

알리바바닷컴, 韓 B2B 시장 공략… 거래 보호로 주도권 강화

‘트레이드 어슈어런스’ 앞세워 플랫폼 기반 신뢰 구축 본격화
서울·부산 거점 확대에 이어 K제품 글로벌 판로 지원 강화

“알리바바 닷컴은 한국 시장에 더욱 깊이 뿌리 내리며 현실화를 위한 투자를 확대하고, 더 많은 한국의 중소기업이 당사의 디지털 툴(Tool)을 활용해 세계로 진출할 수 있도록 적극 지원할 것입니다”

7일 알리바바닷컴이 서울 강남구에 있는 조선 팰리스에서 ‘트레이드 어슈어런스(Trade Assurance) 서비스’ 출시 관련 기자회견을 열고, 한국 시장 공략에 나서겠다는 의지를 드러냈다. 행사에는 선 양 글로벌 사업개발 총괄 본부장, 썸머 가오 글로벌 공급망 총괄, 앤드류 천 알리바바닷컴 결제 및 거래 총괄, 마리오 양 알리바바닷컴 코리아 지사장이 참석했다.

알리바바닷컴은 한국 시장 공략에 앞서, 그 매개로 자사가 운영하는 거래 보호 서비스 ‘트레이드 어슈어런스’를 소



알리바바닷컴이 7일 서울 강남구 조선 팰리스 서울 강남에서 ‘알리바바 Trade Assurance 국내 공식 출시’ 기자회견을 진행 하고 있다. /손진영 기자 son@

개했다. 트레이드 어슈어런스는 알리바바닷컴이 독자적으로 운영하는 거래 보호 서비스로 ▲바이어와 셀러 간 신뢰 보장 ▲온라인 결제 지원 ▲비즈니스 기회 확대 ▲불필요한 무역 리스크 최소화 ▲분쟁 중재 등 5가지 주요 기능을 제공한다.

이 중 눈 여겨볼 서비스는 바이어와 셀러 간 신뢰 보장이다. 알리바바닷컴은 트레이드 어슈어런스 서비스의 일환

으로 거래 대금 예치 제도(에스크로 시스템)를 운영한다고 밝혔다. 쉽게 말해 바이어가 결제를 진행하면, 대금은 즉시 셀러에게 지급되는 것이 아니라 알리바바닷컴이 일시적으로 보관한다. 이후 바이어가 상품을 수령하고, 이상이 없음을 확인하면 해당 대금이 셀러에게 전달되는 방식이다.

썸머 가오 알리바바닷컴 글로벌 공급망 총괄은 “(트레이드 어슈어런스는)

단순한 기술 상품을 넘어 글로벌 디지털 무역 신뢰 시스템의 핵심 축”이라며 “이번 서비스를 중심으로 세계 시장의 거래를 지역 거래처럼 안심하고 효율적으로 성사시키는 것이 자사의 목표”라고 전했다.

알리바바닷컴은 한국 셀러들을 대상으로 이 같은 시스템을 제공하며, 국내 시장 공략에 속도낸다는 방침이다. 선 양 알리바바 글로벌 사업개발 총괄 본부장은 “대한민국은 글로벌 무역 네트워크에서 늘 항상 중요한 축을 담당해 왔다. 한국은 알리바바 닷컴이 주목하고 있는 세계 주요 시장 중 하나”라고 입을 열었다.

그러면서 “전 세계적으로 K컬처 열풍이 이어지면서 알리바바 닷컴에서도 메이드 인 코리아 상품의 인기가 날로 높아지고 있다”며 “지난 6개월 동안 한국 셀러들은 미국, 영국, 멕시코, 캐나다, 프랑스, 사우디아라비아 등 글로벌 주요 국가의 바이어들로부터 많은 문의와 거래 제안을 받아왔다”고 말했다.

실제 알리바바닷컴이 개설한 한국 기업 전용 페이지인 ‘파빌리온’을 지난 7

월 개설한 이후, 1년 간 알리바바닷컴 플랫폼 내 한국 상품의 트래픽(상품 노출량)이 전년 대비 50% 이상 증가했다.

한국 시장에 안착하기 위한 구체적인 전략도 소개했다. 선 양 본부장은 “이미 지난해부터 서울 사무실에 현지 팀을 확대하고, 인력 채용을 진행했다”면서 “올해 6월에는 남부 지역의 기업들이 이동에 부담 없이 교육과 컨설팅을 받을 수 있도록 부산에도 신규로 사무소를 개설했다”고 밝혔다.

한편, 알리바바닷컴은 이번 서비스를 이용하는 한국 셀러를 대상으로, 거래가 성사될 경우 건당 최대 100달러 한도로 4%(건당 최대 100달러 상한)의 수수료를 부과한다는 방침이다.

알리바바닷컴은 1999년 중국 전자상거래 기업 알리바바 그룹이 알리바바 인터내셔널 산하에 설립한 글로벌 기업간 거래(B2B) 전자상거래플랫폼이다. 세계적으로 구매자(바이어)와 판매자(셀러)를 연결하는 대외 무역 서비스를 제공하며, 셀러가 전 세계 시장에 자사 상품을 선보일 수 있도록 지원하는 역할을 한다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

ESG 평가서 ‘베스트 100’ 또 올라

동아쏘시오홀딩스

동아에스티·에스티팜도 톱10 진입

동아쏘시오홀딩스 국내 ESG(환경·사회·지배구조) 평가기관 서스틴베스트의 2025년 상반기 평가에서 ‘ESG 베스트 기업 100’에 선정됐다고 7일 밝혔다.

동아쏘시오홀딩스는 지난해 하반기에 이어 연속으로 선정됐으며, 전문의약품 사업회사 동아에스티, 원료의약품 사업회사 에스티팜도 2회 연속 100대 기업에 뽑혔다. 특히 동아에스티는 27위에서 4위로, 에스티팜은 30위에서 8위로 수직 상승했다.

또 동아쏘시오홀딩스는 처음으로 연결 자산 규모 2조원 이상 그룹에서 A등급을 받았다. 지난해 하반기에는 5000억

원 이상 2조원 미만 상장기업에서 AA를 받은 바 있다. 동아에스티와 에스티팜은 5000억원 이상 2조원 미만 그룹군에 속하며 2회 연속 AA등급을 받았다.

서스틴베스트는 ESG 경영에서 우수한 성과를 보인 상장사 100곳을 발표하는데, 자산규모별로 2조원 이상 상장기업은 50곳, 5000억원 이상 2조원 미만 상장기업은 30곳, 5000억원 미만 상장기업은 20곳을 선정하고 있다.

동아쏘시오홀딩스 관계자는 “끊임없는 혁신과 책임 있는 경영을 바탕으로 지속가능한 미래를 향한 동아쏘시오그룹의 발걸음은 멈추지 않을 것”이라며 “고객, 지역사회, 이해관계자 등 모두와 협력해 더 나은 세상을 위한 변화를 이끌어 나가겠다”고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@

아모레퍼시픽 “컬러로 완성하는 나다움”

센슈얼 립 컬렉션 신규 색상 5종

아모레퍼시픽은 뷰티 브랜드 헤라에서 ‘서머 립 컬렉션’을 선보인다고 7일 밝혔다.

기존 입술 메이크업 제품군인 ‘센슈얼’에 신규 색상 5종을 추가하고, 여름에 어울리는 메이크업을 공개한다. 센슈얼은 ▲누드 글로스 ▲파우더 매트 ▲틴티드 샤인 등 3가지 제형으로 구성된 것이 특징이다.

투명하고 맑은 광택감을 갖춘 누드 글로스에서 윗베리, 체리콕, 허니드 등을 신규 색상으로 선보인다. 윗베리는 라즈베리 계열의 빨간 색이다. 체리콕

과 허니드는 한정판으로 각각 입술 본연의 생기를 연출해 준다. 벨벳 제형인 파우더 매트에서는 데어베어와 핑크헤이즈를 새롭게 출시한다.

이와 함께 헤라는 ‘한 겹의 컬러만으로도 자신만의 개성과 무드를 자연스럽게 드러내는 립 메이크업’을 주제로 하는 캠페인을 펼친다.

특히 Z세대를 대표하는 모델 박제니, 유예린, 댄서 하리무와 함께 제작한 화보를 통해 헤라가 추구하는 브랜드 가치관을 표현했다. ‘나다움’을 바탕으로 각 인물이 지닌 개성과 태도가 감각적으로 조화를 이뤘다.

/이청하 기자



마이핏 키해피.

동국제약

우리아이 맞춤 키성장

‘마이핏 키해피’ 출시

동국제약은 뉴트리션 브랜드 ‘마이핏’의 첫 어린이 키성장 건강기능식품인 ‘마이핏 키해피’를 출시했다.

‘마이핏 키해피’는 식품의약품안전처로부터 성장기 어린이들의 키 성장에 도움을 줄 수 있는 기능성을 인정받은 유산균발효글루추출물(FGO)을 함유했다. 국내 어린이 대상으로 진행한 24주간의 인체적용시험 결과 섭취군은 3.78cm 성장 및 비섭취군 대비 신장이 0.87cm 추가 성장해 대조군 대비 유의한 결과를 보였는데, 특히, 대조군 대비 더 빠른 성장속도(HV), 키 표준 편차점수(SDS) 증가, 성장인자결합단백질(IGFBP-3) 확인 등 성장지표의 유의적 개선 효과도 확인됐다. ‘마이핏 키해피’는 ‘돈 워리, 키해피(Don’t worry, 키Happy)’라는 슬로건 하에, 하루 1포로 성장기 필수 영양소인 아연, 망간과 같은 미네랄을 1일 섭취량 기준 100% 충족하도록 맞춤 설계했다.

동국제약 건식사업부 담당자는 “7살 자녀를 둔 엄마인 동국제약 상품 기획팀 팀장의 고민에서 출발해 정성껏 개발한 ‘마이핏 키해피’는 마이핏 브랜드 최초의 키성장 건강기능식품”이라

/이세경 기자

LG생활건강, 여름철 진정·선케어 선택

히알루론 판테놀 수분 라인 4종

LG생활건강은 이마트 전용 브랜드 ‘글로우:업 바이 비온드’에서 수분·진정 제품으로 ‘히알루론 판테놀 수분 진정 라인’ 4종을 출시한다고 7일 밝혔다.

이번 신제품은 여름철 뜨거워진 피부를 위한 것으로, 초저분자부터 고분자까지 다양한 입자로 이뤄진 7종 히알루론산과 피부 진정 효능이 있는 ‘판테놀’을 함유하고 있다.

해당 제품들은 기초 제품으로 세안 후 피부결 정돈을 도와주는 ‘토너’, 피부 속까지 수분을 채워 속당김을 개선할 수 있는 ‘세럼’, 피부 냉각 효과를 갖춘 ‘크림’ 등으로 구성됐다.



글로우:업 바이 비온드 ‘히알루론 판테놀 수분 진정 라인’ 4종. /LG생활건강

이와 함께 선보여지는 선크림은 강력한 자외선 차단 효과는 물론, 백탁 현상 없이 촉촉하고 부드러운 발림성으로 설계된 것이 특징이다.

/이청하 기자

파리바게뜨, 파란라벨 케이크 론칭 이벤트

SBS 가요대전 티켓 2매 제공

파리바게뜨가 파란라벨 ‘저당 그릭요거트 케이크’ 구매 고객을 대상으로 ‘2025 SBS 가요대전 Summer’ 티켓을 제공하는 이벤트를 진행한다고 7일 밝혔다.

이번 이벤트는 파란라벨 첫 케이크 제품인 ‘저당 그릭요거트 케이크’ 론칭을 기념해 대표적인 여름 음악 축제인 ‘2025 SBS 가요대전 Summer’와 함께 한다.

7일부터 17일까지 파리바게뜨 공식 애플리케이션 ‘파바앱’을 통해 참여할 수 있다. 파바앱 이벤트 페이지 내 ‘스탬프 참여하기’ 버튼을 누른 뒤, ‘파란라벨 저당 그릭요거트 케이크(홀)’를 구매하면 스탬프가 1회 적립되고, 적립 즉시 이벤트에 자동 응모된다.

추첨을 통해 총 100명에게는 ‘2025 SBS 가요대전 Summer’ 티켓(1인 2매)이 제공된다. 당첨자는 19일에 발표될 예정이며 자세한 내용은 파바앱 이벤트 페이지에서 확인할 수 있다.

‘2025 SBS 가요대전 Summer’는 오는 26일부터 27일까지 양일간 일산 킨텍스에서 진행된다. 아이돌 그룹과 밴드 등 케이팝(K-POP) 아티스트 31팀이 참여하며, 역대 최고 수준의 초호화 아티스트 라인업으로 국내는 물론 전 세계 케이팝 팬들의 뜨거운 관심을 받고 있다.

파리바게뜨 관계자는 “파란라벨 케이크 소비자들을 위해 ‘2025 SBS 가요대전 Summer’ 공식 협찬을 통한 이벤트를 마련했다”며 “앞으로도 소비자들의 일상에 특별함을 더해줄 프로모션을 선보일 것”이라고 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@