




3월 셋째 주 기사 스크랩

[주요 뉴스]

 **뉴스웍스** AHC, 인도네시아와 일본 시장 진출 (p. 1)
(<http://www.newsworks.co.kr/news/articleView.html?idxno=439840>)

 **헤럴드경제** [리얼푸드]인도네시아에서 지난해 가장 핫했던 배달음식 (p. 2)
(<http://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20200315000032>)

 **파이낸셜뉴스** '메이드 바이 코리아' 경전철, 교통지옥 자카르타 해결사로 (p. 3-5)
(<https://www.fnnews.com/news/202003151629042021>)

 **아시아투데이** 코로나 19로 중국인 줄자 동남아 관광업 직격탄 (p. 6-7)
(<http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20200316010009876>)

AHC, 인도네시아와 일본 시장 진출

김영길 기자 승인 2020.03.12. 09:58

AHC, 인도네시아와 일본 시장 진출



AHC가 인도네시아에서 공식 런칭 행사를 진행하고 있다. (사진제공=AHC)

[뉴스웍스=김영길 기자] AHC가 아시아 태평양 지역 뷰티 시장에서 순항하고 있다.

AHC는 지난 1월에는 인도네시아, 2월에는 일본에서 공식 런칭하며 글로벌 시장에 진출했다.

인도네시아 뷰티 업계 오피니언 리더들과 인플루언서들이 참여한 가운데 공식 런칭 행사를 가지고, 최대 뷰티 온라인 쇼핑몰인 '소시올라' 단독 런칭을 시작으로 현재는 왓슨스를 비롯해 총 65개 오프라인 매장에서 판매 중이다.

인도네시아는 인구 규모 세계 4위로, 유로모니터에 따르면 2018년 기준 화장품 시장 규모가 약 6조 4800억원에 달하고 2023년에는 약 11조 40500억원 규모로 성장할 것으로 예측된다.

이곳의 여성들은 한류의 대유행으로 인해 K뷰티를 선호하고, 덥고 습한 날씨로 인해 스킨케어에 더 신경쓰는데 스킨케어 중에서는 특히 미백과 안티에이징 제품이 반응이 좋다. 인도네시아 시장에 AHC는 얼굴 전체에 바르는 '아이크림 포 페이스'가 뜨거운 호응을 얻고 있다.

고온다습한 기후에도 불구하고 피부에 빠르게 흡수되어 피부 속 깊숙이 뛰어난 안티에이징과 촉촉함을 전달하는 것은 물론 휴대까지 간편하다는 것이 인기 요인이다. AHC의 미백 라인인 '피오니 브라이트'도 맑고 깨끗한 피부를 선망하는 인도네시아 여성들의 관심을 뒤흔고 있다.

2월에 공식 진출한 일본에서도 런칭과 동시에 좋은 성과를 얻고 있다. 일본의 대형 TV 홈쇼핑 '샵채널'을 통해 선보인 AHC 아이크림 포 페이스는 첫 런칭 생방송에서 1만개 이상의 판매고를 올렸다.

AHC 아이크림을 일본 전용 상품으로 개발했을 뿐 아니라 AHC만의 에스테틱 노하우로 엄선한 원료, 피부 깊숙이 흡수되어 효과를 극대화하는 최첨단 공법 등이 까다로운 일본 품질 기준을 통과하며 뛰어난 제품력을 입증 받은 결과이다. 인구의 평균 연령이 높고 안티에이징 시장이 더 커질 것으로 예상되는 일본 뷰티 시장에서 좋은 출발 신호를 울린 셈이다.

[리얼푸드]인도네시아에서 지난해 가장 핫했던 배달음식

기사입력 2020-03-15 09:08

[리얼푸드=육성연 기자]인도네시아 온라인 음식배달 시장이 성장세를 이어가는 가운데 지난해 식품 배달서비스업 고푸드(Gofood)에서 가장 많은 주문수를 기록한 배달음식은 아얌 게쁘렉은(Ayam Geprek)인 것으로 나타났다.



한국농수산식품유통공사(aT)에 따르면 인도네시아 배차앱인 고젝의(Gojek)은 고젝에서 파생된 라이프스타일 앱중 하나인 고푸드(Gofood)에서 이같은 통계가 나왔다고 밝혔다.

아얌 게쁘렉은 닭고기 튀김에 삼발(Sambal, 인도네시아 칠리소스)을 볶아 얹은 음식이다.

아얌 게쁘렉이 지난해 기록한 총 주문수는 약 3억건이다. 이는 1500만 건으로 2위를 차지한 아이스 라떼의 20배, 500만건의 3위 바나나튀김(Pisang Goreng)의 60배에 달한다.

고젝 그룹의 식품사업부 책임자는 아얌 게쁘렉의 인기 비결로 인도네시아의 주식인 닭과 현지 소비자들이 좋아하는 삼발소스, 그리고 비교적 저렴한 가격을 꼽았다.

그는 “소비자들의 니즈를 맞추기 위해서는 신속성, 맛, 가격 삼박자를 두루 갖춰야 한다”고 강조했다.

'메이드 바이 코리아' 경전철, 교통지옥 자카르타 해결사로

파이낸셜뉴스 입력 : 2020.03.15 16:29 수정 : 2020.03.16 08:40

한국철도시설공단
자카르타 첫 경전철 LRT 사업
1단계 공사에서 쌓은 신뢰 기반
2·3단계 수주에 역세권 개발까지
올해 인니서 3조원 수주 목표



인도네시아의 수도 자카르타의 북부와 동부를 잇는 LRT 1단계의 출발역인 벨로드롬(Velodrome)역을 출발한 열차가 야외 철도를 달리고 있다. 사진=박소연 기자



LRT 1단계의 출발역인 벨로드롬(Velodrome)역에 들어온 열차의 문이 열리고 있다. 해당 스크린도어는 LG CNS가, 열차는 현대로템이 수주했다. 사진=박소연 기자

【자카르타(인도네시아)=박소연 기자】 50계단은 죽히 넘어 보이는 에스컬레이터를 세 번 갈아타고 도착한 승강장에 4량짜리 아담한 열차가 제시간에 맞춰 들어온다. 자카르타 최초 경전철(LRT)의 남단 출발역인 벨로드롬(Velodrome)역이다. 한국철도시설공단이 최초로 수주한 LRT 1단계 완공 현장이다. 배차간격은 10분으로 일정하다. LRT의 운임은 거리에 관계없이 5000루피아다. 역에는 스크린도어도 갖췄다. 열차와 스크린도어 모두 한국기업인 현대로템, LG CNS가 각각 만들었다.

인도네시아 수도 한복판에 깔린 한국 철로 위를 한국 열차가 움직이기 시작한다. 벨로드롬을 출발한 열차는 곧장 야외로 이어진 철로를 통해 다음 역으로 달렸다. 필로티 구조로 지어진 선로를 달리는 경전철에서는 인니 도심 전경이 한눈에 들어온다. 우리에게 너무 익숙한 이 경전철은 인니 국민들에게는 파격이었다. 일방통행 구조에 승용차와 오토바이량이 폭발적으로 증가하면서 만들어진 교통지옥 자카르타 시내를 유유히 달리는 LRT가 시민의 발로 주목받고 있는 것이다.

대한무역투자진흥공사(KOTRA)에 따르면 자카르타 시내의 교통체증을 방지할 경우 올해 예상 경제적 손실은 65억달러에 이를 것으로 예상됐다. 이에 따라 자카르타 주 정부는 2029년까지 대중교통 이용 비중을 60%까지 늘리는 계획을 실행하고 있다.

■ LRT 수주에 역세권 개발까지

LRT 1단계는 110km를 넘는 LRT 전체 구간의 10분의 1이 안되는 규모지만 의미는 크다. 인니 철도 인프라 시장을 꽉 잡고 있는 국영기업 자카르타 자산관리공사(JAKPRO)와 손을 잡았다는 측면에서다. 이제 시작 단계인 인니 LRT 사업에서 우리 공기업이 유리한 고지를 차지했다는 뜻이다.

1단계 사업은 자카르타시 자체 재정사업으로 총 4500억원 가량이 들었다. 철도공단 컨소시엄은 중국, 캐나다 업체 등을 제치고 토목 공사를 제외한 분야를 1400억원에 수주했다. 공단은 자카르타 LRT 2A단계(7.5km)사업 수주에도 성공했다. 작프로와의 사업 파트너 관계를 이으면서도 사업 내용은 더 알차졌다. 감독을 받아야 했던 1단계와 달리 2A단계에선 공단이 건설공사 발주와 감독을 모두 담당한다. 또 1단계 구간과의 연장 운영을 총괄하는 사업도 포함돼 있다.

공단은 이 기세를 몰아 3단계 사업까지 수주해 자카르타 시내에 LRT 순환선을 모두 공단이 완공한다는 목표를 세우고 있다. 현재 자카르타는 LRT나 지하철(MRT) 대신 그랩이나 고젝 등 '도어 투 도어(door-to-door)' 서비스가 가능한 차량 호출 서비스가 인기다. 정류장 접근성 자체가 제한적인 데다 인도가 부족해 정류장까지 걸기도 불편해서다.

조성희 철도공단 인니 지사장은 "현재로서는 인니 국민들의 LRT 접근성이 제한된 상황"이라면서 "구간 확장이 중요하다. 막히는 구간은 지하철로 이동하고 역에서 목적지까지 차량 호출 서비스를 이용할 수 있다"고 분석했다.

조 지사장은 이어 "LRT 개통 이후 자카르타에 슬슬 역세권이라는 개념이 생기는 등 우리나라 개발 초기 모습이 나타나고 있다"면서 "LRT 구간 연장과 역세권 개발이 향후 공단의 주요 사업 대상이 될 것"이라고 설명했다.

■ "우리 철도기업 진출 발판 만들 것"

자카르타 철도 시장에서는 한중일 각축전이 치열하다. 일본은 지하철(MRT) 시장에 안착했다. 중국은 저가 수주 전략으로 지역 간 고속철도 시장을 잡았다.

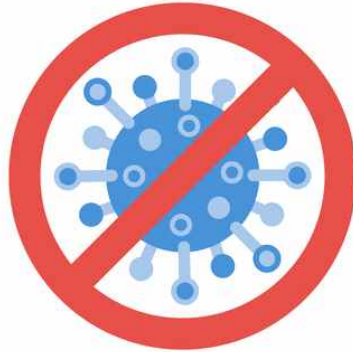
LRT로 이 틈새를 공략한 공단은 미래 확장성에 주목하고 있다. 인니 국가개발기획원(바페나스)에 의하면 올해 자카르타를 비롯해 메단, 수라바야, 마카사르, 스마랑, 반둥 등 여섯 개 도시에 도심형 교통수단 계획이 수립된다. LRT 시장 규모만 약 15조원이 넘는다. 이중 현지 기업 몫을 제외하고 공단이 올해 목표로 잡은 금액은 약 3조원 가량이다.

'한국'이라는 브랜드를 가진 공기업인 철도공단의 전략은 기관간 업무협약(MOU)이다. 조 지 사장은 "주로 국영기업인 발주처들과 약속부터 맺고 전략적 관계 제휴를 강화해 가고 있다"고 소개했다.

공단의 최종 목표는 민관협력해외투자개발(PPP)사업 비중을 늘리는 것이다. 일반 재정사업보다 수주 기관의 발언권이 더 크기 때문이다. 그는 "PPP사업과 설계권 획득을 통해 국내 철도 기업 마중물 역할을 하는 것이 최종 목표"라고 전했다.

코로나 19로 중국인 줄자 동남아 관광업 직격탄

정아름 기자 | 기사승인 2020. 03. 16.



STOP CORONAVIRUS

신종 코로나 바이러스 이미지/제공 = 게티 이미지뱅크

중국인 의존도가 높은 동남아시아 국가들이 신종 코로나 바이러스 감염증(코로나 19) 영향으로 관광업계가 직격탄을 맞았다.

16일 닷케이아시아리뷰는 2월 태국 입국자수가 지난해 같은기간보다 44% 줄었다고 보도했다. 같은기간 베트남 입국자 수는 22% 감소했다.

중국 정부가 지난 1월말부터 코로나 19와 관련, 단체 해외여행 금지조치를 내리면서 양국 입국자 수가 쪼그라든 것으로 보인다.

두 나라는 중국인 관광객 비율이 높아 특히 타격이 컸다.

베트남은 지난해 전체 외국인 관광객 중 32%가 중국인이었다. 3명당 1명꼴이다. 태국도 지난해 전체 관광객 중 28%이 중국인으로 조사됐다.

대부분 동남아 국가들의 관광객 상당수는 중국인이다.

닛케이는 동남아시아국가연합(ASEAN)과 경제정보업체 CEIC 통계를 토대로 지난해 동남아시아를 방문한 중국인 방문객 수는 3000만명으로 추산된다고 설명했다. 이는 전체 외국인 관광객의 20%를 차지한다. 이 통계에는 태국, 베트남, 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 미얀마, 필리핀 등 7개국이 포함됐다.

중국인 관광객에게 의존하던 동남아지역 업체들은 심각한 타격을 입었다.

태국 상무부 조사에 따르면 올해들어 2월 중순까지 8개 호텔이 파산 신청을 했다. 21개 레스토랑은 문을 닫았다.

인도네시아 유명 관광지인 발리도 호텔 객실 점유율이 20%에 불과한 것으로 나타났다.

닛케이는 동남아 국가들이 코로나 19 장기화 영향에 따라 기업들이 대규모 부채를 짊어질 수 있다고 우려했다.

시장조사업체 딜로직은 말레이시아, 태국, 인도네시아, 싱가포르, 필리핀, 베트남, 라오스, 캄보디아에 본사를 둔 기업들이 올해 말까지 총 308억 달러(약 37조 6314억원) 규모 빚을 질 것으로 예상했다.

이중 태국이 부채 3분의 1을 차지할 것으로 예측됐다. 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아 등이 뒤를 이었다.

동남아 정부들은 코로나 19로 타격을 입은 중소기업 살리기에 나섰다.

인도네시아 정부는 국내총생산의 약 1%에 해당하는 85억 달러 규모 경기부양책을 발표했다. 소득세 완화, 중소기업 대출금 상환 완화 등의 내용이 담겼다.

4월부터 선정된 식당과 호텔에 대해서는 6개월간 지역세를 일부 면제해주기로 했다.

싱가포르 정부는 지난달 발표한 40억 달러 규모 호텔 재산세 환급 조치 이후 2차 구제책을 마련하고 있다.

리셴룽 싱가포르 총리는 “기업의 현금흐름을 돕고 근로자들이 직업 유지 및 재교육을 받을 수 있도록 할 것”이라고 말했다.

싱가포르 금융사인 DBS그룹 홀딩스 관계자는 “내수 경제 중심 국가들도 중국인 관광객 감소로 연쇄적인 영향을 받을 수 있다”고 경고했다.x