식료품비 지출 증가율이 최근 3년새 지속적으로 둔화했는데도 전체 소비지출에서 식료품비가 점하는 비중이 되려 최고치로 올라선 것은 볼



황의 여파다.

국도의 경기침체 탓에 가계가 소비를 줄여가며 하리떠를 줄라매고 있지만 ‘먹는’ 것과 직결되는 식료품비를 줄이는데 한계가 있기 때문이다. /연합뉴스

효성, 초고압직류송전시스템 국산화 착수

지경부 기술개발자 선정

효성은 지식경제부로부터 ‘해상풍력 연계용 20MW급 전압형 초고압 직류송전시스템(HVDC) 연계 기술’ 국책과제 개발자로 선정돼 기술 국산화에 본격 나선다고 17일 밝혔다.

HVDC(High Voltage Direct Current)란 발전소에서 나오는 교압의 교류전력(AC)을 직류전력(DC)으로 바꿔서 송전하는 차세대 전력망의 핵심 기술이다. 직류는 교류보다 전력

손실이 적어 대용량·장거리 송전에 유리하다.

특히 전압형 HVDC는 전류형에 비해 실시간 양방향 송전이 가능하고, 정전시 자가(自家) 가동·설치면적 축소 등의 장점이 있어 해상풍력을 비롯해 신재생에너지 보급에 꼭 필요하다.

효성은 정부 지원을 바탕으로 늦어도 2016년 말까지는 기술 개발을 완료할 계획이다. 국산화 효과는 2020년까지 1조원에 달할 것으로 전망된

다. 그즈음 세계 HVDC 시장 예상 규모는 70조원대로 추산된다.

글로벌 선진업체들도 2010년에야 상용화에 성공했기 때문에 예상대로 목표를 달성하면 후발주자로서 비교적 빠르게 시장을 파괴할 수 있을 것으로 효성은 기대했다.

효성 관계자는 “전압형 HVDC 기술 국산화를 통해 우리나라가 미래 전력망 핵심기술 분야에서 세계적인 경쟁력을 확보하는 데 기여할 것이다”고 말했다. /최재호기자 lion@

아시아나, 회사채 1000억원 발행

아시아나항공은 지난 12월 3년 만기 회사채를 발행해 1000억원을 조달했다고 17일 밝혔다.

이번 회사채는 BBB+ 등급 채권으로는 가장 낮은 금리인 연 4.2%로 발행됐다. 같은 등급의 3년 만기 회사채 금리인 연 6.3~6.4%보다 2.1%포인트 이상 낮은 금리다.

지난 10월 5년 만기로 1천억원 회

사채를 발행하는 등 올해 들어 모두 4차례에 걸쳐 4200억원을 저금리로 조달했다고 회사 측은 전했다.

아시아나항공은 지난 9월 창사 이래 처음으로 해외채권을 발행해 40억 원을 조달한 바 있다.

아시아나항공 관계자는 “2010년 이후 우수한 영업실적을 바탕으로 신용등급을 꾸준히 상향시켜 저금리로

자금을 조달해 이자비용을 줄이고 있다”고 설명했다.

아시아나항공의 차입금은 2009년 말 3조9천억원에서 지난달 말 기준 3조원으로 23.1% 감소했다.

아시아나항공은 비행심 자산 매각을 추진한 결과 지난 5일 500억원 규모의 CJ대한통운 자본 일부 47만 2000주를 판 바 있다. /연합뉴스

박종진

채널A 보도본부 경제부장

기자

뉴스A

이영돈

채널A 제작담당상무

프로듀서

매주 월~금 오후 4시 50분

매주 월~금 밤 9시 50분

매주 금 밤 11시

CHANNEL A

[광주] 남구 서구 광산구 동구 북구 (CMB) 18

[광주] 동구 북구(광주방송) 20

순천 여수 여천 광양 고흥 14

나주 화순 보성 담양 구례 곡성 18

목포 신안 무안 강진 완도 16

해남 영암 진도 장흥

스카이라이프 13

IPTV 18

CHANNEL A

www.ichannelA.com

채널A