



넥슨, 세이브더칠드런에 8800만원 기부

넥슨이 사내 기부 프로그램 '더블유(Double U)'를 통해 마련한 기부금 8800만원을 저소득 가정 화상 아동의 수술 및 치료 지원에 사용한다. 넥스코리아는 지난달 30일 서울 마포구 세이브더칠드런 본사에서 기부금 전달식을 열고 저소득 가정 화상 환자 지원 사업 운영 계획을 논의했다고 2일 밝혔다. /넥슨



우리은행, 고객 제안 금융서비스에 반영

우리은행은 금융당국 실무자로 구성된 '금융 현장소통반'과 함께 하는 '2026년 우리은행 고객패널 간담회'를 개최했다고 2일 밝혔다. '고객패널 간담회'는 금융소비자의 의견을 청취하고 서비스에 반영하기 위한 프로그램으로, 금융소비자가 직접 요청한 개선 사항을 실제 반영해 금융소비자 중심 서비스를 확대하는 데 주안점을 뒀다. /우리은행



BNK금융, 동남권 해양산업 금융지원 강화

BNK금융그룹이 동남권 지역 내에서 은행 계열사를 중심으로 한 해양금융 협력체계를 확대한다. BNK금융은 한국해운협회와 '동남권 해양금융 활성화 및 해양산업 경쟁력 강화'를 위한 업무협약'을 체결하고 BNK부산은행 및 BNK경남은행을 중심으로 해양금융 협력체계를 강화한다고 1일 밝혔다. /BNK금융그룹



소진공, 소상공인 컨설팅 20년 성과 점검

소상공인시장진흥공단(이하 소진공)이 올해로 20주년을 맞은 소상공인 컨설팅 사업 성과 점검과 새로운 발전 방향 모색에 나섰다. 소진공은 인태연 이사장이 지난달 31일 서울 마포 드림스퀘어에서 '소상공인 컨설팅, 새로운 10년을 위한 도약 간담회'를 개최하고 소상공인 지원 강화를 위한 현장 소통에 나섰다고 2일 밝혔다. /소진공

인사 ◆파이낸셜뉴스△마켓부문장 겸 금융부장(부국장대우) 최갑천 △생활경제부장(부국장대우) 오승범 △증권부장 김병덕 △자본시장부장 김경아 △건설부동산부장 안승현 △국제부장 박신영 △중기벤처부장 김기석 △정보미디어부장 조운주 △정책부문장 겸 경제부장 윤경현 △전국부장 정지우 △사회부장 김영권 △문화스포츠부장 김성환

부음 ▲정복득(87)씨 별세, 정연하·일정(TMG 종합엔지니어링 건축사사무소 부사장)·연주·기숙씨 부친상, 김창섭씨 빙부상, 윤현주·박경화씨 시부상 = 대구 영남대 의료원 장례식장 특201호, 발인 8월 3일 오전 8시. 053-620-4670

삼양식품, '불닭' 앞세워 방한 관광객 유치 나선다

문체부와 한국관광 홍보 업무협약
제품 QR·해외 유통망 연계 캠페인
방콕서 K-푸드·문화 체험행사 진행

삼양식품과 문화체육관광부는 해외 방한객 유치 확대 및 한국 관광 해외 홍보 활성화를 위해 지난달 31일 업무협약(MOU)을 체결했다고 2일 밝혔다.

국립현대미술관 서울관에서 열릴 이번 협약은 전 세계적으로 선풍적인 인기를 끌고 있는 'K-푸드'의 파급력을 실제 한국 방문 수요로 연결하기 위해 마련됐다. 양기관은 세계적인 브랜드 파워를 가진 민간의 해외 마케팅 역량과 정부의 관광 콘텐츠를 결합해 전 세계 소비자를 대상으로 일상 밀착형 관광 홍보 모델을 공동 구축할 계획이다.

특히 전 세계 마니아층을 형성하고 있는 삼양식품의 '불닭볶음면'을 주요 매개체로 활용한다는 점에서 의미가 크다. 불닭볶음면은 특유의 매운맛을 통해 전 세계인에게 열정적이고 도전적인 한국의 국가



최희영 문화체육관광부 장관(오른쪽)과 김정수 삼양식품 회장이 31일 서울 국립현대미술관 서울관에서 열린 한국관광 글로벌 도약을 위한 업무협약식에서 기념촬영을 하고 있다. /문화체육관광부

이미지를 각인시키고 대한민국의 브랜드 매력도를 높이는 데 크게 기여하고 있다.

양 기관은 이러한 세계적인 인지도를 바탕으로 해외 소비자들이 일상에서 한국의 맛을 즐기는 경험이 실제 대한민국 방문이라는 행동으로 이어지도록 단단한 '교량'을 구축한다. 이를 통해 'K-푸드'의 파급력을 방한 관광의 핵심 동력으로 삼아, 대한민국을 전 세계인에게 한층 더 매력적인 '대체 불가 여행지'로 각인시킨

다는 구상이다.

삼양식품과 문화체육관광부는 전 세계 소비자가 대형마트나 온라인 쇼핑몰 등 현지 유통 채널에서 삼양식품 제품을 접할 때 한국 관광의 매력을 자연스럽게 인지할 수 있도록 '한국 관광 해외 광고 및 정보'와 '삼양식품 제품콘텐츠'를 연계한 대규모 온오프라인 프로모션을 진행한다.

먼저 QR코드가 있는 '불닭볶음면' 및 소스 제품을 활용해 한국 여행과 삼양식

품 제품의 특징을 함께 담아낼 수 있는 소비자 행사를 진행한다. 태국 방콕에서 열리는 '2026 한국 문화관광 페스티벌 러브 코리아(Love Korea, 8월21~23일)'에서는 삼양식품의 시식 체험으로 한국 라면을 즐기면서 한국의 문화와 놀이 등을 경험하는 공간을 마련해 한국 관광의 매력을 느낄 수 있도록 한다.

또한 양 기관이 보유한 공식 온라인 홍보 채널을 상호 연계해 전 세계 이용자들을 대상으로 한국의 다채로운 관광 정보를 확산하는 공동 캠페인도 지속적으로 전개해 나간다.

김정수 삼양식품 회장은 "K-푸드에 대한 세계적인 관심이 날이 높아지는 만큼 이번 협약을 계기로 삼양식품이 가진 브랜드 경쟁력과 글로벌 네트워크를 바탕으로 대한민국을 찾는 더 많은 분들께 우리의 문화와 관광의 매력을 전하는데 최선을 다하겠다"고 밝혔다. /신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



롯데월드푸드, 세계유산위서 K-스낵 홍보

빼빼로·제크 등 대표 제품 소개
광화문·일월오봉도 패키지 주목

롯데월드푸드가 부산에서 열린 제48차 유네스코 세계유산위원회에 공식 협력기관으로 참여해 각국 대표단과 방문객을 대상으로 K-스낵을 소개하는 홍보 활동을 진행했다.

롯데월드푸드는 지난 7월 19일부터 29일까지 부산 벡스코에서 열린 제48차 유네스코 세계유산위원회 기간 동안 162개국 참가자들이 이용하는 대표단 라운지에서 빼빼로와 제크 등 자사 대표 제품을 선보였다고 2일 밝혔다.

행사 기간 대표단 라운지에서는 약 3000명에게 제품이 제공됐다. 빼빼로 아몬드와 초코 제품이 높은 관심을 받았으며, 광화문과 일월오봉도 등 한국의 문화유산을 담은 '빼빼로 랜드마크 에디션'도 각국 대표단에 기념품으로 전달됐다. 해당 기프트 세트는 '한국의 갯벌'의 유네스코 세계유산 2단계 확대 등재가 결정된 7월 25일 제공됐다.

현장에서는 한국의 공권과 지역명을 활용한 제품 패키지에 대한 관심도 이어



제48차 세계유산위원회 25일 오전 회의에서 세계 각국의 위원국 대표단에게 빼빼로 랜드마크 에디션이 기념품으로 제공됐다. /롯데월드푸드

졌다. 대표단들은 패키지 디자인과 한국 문화유산에 대해 질문하는 등 제품을 통해 한국 문화를 접하는 모습도 나타났다. 제크와 미니야과 등 다른 제품에도 관심이 이어졌으며 일부 참가자들은 추가로 제품을 가져가기도 했다.

일반 관람객이 찾은 대한민국관에서는 7월 23일부터 24일까지 빼빼로 체험 행사가 열렸다. 한국의 유네스코 세계유산 일러스트를 활용한 타투 체험과 사회관계망서비스(SNS) 인증 이벤트가 진행됐으며, 참가자들에게는 빼빼로가 제공됐다. 회사 측은 행사 기간 대한민국관 방문객이 3만 명에 육박했다고 설명했다.

/신원선 기자

한국잡월드 "어린이 눈높이 금융체험 확대"

하나은행과 은행 직업체험관 운영

한국잡월드가 하나은행과 협력해 어린이체험관 안에 '은행 직업체험관'을 조성했다고 밝혔다. 이는, 어린이가 직접 은행원이 되어 통장을 발급하고 입출금 업무 등을 수행하며 돈의 순환과 저축의 원리를 스스로 익히도록 꾸민 공간이다.

체험은 '하나은행 한국잡월드지점'을 주제로 창구부터 금고까지 실제 은행과 유사하게 구성했다. 통장을 주머니에서 뽑아 주는 통장 프린터와 금고 공간 등 실제 금융 장비와 시설을 갖췄다. 이를 통해 어린이들이 실제 은행에 온 듯한 분위기 속에서 체험에 몰입할 수 있도록

했다.

체험에 참여한 어린이는 은행원과 고객 역할을 번갈아 맡으며 은행 창구 업무의 전 과정을 직접 경험한다. 또 통장 개설 신청서 작성과 번호표 발급을 시작으로 용돈 통장·내공 통장·내집 통장 등 목적에 맞는 통장을 만들고, 체험용 화폐 '조이(Joy)'를 활용한 입출금을 진행하며 저축 습관을 자연스럽게 익힐 수 있다.

한국잡월드는 이번 체험 내용이 어린이들에게 금융과 직업을 함께 배우는 실질적인 경험의 장이 돼, 어릴 때부터 계획적인 저축 습관을 기르는 계기가 될 것으로 기대하고 있다.

/세종=김연세 기자 kys@

현대차, 인기 차종 할인 늘려 내수회복 시동

'썸머 페스타' 이달까지 연장

현대자동차가 코나 일렉트릭과 더 뉴 그랜저 등 인기 차종 12개에 대한 프로모션을 확대한다. 현대차가 올해 상반기 국내 시장에서 이례적으로 겪고 있는 부진을 털어내기 위한 것으로 보인다.

현대차와 제네시스는 고객의 차량 구매 부담을 낮추기 위해 진행 중인 '썸머 페스타' 프로모션의 대상 차종을 늘리고 운영 기간도 8월까지 연장한다고 2일 밝혔다. 이에 따라 오는 3일부터 기존 7개 차종에 전기차 4종(아이오닉 9, 아이오닉

6, 아이오닉 5, 코나 일렉트릭)과 더 뉴 그랜저가 추가돼 총 12개 차종을 대상으로 혜택을 제공한다. 기존 7월 프로모션 대상이었던 팰리세이드, 싼타페, 쏘나타, 스타리아와 제네시스 GV80, GV70, G80도 할인 혜택이 이어진다.

가장 할인 폭이 큰 모델은 전기차 아이오닉 9로 구매 시 최대 550만원의 할인 혜택을 받을 수 있다.

제네시스 브랜드 차량도 할인을 제공한다. 8월 한 달간 GV80은 최대 5%, G80은 최대 4%, GV70은 최대 3% 각각 할인 가격에 구매할 수 있다. /양성호 기자 ysw@

한국콜마, 中 생산기지 식약처 CGMP 획득

국내 화장품업계 해외 공장 최초 인정

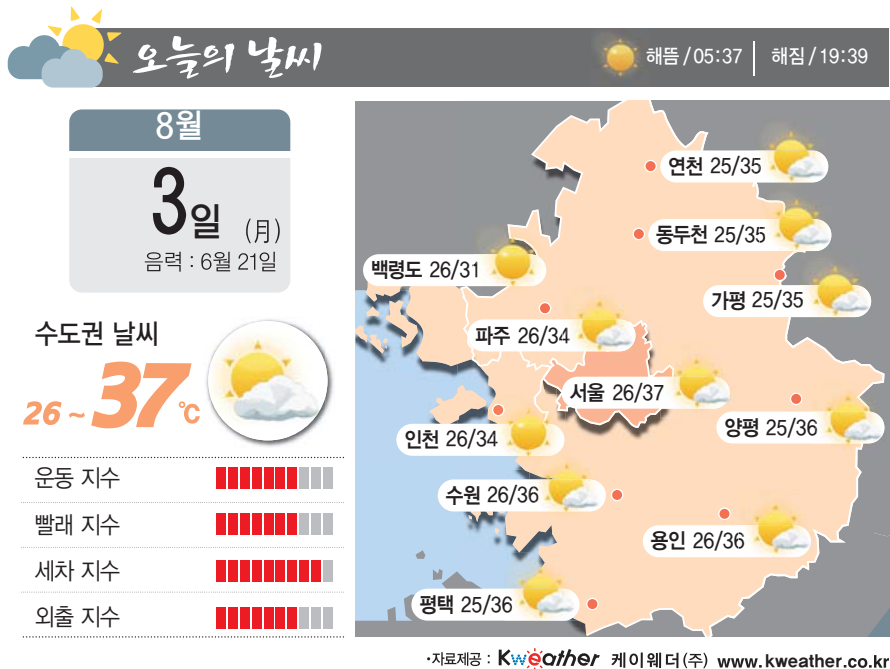
한국콜마가 글로벌 생산 체계를 확대 구축한 성과를 거뒀다.

한국콜마는 중국법인 무석콜마가 최근 국내 식품의약품안전처로부터 우수 화장품 제조 및 품질관리 기준(CGMP)과 동등한 수준의 수준의 제조 및 품질관리 우수성을 인정받았다고 2일 밝혔다. 국내 기업의 해외 생산 기지로는 최초 사례다.

식약처는 국제표준화기구의 화장품 제조 및 품질관리 규제에 맞춰 CGMP를 적용하고 있다. 올해 7월 기준 국내 화장품 제조업체 4166곳 가운데 식약처 CGMP 인증을 획득한 업체는 184개로 전체의 약 4.4% 수준이다.

무석콜마의 경우, 식약처가 중국 현지에서 실사를 진행해 원료 입고, 제조과정, 품질, 완제품 출하 등 전체 과정을 점검했다.

/이청하 기자 mlee236@



·자료제공 : Kweather 케이웨더(주) www.kweather.co.kr