

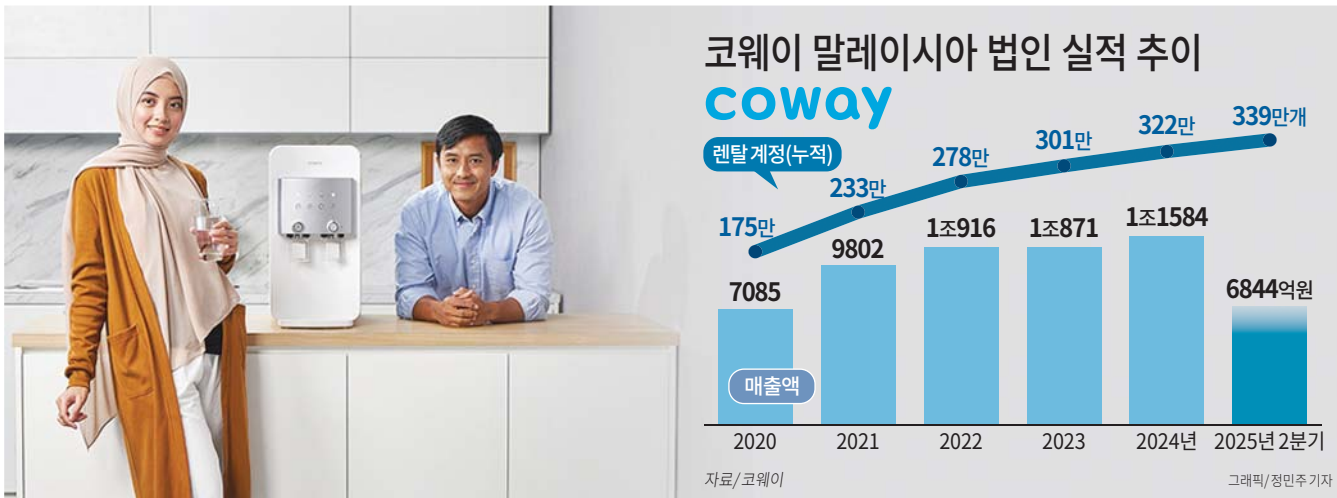
현지화 앞세운 코디·할랄 전략… 정수기 렌탈시장 1위 ‘우뚛’

코웨이, 말레이시아 진출 20년째

2분기 누적매출 6844억 돌파
계정 339만, 성장세 꾸준 지속
2006년 진출 후 현지화 성공
특화 제품으로 수요층 확대
국내 경쟁사도 뒤이어 진출

내년이면 말레이시아 진출 20주년이 되는 코웨이가 현지에서 압도적인 네트워크와 역량을 통해 ‘연매출 2조원’, ‘400만 계정’을 향해 순항하고 있다. 말레이시아 최초 렌탈서비스 도입(2007년), 정수기 최초 ‘할랄(HALAL) 인증’ (2010년) 등 지도에 없는 길을 개척하며 현지화를 통해 성공신화를 써오면서다. 말레이시아 법인은 미국, 중국, 태국, 인도네시아, 베트남, 유럽, 싱가포르 등 코웨이가 진출한 해외 거점 중에서 압도적으로 1위를 차지하며 글로벌 매출을 견인하고 있다.

12일 코웨이와 금융감독원 전자공시에 따르면 코웨이 말레이시아 법인은 올해 2분기에만 매출 3555억원, 영업이익 678억원으로 전년 동기 대비 각각 23.9%, 44.2% 성장했다. 홈케어 서비스와 비락



스 제품군 판매가 크게 늘고 신규 카테고리 출시 효과 등이 맞물린 결과다.

올해 들어 2분기까지 누적 매출은 6844억원에 이른다. 계정수는 339만개를 기록하고 있다.

코웨이 말레이시아 법인은 2022년 당시 1조916억원으로 ‘매출 1조원’을 훌쩍 뛰어 넘었다. 지난해엔 1조1584억원의 매출을 기록했다. 계정도 2020년 당시 175만개에서 278만개(2022년), 322만개(2024년)로 점점 증가세다.

코웨이는 지난 2006년 말레이시아에 법인을 세웠고 이듬해에 현지 최초로 렌

탈 및 코디 서비스를 선보였다. 말레이시아는 정수기 관리서비스 없이 고객들이 직접 필터를 교체하는게 기존 관행이었다. 이에 따라 주기적인 서비스를 제공하는 코디시스템이 인기를 끌었다. 2015년에는 현지인 코디를 대폭 확충하며 네트워크를 더욱 확대하기도 했다.

이후 코웨이는 ▲‘마시는 물도 식품’이란 발상의 전환을 통해 정수기 업계 최초 할랄 인증 획득 ▲온수를 선호하는 현지 고객들 선호에 맞춘 제품 적극 개발·출시 ▲실내 공기질이 좋지 않은 점을 감안한 특화 기술(헤이즈 모드) 탑재 공기청정

기 출시 ▲매트리스 케어 렌탈 서비스 출시(2020년) ▲안마의자 및 에어컨 렌탈 상품 출시(2023년) ▲안마베드, 페블케어 등 비락스 브랜드 론칭(2024년 9월) 등을 통해 시장을 끊임없이 공략했다. 코트라는 ‘2025년 말레이시아 진출전략’ 보고서에서 정수기 렌탈과 사후관리 서비스에 대한 개념이 없던 현지에 한국형 코디 서비스와 렌탈 서비스를 도입해 현지 정수기 시장의 판도를 바꾸며 60%가 넘는 시장점유율로 1위를 차지하고 있다고 평가했다.

코웨이는 말레이시아 여성들에게 취

업 기회를 제공하는 등 지역 사회 고용 활성화에 기여한 공로로 2013년 당시엔 말레이시아 국제통상산업부로부터 ‘CSR우수기업’ 장관상을 수상하기도 했다.

또 2015년부터 2024년까지 말레이시아 소비자가 뽑은 가장 신뢰받는 브랜드 정수기 부문(리더스 다이제스트·Reader’s Digest)에 10년 연속으로 이름을 올리고 있다.

코웨이가 시장을 최초로 개척한 이후 국내 기업 중에선 쿠쿠전자(2014년), SK매직(2018년), 청호나이스(〃)가 잇따라 말레이시아에 진출해 사업을 펼치고 있다. 코웨이가 선구자 역할을 톡톡히 한 셈이다.

코웨이 관계자는 “현재 말레이시아 렌드마크인 쿠알라룸푸르공항의 주요 공간에는 코웨이 정수기 70여 대와 100여대의 공기청정기가 설치돼 있어 공항을 찾는 전세계인들이 깨끗한 물과 쾌적한 공기를 직접 체험하고 있다”면서 “앞으로도 현지 맞춤형 혁신 제품과 차별화한 전문 관리서비스를 바탕으로 글로벌 넘버원 브랜드로 지속 성장해 나가겠다”고 말했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

LG전자, 항균 기능성 소재 ‘퓨로텍’ 유럽 첫선

플라스틱 전시회 K 2025서 공개 항균·항곰팡이 신소재로 시장 공략 유럽규제 통과… B2B 신사업 확장

LG전자가 항균 기능성 소재 ‘퓨로텍’을 유럽 시장에 첫 선을 보인다.

LG전자는 독일 노르트라인베스트팔렌주 뒤셀도르프에서 지난 8일(현지시간) 개막한 K 2025(이하 K쇼)에 LG 퓨로텍을 선보였다고 12일 밝혔다. 3년 주기로 개최되는 K쇼는 3년 주기로 개최되는 미국 NPE, 매년 개최되는 중국 차이나플라스틱과 함께 세계 3대 플라스틱 소재 전시회로 꼽힌다.

LG전자는 이번 K쇼를 통해 가전·모빌리티·건축자재·의류 등 다양한 분야에 적용 가능한 퓨로텍 솔루션을 글로벌 B2B(기업 간 거래) 고객에게 소개하



LG전자가 독일에서 열리는 K 2025에 참가해 항균 기능성 소재 ‘퓨로텍(PuroTec™)’을 선보였다. /LG전자

고, 잠재 고객 발굴과 시장 공략에 속도를 낸다.

LG전자는 전시관에 세탁기·냉장고 등 가전을 비롯해 의류, 소파, 욕실 용품, 자동차 시트 등 퓨로텍을 적용한 다

양한 제품을 전시하고, LG화학과의 협업을 통해 개발한 항균 플라스틱도 함께 선보여 LG전자의 기술 경쟁력을 강조했다.

특히 퓨로텍이 최근 유럽과 미국시장 진출에 필요한 항균제 관련 규제 등록을 마친 만큼 이번 전시가 퓨로텍의 유럽 시장 진입 교두보 역할을 할 것으로 기대하고 있다. 유럽과 미국은 각각 살생물제관리법(BPR)과 연방 살충제법(FIFRA)에 따라 항균·살균 등의 기능성 제품은 유해성 평가를 통해 안전을 입증한 제품만 시장에 유통, 공급할 수 있게 엄격히 규제한다.

지난 9월에는 국제 시험인증기관 SGS Korea(한국 에스지에스)와 ‘LG전자 항균 소재 품질 역량 향상 및 지속발전을 위한 업무협약(MOU)’을 맺고 LG 퓨로텍의 항균 성능을 인증하는 국제 인

증을 공동 개발하기로 했다.

협약에 따라 LG전자는 인증 설계를 위한 항균 기술을 지원하고 한국 에스지에스는 국제 표준에 따른 인증 절차를 설계한다. 인증을 통과한 제품에는 SGS의 글로벌 퍼포먼스마크가 부여된다. 유리 파우더 형태인 퓨로텍은 플라스틱이나 페인트, 고무 등 자재를 만들 때 소량 첨가하면 미생물에 의한 악취, 오염 등을 막는 항균·항곰팡이 기능성 소재다. LG전자는 유리 파우더 연구와 이를 가전제품에 적용해 온 역량을 바탕으로 퓨로텍을 B2B 사업으로 육성하고 있다.

LG전자 키친솔루션사업부장 백승태 부사장은 “축적된 기술력을 기반으로 퓨로텍의 성장 가능성을 세계 시장에 알려 신소재 B2B 사업을 강화해 나갈 것”이라고 말했다. /차현정 기자 hyeon@

HD현대중공업

특수선 인재 찾는다

함정·쇄빙선 새 도약 시동

HD현대중공업이 K-방산을 이끌어 나갈 특수선 분야 미래인재 영입에 나선다. HD현대중공업은 오는 26일까지 ‘특수선사업부 경력 채용’을 진행한다. 12일 밝혔다. 오는 12월 공식 출범을 추진 중인 통합 HD현대중공업의 특수선 사업 확대를 위한 선제적 조치다.

모집 분야는 ▲설계 ▲생산관리 ▲영업 ▲기획·지원 등 4개 분야로 3년 이상의 경력을 가진 주니어급부터 10년 이상의 경력을 보유, 전문성을 갖춘 시니어급까지 다양한 인력을 채용한다.

특히 이번 채용은 ‘열린 채용’으로 진행된다. 선종별·산업별 제한을 두지 않음으로써 각계 각층의 전문가들을 폭넓게 채용하기 위해서다. /유혜은 기자 dhale@hd

신세계까사, 프리미엄 수면시장 ‘질주’

8월 대비 9월 매출 20% 증가
1000만원대 ‘에보니’ 120% ↑

신세계까사(SHINSEGAE CASA)의 프리미엄 수면 브랜드 ‘마테라소(MATERASSO)’가 가을철 훈수·이사 수요를 맞아 고가 제품군 중심으로 눈에 띄게 성장하고 있다.

12일 신세계까사에 따르면 지난 7월 중순 선보인 럭셔리 매트리스 ‘마테라소 헤리티지’ 컬렉션은 본격적인 판매가 시작된 8월 대비 가을 시즌에 돌입한 9월 매출이 20% 증가했다. 특히 1000만원대 초고가 라인 ‘에보니(EBONY)’는 같은 기간 판매량이 120% 이상 늘었다.

수도권 주요 매장에서 상담 예약 건수도 전년 대비 크게 늘어 현장 반응도 뜨겁다.

특히, 브랜드 최상위 라인업인 ‘마테라소 헤리티지’는 소재와 설계에서 글로벌 하이엔드 브랜드 제품들에 견주는 고급 사양을 구현하며 차별성을 공고히 했다.

‘헤리티지’와 조화를 이루는 프리미엄 침대 프레임 출시도 성과 요인 중 하나다. 특히 ‘에보니’ 매트리스와 모던 클래식 스타일의 ‘아스터’ 프레임 조합은 통일된 공간 미감을 중시하는 트렌드와 맞물려 젊은 신혼·이사 고객에게 인기를 끌고 있다. /김승호 기자

웅진프리드라이프, ‘1위 기업 도약’ 선언

새 캠페인으로 비전 선포

웅진프리드라이프가 출범 후 첫 대국민 브랜드 캠페인을 선보인다.

12일 웅진프리드라이프에 따르면 신규 캠페인은 웅진과 프리드라이프의 만남이 만들어 낼 시너지를 담아 토털 라이프케어 플랫폼으로 도약하겠다는 비전을 대내외에 선포하는 출발점이다. 특히 만 10년째 브랜드와 함께해 온 국민배우 최수종이 함께해 의미를 더했다.

브랜드 캠페인은 총 2편의 영상으로 제작했다. 웅진프리드라이프는 신규 광고 캠페인 론칭을 기념해 ‘대국민 인증샷 이벤트’도 진행한다. 이벤트는 웅진

프리드라이프 공식 홈페이지나 유튜브, 인스타그램, 블로그를 통해 참여할 수 있다. 참여 방법은 신규 광고영상 게시물에 ‘웅진프리드라이프’ 출범의 응원 댓글을 남기거나 광고 인증샷을 촬영해 개인 SNS에 올리면 된다.

이벤트 참여자 중 추첨을 통해 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 그랜드키친 식사권, 신세계 백화점 상품권 등 역대급 푸짐한 경품을 제공할 예정이다.

웅진프리드라이프 문호상 대표는 “이번 광고 캠페인은 압도적 1위 상호 프리드라이프의 리더십에 국민 기업 웅진그룹의 신뢰 자산이 더해져 새로운 도약을 알리는 선언”이라고 말했다. /김승호 기자

중기부

전통시장 경쟁력 강화

지원사업 참여 내달 7일까지 모집

중소벤처기업부가 ‘2026년도 전통시장 및 상점가 활성화 지원사업’ 참여 대상을 13일부터 오는 11월 7일까지 모집한다.

12일 중기부에 따르면 이번 공고는 ‘전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법’ 제2조에 따른 전통시장, 상점가, 골목형상점가 등을 대상으로 문화관광형시장, 시장경영지원(옛 시장경영패키지), 지역상품전시회, 전국우수시장박람회 개최 등 총 4개 사업에 대해 모집한다.

이번 공고를 통해 47곳 내외의 시장을 선정·지원할 예정이다. /김승호 기자