

유통업계 새해 첫 세일 ‘양띠마케팅’

광주신세계·롯데백화점 광주점 등 소비심리 녹이기

가족 소중함 부각·리블리 세일 등 이벤트

양치기 소년 포토월·양 펠트걸이 만들기 행사

지역 유통업계가 양의 해인 을미년(乙未年)을 맞아 신년 첫 세일을 시작하고 양띠마케팅을 본격적으로 펼치는 등 얼어 붙은 소비심리를 녹이기 위해 발 벗고 나섰다.

6일 지역 유통업계에 따르면 광주신세계와 롯데백화점 광주점은 오는 18일까지 새해 첫 정기세일에 돌입했다.

광주신세계는 이번 세일에서 가족과 연인, 친구들과 함께할 수 있는 트래디셔널(TD) 브랜드들의 시즌오프 행사를 중심으로 펼친다. 이는 최근 가족의 소중함이 부각되고 각종 가족 예능 텔레비전 프로그램이 인기를 끌면서 패밀리룩과 커플룩 바람이 거세지고 있는데 따른 것이다. 또 남성패션 장르의 컴템포러리 브랜드 시즌오프 세일을 진행해 최대 30%까지 할인판매한다.

롯데백화점 광주점도 ‘신년 리블리 세일’을 진행한다. 이번 세일기간 여성·남성 의류, 잡화, 주방용품 등 모든 상품군에서 브랜드별로 10~30% 할인 판매한다.

8일까지 롯데 멤버스카드 30만원 이상 구매 시 새해맞이 양띠 식기세트나 다이어트를 위한 운동 3종 세트를, 60만원 이상 구매 시엔 굴리굴리 작가 콜라보레이션 무마나 냄비 2종세트나 보스틴백을 선착순으로 각각 증정한다. 또 11일까지 SK-II, 설화수, 헤라 화장품 매장에서는 금액대별 7% 상당의 상품권 사은행사도 펼친다.

이와함께 지역 유통업계의 2015년도 청양(靑羊)의 해를 맞이한 신년 마케팅 이벤트도 다양하다.

광주신세계는 지난 4일 백화점 1층에서 ‘양치기 소년 팝업 포토월, 즉석사진 이벤트’를 진행하는 등 세일기간 양을 주제로 한 이벤트를 펼칠 계획이다.

2015년 청양 미니달력과 어린이 양초 만들기 이벤트를 진행한 롯데백화점 광주점은 9일에는 ‘신년 운세보기’ 이벤트를 연다. 또 세일 기간 동안 SNS 수신고객 대상으로 복 주머니 속 행운의 포춘쿠키 뽑기 이벤트를 진행하고, 10일에는 ‘양 펠트걸이 만들기’ 이벤트를 펼친다. 양이 새겨진 ‘골든듀’ 브랜드의 골드바와 펜던트도 판매중이다.

이마트도 주요 점점에서 육질이 연하고 부드러운 평가를 받고 있는 생후 1년 미만의 호주산 양고기를 판매하는 행사를 벌이고 있다. 호주산 램 갈비 100g당 3280원, 호주산 램 불고기 100g당 2580원이다.

롯데마트도 7일까지 양띠 상품전을 통해 관련 상품을 최대 40% 할인 판매하며, 와인 라벨에 양 이미지를 삽입한 한정판 와인도 선보였다.

지역 유통업계 관계자는 “새해 을미년을 맞아 고객을 위한 다양한 마케팅을 계획하고 있다”며 “이색적이고 다채로운 프로모션 행사로 차별화된 고객감동을 만들어가겠다”고 말했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr



6일 롯데백화점 광주점 1층 골든듀 매장에 청양의 해를 맞아 ‘양’을 모티브로 한 골드바와 펜던트가 판매되고 있다. <롯데백화점 광주점 제공>



지난해 해외직구(직접구매) 규모가 전년보다 50~60% 늘어난 것으로 나타났다. 사진은 세관검사를 하고 있는 관세청 물류창고. <광주일보 자료사진>

해외직구 ‘날개’

작년 50~60% ↑·품목도 다양

인기 종목 1위 ‘폴로 패딩점퍼’

■ 2014년 해외직구 인기상품 TOP 10

순위	품목	상품명
1	의류	폴로 패딩 점퍼
2	신발	나인웨스트 부츠
3	유아용품	얼쓰마마 대용량 바디워시
4	주방용품	WMF 압력밥솥
5	식품	씨즈캔디 토피에츠, 고디바 코코아
6	영양제	GNC 필크시슬, 센트룸 살베
7	전자제품	LED TV
8	시계	마르바이마크제이콥스 시계
9	가방	레베카민코프 맥 클러치
10	장난감	디즈니 겨울왕국 인형

작년 한해 해외직구(직접구매) 규모가 전년보다 50~60% 늘어난 것으로 나타났다.

품목도 대형가전이나 자동차용품, 장난감, 명품, 인테리어용품 등으로 다양해졌고, 20~30대 뿐만 아니라 중년층인 40~50대의 참여도 활발했다. 직구가 연중 특정시점, 일부 젊은층의 일회성 이벤트를 넘어 보편적 쇼핑행태로 자리잡는 모습이다.

6일 국내 최대 해외배송 대행업체 ‘물테일’(post.malltail.com)에 따르면 작

년 직구 배송대행 신청 건수는 약 162만건으로 전년의 110만건보다 50% 늘었다. 물테일은 직구족을 대신해 해외에서 직구족의 물건을 받아 한국으로 보내주는 업체다. 국내 직구 물량의 절반 정도를 취급한다는 게 업체측의 설명이다.

직구 주문량이 가장 많았던 품목은 ‘폴로 패딩점퍼’로 집계됐다. 이어 나인웨스트 부츠(신발), 얼쓰마마 대용량 바디워시(유아용품), WMF 압력밥솥(주방용품), 씨즈캔디 토피에츠(식품), 고디바 코코아(식품), LED TV(전자제품), 마르바이마크 제이콥스 시계, 레베카 민코프 맥 클러치(가방), 디즈니 겨울왕국 인형 등도 인기를 끌었다. 1년전인 2103년 2월 기준으로, 폴로 빅토리 카라티, 빈스앤노블 누크HD 태블릿 PC 등이 상위권을 차지했던 것과 비교해 전반적으로 상품 단가가 올라가고, 종류도 다양해졌다.

직구에 참여하는 연령층이 넓어진다. 작년 6월부터 목록통관(소액 해외상품에 관세를 면제해주는 제도) 품목도 늘어났기 때문으로 분석된다.

온라인쇼핑사이트 G마켓(www.gmarket.co.kr)이 운영하는 해외직구 코너의 지난해 구매량 역시 2013년보다 62%나 늘었다.

직구 고객 연령 분포를 보면, 30대의 직구 비중이 50%에 이르렀다. 20대, 40대, 50대 이상은 각각 21%, 22%, 7%를 차지했다. 그러나 1년전과 비교해 증가율을 따지면 50대와 40대가 각각 88%, 75%로 가장 높았다. 20대와 30대는 각각 47%, 55% 늘었다.

G마켓 해외직구 코너에서 가장 많이 팔린 품목은 화장품·향수로, 1년전보다 판매량이 54%나 뛰었다. 이어 ▲2위 바디·헤어용품(133% 증가) ▲3위 출산·유아용품(3%) ▲4위 장난감(33%) ▲5위 조명·인테리어(641%) 등의 순으로 판매 실적이 좋았다. 증가율 1위는 방향제·헬멧 등 자동차(오토바이 포함)용품으로, 1년사이 21배로 불었다. 블랙박스과 내비게이션 구매도 6배까지 급증했다. 수입명품 구매량도 거의 5배로 치솟았다.

G마켓 관계자는 “과거 해외 직구는 패션의류와 화장품 중심이었지만, 최근에는 유아용품이나 자동차용품으로까지 품목이 확대되고 있다”며 “지난해 40~50대의 직구도 크게 늘어나는 등 연령층도 다양해지고 있기 때문에 올해 역시 해외직구 시장은 더 성장할 것”이라고 전망했다.

/연합뉴스

김치냉장고 시장 ‘소문난 잔치’였다

지난해 ‘10년 교체주기설’ 전망 불구 판매 예상보다 시들

‘10년 교체주기 설(說)’로 지난해 김치냉장고 업계에 화색이 돌 것이라던 전망과 달리 실제 시장 분위기는 썰렁했다.

업계에서는 2000년대 초반 김치냉장고를 구매한 고객들의 교체 수요가 지난해 몰릴 것으로 예측했으나, 뚜껑을 열어보니 기대에 못 미치는 성적을 거둔 것이다.

5일 통계청에 따르면 지난해 1~11월 김치냉장고 출하량은 95만5020대로 전년 같은 기간(99만4185대)보다 4% 감소했다.

특히 김치냉장고 판매가 가장 활발한 11월의 성적이 극히 부진했다. 지난해 11월 김치냉장고 출하량은 22만1213대로 전년(29만7083대)보다 26%나 줄었다.

업계의 한 관계자는 “지난해 10~11월만 해도 분위기가 괜찮았는데, 12월부터 판매 추세가 확 꺾이기 시작했다”고 분위기를 전했다.

김치냉장고 한 해 판매량의 절반가량은 11월과 12월에 집중된다는 점을 생각하면, 지난해 성적은 전년보다 떨어질 것으로 보인다.

통계청이 집계한 2013년 김치냉장고 출하량은 108만9160대였다. 2012년 연간 출하량이 100만대 밑으로 떨어졌다가 1년 만에 회복한 것이다.

이와 관련 다른 업계 관계자는 김치냉장고 시장은 이제 포화 단계에 이르렀다고

분석했다. 김치냉장고의 고유 기능인 직접냉각 기술을 적용한 ‘냉장고+김치냉장고’ 복합형 제품이 등장한 영향도 있다. 가족 규모가 줄어들면서 김치냉장고를 따로 구매하기보다는 복합형 제품을 선호하면서 일종의 ‘카니발리제이션(cannibalization)’이 생긴 것이다. 카니발리제이션이란 같은 기업의 다른 제품이 서로 경쟁해 판매를 감소시키는 현상을 가리킨다.

LG전자는 지난해 4월 냉장·냉동·김치보관을 자유롭게 설정하는 ‘디오스 김치독독 프리스타일’ 냉장고를 출시했다. 대우위니아도 같은 달 하단 저장실 1칸을 김치냉장고로 쓸 수 있는 ‘김치보관모드’가 있는 2014년형 프라우드를 선보였다.

/연합뉴스



대우위니아 탑재 김치냉장고

아이디어 이 피었습니다!

●홍보지 및 판촉물

●전단지

●현수막

●상패

●상패

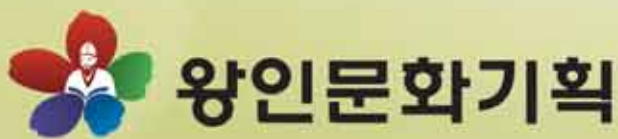
●전단지

●각종 인쇄물

●현수막

●각종 인쇄물

●홍보지 및 판촉물



왕인문화기획

Tel. (061)471-1717~1718

Fax. (061)471-1719

E-mail. ansqudtjs12@hanmail.net

