

고물가에 '갓성비' PB 상품 잘 나간다

대한상의 상품 매출 분석...PB 상품 규모 전년비 11.8% 올라 식품 부문 12.4% 비식품 7.4% 성장...편의점 1년새 19.3% ↑

지난해 고물가와 경기침체 영향으로 가성비 물품을 찾는 소비자들이 늘어나면서 유통기업 자체브랜드(PB) 상품 매출이 크게 상승한 것으로 나타났다. PB 상품은 유통업체와 제조업체가 협력해 상품을 내놓는 형태로, 마케팅과 유통 비용을 대폭 줄여 소비자 가격이 낮춰지는 효과를 내 고물가 시대에 소비자들에게 각광받고 있다.

대한상공회의소(대한상의)는 14일 글로벌 시장 조사 기관인 닐슨아이큐(NIQ)를 통해 전국 6500여

개 오프라인 소매업체를 대상으로 조사한 '유통업체 자체브랜드 상품 매출' 분석 결과를 발표했다.

분석 결과에 따르면 국내 PB 상품 시장규모는 최근 1년간(2022년 4분기-2023년 3분기) 전년 동기 대비 11.8% 성장한 것으로 나타났다. 이는 같은 기간 동안 전체 소비재 시장이 1.9% 성장한 것과 견줘 6배 이상 성장한 수치다.

대한상의는 지난해 PB상품 매출이 급증한 것에 대해 가파르게 상승하는 소비자 물가에 따라 가격

민감도가 높아진 소비자들이 품질대비 저렴한 PB 상품 구매를 선호한 결과라고 분석했다.

특히 지난해 먹거리 물가가 지속적으로 상승하면서 PB 시장 성장세는 식품 부문에서 두드러졌다. 지난해 PB 식품 부문 성장률은 12.4%로, 비식품 부문(7.4%)보다 5%p 높은 성장률을 기록하며 전체 PB 시장 성장을 견인했다.

고물가로 소비심리가 위축된 소비자들이 비교적 필요하지 않은 비식품 지출을 줄이고, 음식료품 등 필수재 위주로 소비활동을 했기 때문인 것으로 풀이된다.

식품 부문에서 PB 매출 성장률을 항목별로 보면 편의·가공 부문이 전년 대비 19.1%로 가장 높았다. 특히 가성비비를 강조한 대용량 컵라면 등 라면

품목이 32.3% 성장했고, 즉석 국·탕·찌개류도 25.2% 성장했다.

비식품 부문에서는 구강용품 매출 성장률이 25.7%로 가장 많이 성장했고, 퍼스널케어(21.5%), 바디케어(20.2%) 제지류(11.6%) 등이 뒤를 이었다.

특히 오프라인 업체 가운데 전체 매출 대비 PB 비중이 가장 높은 업체는 대형마트(8.7%)였다. 기업형 슈퍼마켓(5.3%), 편의점(4.1%) 순으로 PB 매출 비중이 높았다.

PB 매출 성장률이 가장 높은 업체는 편의점으로, 1년 새 19.3% 성장했고, 대형마트(10.3%), 기업형 슈퍼마켓(5.7%)이 뒤를 이었다.

편의점에서 가성비 높은 PB 상품 매출 성장률이

눈에 띄는 것은 과거 값싼 가격보다는 편의성을 추구했던 편의점이 지난해 경기침체 장기화로 인해 품질이 좋고 값싼 PB 신제품들을 출시하면서 주 고객층인 젊은 세대 소비자들의 호응을 얻었기 때문인 것으로 분석된다.

장근두 대한상공회의소 유통물류진흥원 원장은 "유럽의 경우 경제 저성장기에 실속소비 패턴이 정착하면서 PB 시장이 크게 성장했는데, 우리나라도 최근 유사한 흐름을 보이고 있다"며 "글로벌 유통업체 평균 PB 점유율이 21%인 점을 감안할 때 국내 PB 시장은 앞으로도 지속적인 성장이 예상됨에 따라 국내 유통업체들은 PB 라인업을 더욱 강화할 필요가 있다"고 말했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

갤럭시 S24, 가장 뛰어난 갤럭시 S...소비자 만족도 최고



갤럭시 S24 코발트 바이올렛.

출시 초기 아이폰15 앞질러 제품 비교 플랫폼 퍼펙트릭 분석

삼성전자의 야심작 갤럭시 S24 시리즈의 출시 초기 소비자 만족도가 신형 아이폰을 뛰어넘었다.

14일 미국 정보기술(IT) 제품 후기 비교 플랫폼 '퍼펙트릭'에 따르면 갤럭시 S24·S24 플러스·S24 울트라에 대한 소비자 만족도는 각각 91%, 84%, 88%로 나타났다.

이는 아이폰15 기본형·플러스·프로·프로맥스가 지난해 10월 기록한 소비자 만족도 집계인 77.2%, 80%, 71.4%, 77.2%를 웃도는 것이다.

아이폰15의 만족도는 지난달 이뤄진 조사에서도 각각 78.1%, 73.5%, 66.1%, 72.5%에 머물렀다. 회사는 아이폰15의 경우 출시 초기 '과열 현상'에 대한 우려는 줄었지만, 전작 대비 개선이 적은

점과 배터리 사용 시간에 대한 실망이 상대적으로 낮은 평가로 귀결된 것으로 분석했다.

반면 갤럭시 S24 시리즈는 역대 갤럭시 S 시리즈 중에서 가장 높은 소비자 만족도를 기록했다. 지난해 5월 이뤄진 갤럭시 S23·S23 플러스·S23 울트라의 소비자 만족도 집계와 비교했을 때 각각 16%p, 6%p, 2%p 상승했다.

다만 퍼펙트릭은 갤럭시 S24 시리즈가 출시 초기인 만큼 후기가 약 2750건에 그쳐 앞으로 추이를 지켜봐야 한다는 점도 함께 언급했다.

이 회사는 구글에 올라온 통신사업자, 전자제품 유통 채널, 소매점 홈페이지 후기를 수집한 뒤 5점 만점을 받은 리뷰 비율을 소비자 만족도 지표로 산정한다. 회사는 아이폰에 대해 2019년 9월부터 후기 약 14만 건을, 갤럭시에 대해서는 2020년부터 후기 17만7000여 건을 분석했다고 밝혔다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr



건강·위생 관심 커지며 홈케어 소형가전 인기

이마트 광주점 매출 12.4% ↑ 정수기·비데 등 가전 렌탈 증가

1인 가구 증가와 건강에 대한 관심 증가로 정수기와 비데 등 홈케어 소형가전 제품이 인기를 끌고 있다.

14일 이마트 광주점에 따르면 지난해 1월부터 2월12일까지 이마트 광주점의 홈케어 소형가전 제품 매출은 전년 동기 대비 12.4% 신장했다. 특히 정수기·비데 등 직접 건강과 위생에 직결되는 제품들의 관심이 커지고 있다.

정수기 매출은 59.6%로 가장 많이 올랐고, 비데(8.9%)가 뒤를 이었다.

또 주기적으로 부품 교체가 필요한 홈케어 소형가전 제품들의 렌탈 사례가 증가하고 있다.

'지역 이마트 연도별 홈케어 렌탈가전 신장율'

에 따르면 지난 2022년 홈케어 렌탈가전은 36.4%를 신장했고, 2023년 20.2%에 이어 올해도 지난 12월 기준 41.1%의 고신장율을 이어가고 있다.

가전을 직접 구매하는 것보다 비교적 저렴한 렌탈로 지출을 줄이고 점검서비스까지 누릴 수 있는 장점 때문인 것으로 풀이된다.

이마트 광주점은 렌탈 정수기를 최저 1만원대에서 최대 4만원대, 비데는 최저 1만원대에서 최대 3만원대로 선보이고 있다. 제휴카드 실적 달성 시 할인 혜택도 제공한다.

김세민 이마트 광주점 점장은 "개인위생과 건강 관리에 관심이 높아지며 가정내에서 필수로 사용 중인 홈케어 가전이 인기를 끌고 있다"며 "향후에도 소비 트렌드에 맞춰 차별화된 상품을 고객들에게 제공하기 위해 노력하겠다"고 말했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

신선식품도 주문



온라인 식품 거래 40조 6812억원...음·식료품 매출 급증

코로나를 계기로 비대면 거래가 일상이 되면서 온라인을 통한 식품 거래액이 급속도로 성장하고 있다.

14일 통계청에 따르면 지난해 온라인 쇼핑을 통한 식품 거래액은 40조6812억원으로 사상 처음으로 40조원을 넘어섰다.

코로나 이전만 해도 식품 구매는 직접 눈으로 보고 살 수 있는 오프라인 매장을 선호했다. 신선도가 중요한 농·축·수산물들의 경우 이런 인식이 더 강했다.

이 때문에 온라인몰이 급속히 성장하는 중에도 신선식품만은 오프라인을 선택하는 사람이 많았지만, 일상이 멈춰선 코로나 팬데믹 3년을 거치면서 이런 소비패턴에도 변화가 생겼다.

감염 위험을 피하기 위해 사람이 많은 곳을 찾지 않고 비대면 거래를 선호하다 보니 식품 구매도 자연히 온라인 이용이 늘었다.

그 결과 코로나 전인 2019년 17조원이던 온라인 식품 거래액은 팬데믹 기간 매년 약 5조원씩 성장했다.

2020년 25조3000억원에서 2021년 31조2000억원으로 30조원을 돌파했고 2022년 36조1000억원을 거쳐 지난해 40조원 벽을 넘었다.

커피와 음료, 식용유 같은 공산품과 김치, 장류 등을 포함한 음·식료품 거래액은 2019년 13조4000억원에서 지난해 29조8000억원까지 늘었다.

육류와 어류, 채소, 과일 등 신선 농·축·수산물 거래액은 같은 기간 3조7000억원에서 10조8000억원으로 증가했다.

특히 전체 온라인 식품 구매액 중 75%가 모바일에서 나왔다.

이런 추세는 산업통상자원부의 유통업체 매출 동향 분석에도 고스란히 드러난다.

지난해 전체 유통업체 매출에서 온라인이 차지하는 비중이 50.5%로 조사 시작된 이래 처음으로 절반을 넘겼다.

온라인 부문에서는 특히 식품 매출의 연간 증가율이 18.4%로 가장 높았다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

조선의 시인
아홉번째
시집

제9 시집
조선의 시집

담양, 인향만리
죽향만리

조선의 시집

담양에서 길어 올린 아름다운 시편들의 향연

담양, 인향만리 죽향만리

“ 이 시집은 담양을 사랑하는 조선의 시인이
몸소 시가 된 담양의 현사가 아닐까. ”

이성혁(문학평론가)

시인의 말

과거가 / 미래를 향해 / 현재에 살아 있는 곳
담양은 / 말로만 듣는 것보다 / 직접 와서 보면 안다
왜 다시 오고 싶은지

조선의

농민신문 신춘문예, 기독 신춘문예, 미션21 신춘문예 당선
송순문학상, 신석정문학상, 신성문학 대상 등 수상
시집 『빛을 소환하다』, 『꽃, 향기의 밀서』,
『꽃으로 오는 소리』, 『아직 도달하지 않은 임의 문장』 등 발간
(시꽃피다) 광주 시장작 강사
서울 성동구 평생교육원 시장작 강사
(시꽃피다) 전북지역 시장작 강사
담양문화원 시쓰기 강사

지은이 | 조선의
펴낸 곳 | 도서출판 상상인 ☎ 02-747-1367