

# “반갑다 추위야” ... 난방·반려동물 용품 ‘불티’

### 전기히터·장판 매출 작년보다 125% 증가 패딩점퍼·부츠, 기능성 내의 판매도 늘어 강아지용 계절매트·텐트 전년비 230% ↑

본격적인 추위가 닥치면서 난방용품은 물론 반려동물의 겨울용품도 매출이 급증하고 있다.

1일 이마트 등에 따르면 지난달 3주차인 22일까지만 해도 지지부진하던 난방용품 판매가 추위가 본격화한 지난 23일부터 급반전했다.

이달 들어 서울 기준으로 일평균 기온이 11.9도이던 2~8일 난방용품 매출 신장률은 작년 동기 대비 -15.4%, 12.1도이던 9~15일은 -40.1%, 10.7도이던 16~22일 -50.5%로 마이너스 성장세를 보였다.

그러다가 일평균 3.5도로 급락했던 23~26일 난방용품 매출신장률은 작년 같은 기간보다 125.3% 솟았다. 품목별로 보면 전기히터, 석유·가스히터 매출 신장률이 각각 214.5%, 211.9% 증가했다. 전기 요·장판과 전기 매트 매출도 126.7%, 53.8% 신장했다.

이마트는 서울시 최저기온이 24일 2.7도를 기록한데 이어 26일 영하 7.3도로 떨어지자 따뜻한 겨울을 예상했던 소비자들부터 난방용품 장만에 나선 것으로 분석했다.

사람 뿐만 아니라 반려동물을 위한 겨울용품의 판매도 늘어나고 있다.

온라인 쇼핑사이트 옥션(www.auction.co.kr)에 따르면 날씨가 추워지고 전국 곳곳에 첫 눈이 오기 시작한 최근 일주일(11월20일~11월 26일) 동안 직전 일주일보다 여성용 패딩점퍼 판매는 233%, 남성용 다운점퍼는 85% 각각 늘어났다.

같은 기간 남성용 패딩코트(79%), 발열·기능성내의(179%), 힙워머(83%), 패딩부츠(432%), 털부츠(140%), 기모스타킹(867%), 기모·밍크퍼레깅스(336%), 남성타이츠(87%)의 판매도 일제히 늘었다.

아울러 폭설에 대비할 수 있는 제설용품 판매도 증가해 스노 체인 판매는 같은 기간 529%, 염화칼슘은 282%, 아이젠은 297% 각각 상승했다.

사람 뿐만 아니라 강아지나 고양이를 위한 겨울 용품도 인기다. 온라인쇼핑사이트 G마켓(www.gmarket.co.kr)은 11월(11월 1일~11월 26일)동안 애견용 방한용품 판매 현황을 조사한 결과, 품목별로 최대 5배 급증했다고 29일 밝혔다.

강아지용 계절매트·텐트 판매는 지난해 같은 기간과 비교해 230% 증가했다. 계절매트에는 온열매트, 쿠세사 매트 등이 있다.

같은 기간 애견용 방석 판매는 7%, 지붕형 하우스 판매도 16% 각각 늘어났다. 외출용 유모차·캐리어 판매도 지난해 같은 기간보다 107% 늘어났으며 애견 영양이나 관절 상태 등에 신경 쓰는 사람들이 늘면서 애견 영양제 판매는 지난해보다 20% 증가했다. 고양이용 겨울용품 수요도 늘어나 고양이 이동 가방과 영양제 판매는 지난해보다 대비 각각 10%, 87% 증가했다.

헨스터나 물고기 등을 위한 겨울 용품 판매도 늘어나고 있다.

같은 기간 수족관용 히터 판매가 지난해보다 17% 늘었고 헨스터 은신처(집)는 12% 증가했다. G마켓 관계자는 “반려동물을 가족의 한 구성원으로 생각하는 인구가 많아지면서 추서, 설 등 명절에 애견용 선물 제품 판매량이 크게 늘었는데 계절이 바뀔 때도 관련 용품 수요가 급증하는 추세”라며 “반려동물 제품이 인기를 끌면서 최근에는 그 종류도 사람들이 사용하는 것 이상으로 다양해지고 있다”고 전했다.

○오광록기자 kroh@kwangju.co.kr·연합뉴스



추위에 패딩점퍼가 최고 1일 본격적인 겨울을 맞아 백화점 매장에 여성용 패딩점퍼 판매가 늘고 있는 등 겨울 의류매장이 활기를 찾고 있다. <광주신세계 제공>

## 광주 반려동물 관련 업체 급증

### 동물병원 97곳·애완용품 가게 171곳 성업

광주지역에 반려동물 관련 업체에 종사하는 업체들이 최근 많이 늘어나고 있다.

1일 광주지역 취·창업 정보 제공 사이트인 사랑방 잡(job.sarang-bang.com)의 이 지역 동물병원·애완동물샵·카페 분석 결과에 따르면 동물병원은 11월말 현재 97곳으로 2013년 말의 83곳보다 17% 늘었다. 연말 기준으로 2006년 71곳이었던 동물병원은 2011년까지 큰 변동이 없었으나 2012년 78곳으로 늘었고 2013년에는 83곳, 올해 97곳으로 증가했다.

애완동물용품을 판매하는 가게도 2년전 102곳에 비해 68%나 많아진 171곳으로 늘었다. 애완동물을 아이템으로 한 이색카페인 애견·애묘 카페도 11월 말 현재 20곳에 달했다.

광주의 반려동물 관련 업체가 크게 늘어난 것은 인구 고령화에 따라 혼자 생활하는 고령층이나 가정에서 독립 후 1인 생활을 시작하는 가구가 많아졌기 때문으로 사랑방 잡 측은 분석했다.

또 저출산과 애완동물에 대한 사회적 인식 변화 등도 반려동물을 기르는 가정의 증가로 이어진 것으로 풀이했다.

사랑방 잡 박영주 팀장은 “광주 전체 가구수의 25%가 1인 가구일 만큼 소규모 가정이 늘어나고 있고 동물을 가족처럼 생각하는 경우도 많아져 반려동물 관련 업체도 증가하고 있다”고 말했다. /연합뉴스

## 커피전문점 다이어리 앞다퉁 출시

### 커피·식품 구입 횟수 일정량 채우면 수첩 제공

연말을 앞두고 커피전문점들이 앞다투어 내년도 일정수첩(다이어리)을 출시한 가운데 가장 경제적으로 이를 얻는 방법이 관심을 끌고 있다.

커피 전문점마다 일정수첩을 얻으려면 커피나 식품 구입 횟수를 일정량 이상 채워야 하는데 이를 잘 이행해 유료도 즐기면서 다이어리를 얻는 방법이 있는가 하면, 직접 돈을 주고 구입하는 방법도 있다.

우선 시중 커피전문점 중 유료 구입 요건이 가장 낮은 곳은 할리스 커피다.

할리스는 지난해 초 출시한 겨울 초콜릿 음료 2잔을 포함해 총 7개의 메뉴를 사먹는 회원 고객에게 일정수첩을 준다. 다른 커피점과 달리 케이크도 구매 실적에 포함하기 때문에 선택의 폭이 가장 넓다. 할리스에서 돈을 최소한으로 쓰면서 7가지 메뉴를 사려면 아메리카노(4100원) 5잔과 겨울 음료인 민트초코(5300원) 2잔을 사면 되는데, 이 합계는 3만 1100원이다. 다이어리를 직접 구입하는 것은 2만7천원으로 7가지 메뉴를 사먹었을 때와 4천100원의 차이가 난다.

국내에서 커피 전문점 다이어리 열풍을 가장 처음 일으킨 스타벅스는 올해 하늘색, 검정, 빨강, 흰색으로 구성된 4종의 수첩을 선보였다. 이는 스타벅스 홈페이지에서 토끼 넛 라떼, 헤이즐넛 크런치 모카, 크리스마스 바닐라 티 라떼 등 크리스마스 음료 3잔을 포함한 총 17잔의 음료를 사고, e-스티커를 모은 고객에게 선착순으로 제공된다.

이를 위해 오늘의커피 숏사이즈(3300원) 14잔과 가장 저렴한 겨울음료 3잔을 사면 총 6만6000원이 든다. 다이어리를 직접 구입하는 금액인 2만7천500원과 3만3100원의 차이가 난다. 엔제리너스커피는 겨울음료 3잔을 포함해 총 10잔의 음료를 사면 국내 일러스트 작가인 조니리빙의 색칠용 삽화가 포함된 다이어리를 준다.

아메리카노(4100원) 7잔과 가장 저렴한 겨울음료 3잔을 사면 총 4만 4600원으로, 다이어리 직접 구매 금액인 9000원과 3만5600원의 차이가 난다. 투썸플레이스 다이어리는 숙지만 교체하면 수년간 사용할 수 있는 실용적인 구성이 특징인 제품이다.

내부에는 지퍼달린 주머니가 있어 명함, 영수증, 현금 등을 넣고 보관하기도 편하다. 투썸플레이스 다이어리는 겨울 음료 2잔을 포함해 총 15잔의 음료를 샀을 때 얻을 수 있다. 아메리카노(4100원) 13잔과 최저가 겨울 음료 2잔을 사면 총 6만3300원인데, 이는 다이어리 직접 구매가 2만6000원보다 3만7300원이 더 든다. /연합뉴스

## 날씨 알면 매출이 보인다

### “활용가치 연 6조원 이상”

#### 산업연구원 보고서

#### “날씨 경영이 효율성 높여”

국내 한 프랜차이즈 베이커리 매장은 여름철 기온이 섭씨 27도를 넘어선 샌드위치의 공급을 늘리고 피자빵의 양은 줄인다.

이는 본사에서 받은 날씨판매지수 정보에 따라 판단한 결정이다. 이 베이커리의 본사는 최근 5년간 전국 지점의 기상관측자료와

점포별 상품판매 데이터를 분석해 이 같은 지수를 만들었다.

매장로서는 이 정보 덕분에 재고를 줄이면서 매출까지 늘릴 수 있게 됐다. 우리나라 기업이 새로운 비즈니스를 만들어나고 경영 전반의 효율성을 높이려면 빅데이터에 기반을 둔 ‘날씨 경영’ 기법을 적극적으로 활용해야 한다는 분석이 나왔다.

산업연구원(KIET)은 지난 29일 ‘날씨 경영의 이해와 발전 가능성’이라는 보고서를 통

해 “기후변화로 사회시스템 및 산업구조가 변하고 이에 따른 호황과 불황을 맞는 산업이 생기는 등 기상정보를 활용한 날씨 경영은 향후 전망이 매우 밝은 분야”라고 밝혔다.

날씨 경영은 기상 정보를 활용해 날씨에 따라 변하는 고객의 행동 패턴과 심리 등을 분석해 기업 경영에 접목하는 것을 말한다. 최근에는 빅데이터가 널리 활용되면서 날씨 경영 기법이 더욱 주목받고 있다.

코카콜라는 상품 수요가 급변하는 시점 온도인 ‘상품별 임계 온도’를 적극적으로 활용하는 기업으로 알려졌다. 임계 온도보다 기온이 높을 때는 표준가격보다 가격을 높이고 낮은 온도에서는 가격을 낮추는 가격 연동 프로모션 자판기를 개발했다.

보고서는 특히 야외 활동이 필요한 레저나 관광업 분야에서 이 같은 날씨 경영이 크게

효과를 볼 수 있다고 조언했다.

실제로 롯데월드, 에버랜드 같은 놀이공원은 눈이나 비가 예보되면 소셜네트워크서비스(SNS) 등을 통해 입장요금 할인 등의 마케팅을 펼치고 있다. 이런 방법으로 비나 눈이 오더라도 꾸준히 고객을 유치하고 있으며 비수기 때보다 10% 더 많은 입장객을 유치하기도 한 것으로 알려졌다.

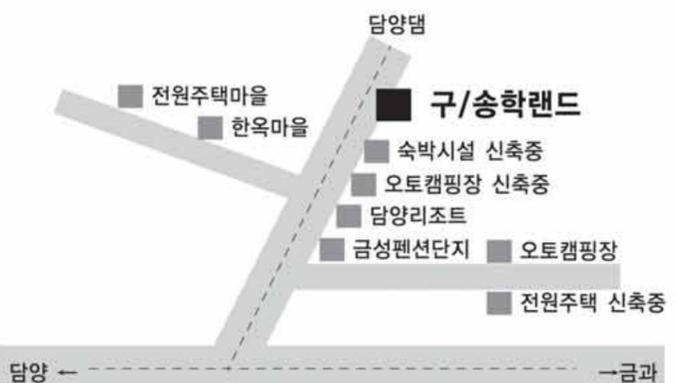
세계기상기구(WMO) 보고서에 따르면 날씨 정보의 활용가치는 연간 3조5000억~6조5000억원에 달하며 기상에 대한 투자를 통해 투자액의 10배 이상의 효과를 거둘 수 있다. 이미 미국과 일본 등 여러 선진국에서는 기후 변화에 대응한 날씨 경영, 날씨 빅데이터 활용 등 다양한 분야에서 정책을 마련하고 예산을 투자하는 것으로 보고서는 분석했다. /연합뉴스

# 펜션·박물관 / 미술관·식당·찻집등

## 최고장소

- ▶ 전남 담양군 금성면 대성리 879-4, 산25번지
- ▶ 담양댐 하류 바로 옆, 담양리조트 1분거리
- ▶ 대지 2441평, 건물 882평, 임야6726평
- ▶ 과거, 펜션 박물관 식당 찻집 운영(구/송학랜드)
- ▶ 관광특구로 모든 업종 개발가능 / 도 관광진흥자금 유치 가능
- ▶ 현재 12억 5천만원 대출 있음(연2.1%, 월219만원)
- ▶ 1년후 약 18억 정도 재 대출 가능
- ▶ 법인체 인수시 이전비 1억 정도 절약
- ▶ 시세/감정가 30억 정도
- ▶ 매매 18억 8천만원(12/31일까지 완불 조건)

### 펜션, 리모델링 후(약 2억정도) 연 2억이상 순수익 가능!



### 공동중개환영 H.010-3605-5000