

“고객 중심으로 질적 성장”... 생활가전社, AI기반 확장 가속

방준혁 코웨이 회장

“New Coway로 경쟁력 강화”

장평순 교원 회장

“비약의 해... 새 성장 기회 창출”

지기원 청호 대표

“제품 경쟁력으로 고객기대 혁신”

안무인 SK인텔릭스 대표

“렌탈 본질, 모든 전략 출발점”



방준혁 코웨이 회장



장평순 교원그룹 회장



지기원 청호나이스 대표



안무인 SK인텔릭스 대표

생활가전 기업들이 기술·제품·서비스 혁신, 고객 만족 극대화, 국내의 시장 추가 개척을 통한 성장 모색 등을 새해 화두로 제시했다. 거스를 수 없는 인공지능(AI) 기술 확대에 따른 다양한 도전도 이어나간다는 계획이다.

7일 개별 기업들에 따르면 코웨이를 이끌고 있는 방준혁 회장은 2026년 경영 화두로 ‘거센 파도를 넘어서는 NEW COWAY(뉴 코웨이)’를 제시했다. 그러면서 불확실성이 지속되는 경영 환경 속에서도 전략적 사고와 고객 중심 혁신으로 새로운 도약에 나서줄 것을 주문했다.

방 회장은 “격화되는 글로벌 경쟁 환경 속에서 ‘New Coway’ 전략을 기반으로 한 위기 대응력 강화와 질적 성장이 절실하다”며 “고객 가치 혁신을 최우선으로

삼아 경쟁력있는 혁신 제품과 서비스로 시장을 선도해 나가겠다”고 강조했다.

특히 방 회장은 올해 코웨이와 모기업 넷마블을 포함해 “그룹의 질적 성장 원년”을 최대 목표로 설정했다.

장평순 교원그룹 회장은 신년사를 통해 “그동안 힘들었던 일들을 다 해결하고 이제부터 비약하는 일만 남았다”며 ▲AI·데이터 기반 교육 체계 고도화 ▲전 생애 회원 관리 구조 구축 ▲생활문화 사업 경쟁력 및 그룹 시너지 강화를 3대 핵심 과제로 제시했다. 생활가전인 교원웰스와 상조사업을 영위하는 교원라이프를 중심으로 한 생활문화사업의 시너지 창출과 지속 성장 전략도 내놨다.

장 회장은 “올해 방문판매가 황금기를 맞을 것으로 기대되는 가운데 교원웰스를 통해 우리만이 할 수 있는 획기적인 상품을 순차적으로 선보일 것”이라며 “시장에 없던 개척형 제품을 통해 렌탈 사업에서 새로운 성장 기회를 만들어가겠다. 또 라이프 결합 상품 개발을 통해 대부분의 상품이 압도적인 경쟁력을 갖게 될 것”이라고 전했다. 장 회장이 1985년 창업한 교원그룹은 올해 창립 40주년을 맞는다.

청호나이스는 2026년 한 해 ▲고객 중심 혁신으로 시장 선도 ▲영업 경쟁력 획기적 강화 ▲글로벌 시장 성장 가속화를

더욱 적극적으로 펼쳐나간다는 계획이다.

지기원 대표는 “올 한해는 모든 의사결정의 출발점을 고객에 두고 서비스 혁신과 품질 고도화는 물론 청호만의 남다른 발상과 기술력을 바탕으로 고객의 삶을 차별화할 새로운 제품을 선보일 것”이라며 “고객은 청호를 이끌어온 원동력이자 지속 가능한 성장을 만들어내는 핵심 가치로, 시장의 기준을 새롭게 만들어온 제품 경쟁력으로 고객의 기대를 한 발 앞서는 혁신을 지속해야 한다”고 강조했다.

청호나이스는 지난해 창업주인 정희동 회장의 작고로 부인인 이경은 이화여대 의대 교수를 신임 회장으로 선임하며

그룹의 전열을 가다듬었다. 또 ‘세상에 없던 제품’을 만들어내는 ‘창신(創新) 정신’을 강화해 신성장 동력을 마련해 나간다는 계획을 밝힌 바 있다.

지난해 12월부터 SK인텔릭스를 이끌고 있는 안무인 대표는 “렌탈 비즈니스의 본질부터 단단히 하겠다”는 포부를 새해에 밝혔다.

안 대표는 “치열해지는 렌탈 시장 환경 속에서 혁신적인 제품 개발을 통해 사업의 안정을 도모하고, 지속 가능한 성장 동력을 확보해 나가야 한다”면서 “렌탈 비즈니스의 본원적 경쟁력을 강화하는 것이 모든 전략의 출발점”이라고 전했다.

특히 지난해 사명 변경과 함께 웰니스 로보틱스 ‘나무(NAMUH) X’를 선보인 SK인텔릭스는 웰니스 시장에서 새로운 가치를 만들어 나간다는 전략이다.

안 대표는 “AI와 데이터는 우리의 성장을 가능하게 하는 필수적이고 필연적인 기반이 될 것”이라며 “웰니스 로보틱스의 지속적인 기술 개발을 통해 고객의 웰니스 경험을 혁신할 수 있는 고객 맞춤형 서비스를 꾸준히 선보이겠다”고 밝혔다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

중기부, 중소·인디 브랜드 중국진출 지원

상하이서 ‘K-뷰티 글로벌 위크’
K-뷰티·벤처 중국 공략 확대
수출·투자 협력 본격 추진

중소벤처기업부가 이재명 대통령 국빈 방문을 계기로 중국 상하이에서 ‘상하이 K-뷰티 글로벌 위크’를 열고 K-뷰티 유망기업의 중국 진출을 추가 지원했다.

7일 중기부에 따르면 지난 6일부터 이틀간 열린 행사에는 K-수출전략품목 지정기업과 K-뷰티 크리에이터 챌린지 수상기업 등 K-뷰티 중소 브랜드 50개사가 참여했다. 글로벌 화장품 시장 2위 규모를 지닌 중국은 K-뷰티 중소·인디 브랜드에 기회의 시장으로 여겨져 왔다.

이번 행사는 K-뷰티 중소·인디 브랜드의 우수성을 알려 중국 내 점유율을 높이기 위해 마련했다.

전날 선보인 팝업스토어는 전시와 체



김혜경 여사가 7일(현지 시간) 상하이 푸싱아트센터에서 열린 K-뷰티 행사장을 방문, 왕홍 중국 인플루언서와 인터뷰를 하고 있다. /뉴시스

험 공간으로 구성됐다. K-뷰티 체험 꾸러미, 나만의 K-뷰티 굿즈 만들기 등 관람객들을 모으기 위한 이벤트도 열렸다.

이날 경진대회에는 중국 현지 4개 기관과 국내 업계 4개 기관이 심사위원으로 나섰다. 참가기업들에는 정부 수출지원사업시 우대 혜택을 부여하기로 했다.

김혜경 여사는 이날 오전 현장을 찾아

경진대회 발표와 평가과정을 관람한 후 팝업스토어 공간을 둘러보며 참여기업을 격려했다.

중기부에 따르면 김 여사는 특히 팝업스토어 관람 중 끝벌 유래 원료에 기반한 포뮬러, 영국 비건 소사이어티 인증 비건클렌저, 피부과학에 기반한 더마코스메틱, 중국 특허를 보유한 뷰티테크 제품에 각별한 관심을 보였다.

중기부 이순배 글로벌성장정책관은 “K-뷰티는 압도적 품질과 트렌드를 선도하는 속도감 등으로 이번 상하이 행사에서도 우수한 경쟁력을 확인했다”면서 “혁신적인 중소 브랜드 제품을 발굴하고 해외 마케팅을 확대하는 등 K-뷰티 글로벌 공고화에 더욱 노력해 나가겠다”고 밝혔다.

한편 중기부는 상하이국제회의중심에서 ‘한·중 벤처스타트업 서밋’을 별도로 개최했다.

/김승호 기자

“올해 AI·로보틱스 기업 대전환 원년”

김준식 대동그룹 회장 신년사

전사적 AX 추진·수익 성장 가속
농업 현장 중심 실질 변화 강조

김준식 대동그룹 회장이 신년사를 통해 올해를 ‘AI·로보틱스 기업 대전환 원년’으로 선언했다. 전사적으로 인공지능 전환(AX)과 수익 성장 강화를 적극 추진하겠다는 의지도 밝혔다.

7일 대동그룹에 따르면 김준식 회장은 “2026년 AI·로보틱스 대전환은 대동의 100년 대계를 밝히는 등대가 될 것”이라며 “임직원 모두가 힘을 모은다면 대동은 80주년, 100주년을 향해 흔들림 없이 나아갈 수 있다”고 강조했다.

김 회장은 지난해를 미·중 기술 패권 경쟁과 관세 전쟁 등 어려운 대외 환경 속에서 매출과 영업이익이 동반 성장하며 대동의 저력을 재확인한 해로 평가했다.

대동은 2020년 ‘미래농업 리딩 기업’ 비전 선포 이후 3개년 단위의 단계적 혁신을 추진해왔다. 2020년부터 2022년까지는 변화 기반 구축과 디지털 전환(DT)에 집중했고, 2023년부터는 미래사업



중심의 사업 전환과 AI·로보틱스 등 핵심 역량 육성에 주력했다. 새로운 3개년을 맞는 2026년부터는 그동안 준비해온 역량을 토대로

로사업 전반에서 AI·로보틱스 대전환을 본격 추진할 계획이다. 김 회장은 대동이 추진하는 AI·로보틱스 전환이 선언에 그치지 않고 실제 농업 현장과 필드 노동에서 고객의 생산성과 수익성을 높이는 실질적 변화로 이어져야 한다고 강조했다. 대동만의 기술과 철학이 담긴 상품과 서비스의 질적 혁신을 통해 성과를 증명하겠다는 의지다.

그러면서 올해 중점 추진 과제로 ▲AI·로보틱스 상품 혁신 ▲전사적 AX 추진 ▲수익 성장 가시화를 제시했다.

김 회장은 “조직의 변화는 선언이 아니라 실행으로 만들어진다”며 “AI와 로보틱스 기술 혁명 가속화 시대일수록 ‘행승어언(行勝於言)’의 자세로 각자의 자리에서 더 과감하게 실행해 달라”고 당부했다.

/김승호 기자

‘제조 스타트업’ 제품화 전 과정 지원

중기부, ‘제품화 올인원팩’ 신설
설계·시제품·양산 공정 일괄 관리

중소벤처기업부가 제조 스타트업이 제품 제작과정에서 겪는 구조적 어려움을 해소하기 위해 제품화 전 단계를 하나의 체계로 지원하는 ‘제품화 올인원팩(All-in-one Pack)’ 사업을 신설했다.

7일 중기부에 따르면 제조 스타트업은 디자인·설계·시제품·초도양산 등 각 공정단계를 여러 기업에 맡기는 경우가 많다. 이에 공정간 정보가 제대로 이어지지 않으면서 사양변경, 일정지연, 비

용증가 등의 애로를 겪기가 쉽다. 이같은 공정 단절은 제작 오류와 비용 누적을 유발해 최종양산을 가로막는다는 지적을 받아왔다.

중기부는 이러한 문제를 해소하기 위해 올해부터 제조 스타트업의 제품화 전 단계를 하나의 전문기관이 관리·지원하는 프로그램을 마련했다.

제조전문 주관기관은 공정 과정을 직접 돕거나 적합한 파트너를 매칭해 공정 전체를 관리·조정함으로써 제품화 공정 간 연속성을 확보한다. 이번 프로그램에서 가장 핵심적인 역할이다. 제품 설계

부터 시제품·시금형·초도양산까지 제품화 공정 전 과정을 지원할 수 있는 민간 기업이라면 누구나 주관기관에 지원할 수 있다.

중기부는 제조서비스 역량, 전문인력, 파트너 네트워크, 그간 실적 등을 평가해 총 6개 내외를 선정할 예정이다. 선정 이후 혁신적인 아이디어를 보유한 스타트업 80여개를 선발해 스타트업당 최대 5000만원의 제품화 비용을 제공할 예정이다.

스타트업은 제품 개발 수준과 필요 서비스에 따라 디자인, 설계, 시제품, 초도양산 등 필요한 구간에 맞춤형 지원을 받는다.

/김승호 기자

시몬스, 프리미엄 매트리스 구매 혜택 선포

‘삼성전자 세일 페스타’ 제휴 참여
삼성카드 결제시 36개월 무이자 할부

시몬스가 글로벌 가전 브랜드 삼성전자의 연중 최대 행사인 ‘2026 삼성전자 세일 페스타’에 제휴 브랜드로 참여한다.

7일 시몬스 참대에 따르면 먼저 삼성 전자에서 제품을 구매한 고객이 전국의 시몬스 오프라인 매장에서 500만원 이상

의 매트리스를 구매할 경우 몽클로스 룸스프레이와 디퓨저를 사은품으로 증정한다. 사은품은 한정 수량으로 선착순 증정하며, 조기 소진될 수 있다.

여기에 더해 시몬스는 공식 온라인몰에서 삼성카드 100만 원 이상 결제하는 회원들에게 36개월 무이자 할부 혜택을 선사할 예정이다.

/김승호 기자