

“새해에도 율로”... 유통가 소비 키워드 ‘자기만족’

〈현재 자신의 행복을 가장 중시하고 소비하는 태도〉

가격 상관없이 지갑 여는 소비 늘어
개인 욕구·당장의 만족도 중요해져
지금 즐기는 삶의 태도 자리 잡아

올해 유통업계에서는 자기 만족을 위해 가격에 상관없이 과감히 지갑을 여는 소비가 지속될 것으로 보인다.

2일 유통업계에 따르면 G마켓과 옥션을 운영하는 이베이코리아, 소셜커머스 티몬 등이 온라인 쇼핑 트렌드를 이끄는 키워드로 ‘자기만족’을 선정했다.

이베이코리아는 올해 키워드로 ‘나심비’를 꼽았다. 나심비는 나의 만족을 위해서는 가격에 상관없이 과감히 지갑을 여는 소비심리를 반영한 키워드다. 이에 따라 개인의 욕구가 크게 반영된 소비, 당장의 만족도가 뚜렷하게 느껴지는 상품들이 주목 받을 것으로 예측된다.

우선 이베이코리아는 일상생활의 자동화를 통해 시간을 효율적으로 아낄 수 있는 가전제품에 주목했다. ‘식기세척기’, ‘로봇청소기’가 대표적이다.

실제로 지난해 이베이코리아에서 판매된 식기세척기와 로봇청소기는 전년(2016년) 대비 각각 31%와 101% 증가했



이베이코리아가 올해 쇼핑 키워드로 ‘나심비’를 꼽았다. /이베이코리아

다. 최근 대기업을 비롯해 중소기업에서도 가성비가 뛰어난 관련 제품을 선보이고 있다.

고가의 취미용품 또한 수요 전망이 밝다. 100만원을 호가하는 고가의 ‘드론’을 비롯해 이미지보다 영상물을 선호하는 소셜네트워크(SNS)세대를 기반으로 한 전문가 사양의 ‘액션캠’ 수요가 크게 늘

것으로 이베이측은 보고있다. 최근 3년 내 드론과 액션캠의 객단가는 연평균 15%씩 증가하고, 판매량 역시 연평균 50% 이상 꾸준히 성장하는 추세다.

먹거리에서는 맛보다 개인의 건강과 편의를 강조한 식품이 뜰 것으로 전망된다. 친환경 원재료를 활용한 ‘웰빙 간편식’이나 개인의 기호에 맞춘 ‘콩고기 제

품’, 고급레스토랑의 맛을 재현한 ‘프리미엄 간편가정식’ 등이 대표적이다.

패션 분야에서는 ‘놈코어 룩(Norm core look)’이 대중적인 스타일로 다시 자리잡을 것으로 보인다. 놈코어 룩은 화려함보다 평범한 디자인을 우선으로 착용 시 느끼는 편안함에 주목하는 트렌드를 의미한다. 보여주기 식의 디자인보다는 개인의 편의와 실속에 더 치중하는 것이다.

전항일 이베이코리아 영업본부 부사장은 “올해도 여전히 불황과 고물가로 소비심리는 위축되었지만 ‘율로’, ‘나심비’, ‘워라벨’ 등 지극히 ‘개인의 만족’을 강조하는 사회 분위기가 확산되면서 새로운 양상의 소비 패턴이 자리잡게 됐다”며 “가지소비를 추구하는 소비 트렌드가 더욱 확대되면서 철저히 개인의 수요에 맞춘 제품들의 인기가 두드러질 것으로 전망된다”고 말했다.

소셜커머스 티몬도 자기만족을 위한 아이템에 주목했다.

실제로 티몬이 2030세대 고객의 최근 2개월 매출을 분석한 결과 게임과 아이돌굿즈, 여행 등 자기만족 상품군의 매출이 증가했다. 대표적으로 보드게임 및 RC카 20대 매출은 342%, 30대는 233%

상승했다.

아이돌굿즈 또한 자기만족 아이템으로 꼽힌다. 생활 필수품은 아니지만 소통과 공감, 유대감을 느낄 수 있는 ‘감정 필수품’에 기꺼이 지갑을 여는 2030대가 많아진 것이다. 20대 아이돌굿즈 매출은 965%, 30대 매출은 442% 상승했다. 12월에 판매한 워너원 교통카드 역시 2주만에 4억원 넘게 판매됐다.

여행 인기도 지속되고 있다. 해외 자유 여행을 위해 구입하는 해외 현지 입장권, 데이투어 매출 역시 20대에서 209%, 30대에서 217% 상승했다.

미래를 준비하기 보단 현재를 즐기는 데 중점을 둔 젊은층의 삶의 태도가 생활 속에 깊게 자리 잡으면서 지난해에 이어 율해도 즐거운 경험에 가치를 두는 소비 패턴이 지속될 것으로 보인다.

한재영 티몬 최고전략책임자(CSO)는 “2030대를 중심으로 ‘열심히’ 보단 ‘즐거운’ 삶을 추구하는 경향이 늘었다”며 “게임과 여행은 물론 자신과 감정적인 교감을 불러일으키는 아이돌굿즈까지 율해도 자신의 만족감을 중시하는 삶의 태도가 소비 패턴으로 이어질 것으로 예상된다”고 말했다. /김유진 기자 ujn6326@metroseoul.co.kr

대형유통업체 ‘구두 발주’ 甲질, 과징금 낸다

공정위, 대규모유통업법 시행령 개정안
계약서 기재사항에 ‘수량’ 항목 추가



공정거래위원회

납품업체에게 미리 준비시키는 경우 그 수량을 적은 계약서나 발주서를 납품업체에게 쥐여 한다.

이를 위반하면 관련된 납품 대금 산정이 가능한 경우 그 납품 대금의 100%까지, 위반 행위와 관련된 납품대금 산정이 어려운 경우 최대 5억원까지 과징금이 부과된다.

공정위 측은 시행령이 본격적으로 시행되면 대형유통업체의 구두발주 행위가 줄어들고 납품업체와의 서면 계약 문화가 점차 자리잡을 것으로 기대된다고 설명했다.

특히 발주 시점부터 수량을 명확히 적게 되면 대형유통업체가 구두발주 후 상

품 수령을 거부하거나 부당하게 반품하는 행위도 예방할 수 있어 납품업체의 애로가 상당 부분 해소될 수 있을 것으로 보인다. 또한 대규모유통업법 위반 사업자에 대한 과징금액 산정 기준, 과징금 가중·감경 요건 등이 시행령에 직접 규정됨에 따라 과징금 부과 행정에 대한 예측 가능성이 높아지며, 과징금 상한액 결정에 필요한 ‘관련 납품 대금’ 산정 방식도 개선되어 과징금 산정의 합리성도 높아질 것으로 보인다.

개정 시행령은 대통령 재가 등의 절차를 거쳐 조만간 공포될 예정이며 공포된 날부터 즉시 시행된다.

공정위 관계자는 “새로운 제도가 시장에 안착할 수 있도록 대형유통업체에 대한 감시를 강화할 방침”이라며 “지난해 발표된 ‘유통분야 불공정 거래 근절 대책’의 실천 과제들을 차질 없이 추진해 나갈 것”이라고 말했다. /박인용 기자 parkiu7854@



“무술년 설 선물은 신세계 상품권으로”

2일 오전 서울 용산구 이마트 용산점에서 모델들이 무술년 설을 앞두고 신세계 상품권을 선보이고 있다. 이마트는 전국 이마트 점포에서 신세계 상품권을 판매하여, 1000만원 이상 구매고객에게는 금액대별로 0.5~2.5%에 해당하는 상품권을 추가로 증정한다. /연할뉴스

2일 오전 서울 용산구 이마트 용산점에서 모델들이 무술년 설을 앞두고 신세계 상품권을 선보이고 있다. 이마트는 전국 이마트 점포에서 신세계 상품권을 판매하여, 1000만원 이상 구매고객에게는 금액대별로 0.5~2.5%에 해당하는 상품권을 추가로 증정한다. /연할뉴스

11번가, 마트 카테고리 강화... ‘메가 딜’ 운영

11번가가 새해 마트 카테고리 상품을 강화해 고객들이 번거롭게 가격비교 할 필요 없는 ‘편한 장보기’를 선보인다.

SK플래닛 11번가는 국내 최저가 수준의 인기 상품을 집중적으로 판매하는 ‘메가 딜’을 운영한다고 2일 밝혔다.

첫 행사로 1월 한 달간 매일 식품, 생활용품, 유아용품 등 마트 상품 중 하나를 저렴하게 판매하는 ‘원 데이 원 딜(1Day 1Deal)’ 프로모션을 실시한다.

평소보다 저렴하게 내놓은 기획상품이

지만 물량을 충분히 확보해 많은 고객들이 구매할 수 있도록 한다는 계획이다.

11번가는 올해 마트 상품의 경쟁력을 더욱 키워 나갈 계획이다. 일상생활에서 매일 사용하는 마트 상품의 경우 자주 구매해야 하지만 여러 온라인몰에서 판매하는 수많은 상품들과 일일이 가격을 비교해야 하는 번거로움이 있었다. 11번가는 이 같은 수고를 없애 고객들이 믿고 반복 구매할 수 있도록 할 예정이다. /김유진 기자

나뚜루팍, 아이스크림 풍두·라떼 3종 출시

나뚜루팍이 신년을 맞아 아이스크림 풍두와 프리미엄 아이스크림 라떼 3종을 출시한다고 2일 밝혔다.

신제품 ‘아이스크림 풍두’는 미니 아이스크림 5가지 맛(그린티클레식·정열의홀라망고·클래식밀크·민트레오파드·코코스트로베리)과 브라우니, 치즈케이크, 계절과일 2종을 초콜릿 소스에 찍어 먹는 재미를 더한 제품이다.

프리미엄 아이스크림 라떼 3종은 스트로베리, 민트초코, 바닐라카라멜 3종 제품으로, 각각 코코스트로베리, 민트레오파드, 바닐라밀레 아이스크림 플레이버를 우유와 함께 스티밍해 부드러움을 느낄 수 있다.

아이스크림 풍두는 직영점 매장에서 1만2000원에 판매하며, 프리미엄 아이스크림 라떼 3종은 특수 매장을 제외한 나뚜루팍 전 매장에서 5200원에 판매한다. 나뚜루팍은 신제품 출시를 기념해 신



나뚜루팍이 아이스크림 풍두 디저트와 프리미엄 아이스크림 라떼 3종을 출시한다. /나뚜루팍

제품 아이스크림 라떼와 풍두 매뉴 구매 고객에게는 담요와 쿠션, 방한토시 3가지 기능이 가능한 말랑토끼 무릎담요&쿠션을 9900원에 판매한다.

또한 신년을 맞아 오는 15일까지 5가지 맛을 선택할 수 있는 파티컵을 약 30% 할인한 1만2000원에 판매하는 할인 이벤트도 운영한다. /박인용 기자

이마트 ‘진귀한 수산물 모음진’

이마트는 새해를 맞아 국내 어장에서 잡아올린 진귀한 수산물을 한 데 모은 ‘새해 진귀한 수산물 모음진’을 진행한다고 2일 밝혔다.

평소 마트에서 쉽게 접할 수 없었던 흑산도 참홍어를 비롯해 동해안 활해삼, 왕피조개 등 프리미엄 수산물을 사전기획을 통해 가격을 대폭 낮추어 판매하는 것이 특징이다.

흑산도 참홍어는 흑산도 수협으로부터 원산지 증명코드를 부여받은 ‘정품’ 흑산도 홍어다. 평소 마트에서는 아르헨티나 산 등 수입 홍어를 판매하는 것이 일반적이지만 이번에는 새해를 맞아 이례적으로 ‘홍어 원조’인 흑산도 홍어를 들여와 판매한다.

삭하지 않은 생홍어로 삭하지 않고 탕 요리 등을 하거나 기호에 따라 집안 배란다 등에서 원하는 만큼 삭혀 먹을 수 있는 것이 장점이다. /김유진 기자

아리따움, 로열티 프로그램 ‘스마트클럽’ 선포

아모레퍼시픽은 자사 편집샵 아리따움이 새로운 고객 로열티 프로그램 ‘스마트클럽’을 선포한다고 2일 밝혔다. 스마트클럽은 다양한 뷰티 아이템을 쇼핑할 수 있도록 혜택과 서비스를 강화한 것이 특징이다.

우선 소비자의 니즈에 따라 혜택을 선택할 수 있도록 가입 방식을 두 가지로 마련했다.

가입비 1만 5000원을 내면 원하는 상품으로 교환이 가능한 2만원 상당의 기프트카드를 받을 수 있다. 또 가입이 3만원을 내면 아리따움에서 엄선한 최대 4만5000

원 상당의 베스트 아이템 키트를 제공한다. 스마트클럽에 가입한 고객은 10%의 할인 혜택을 받을 수 있을 뿐 아니라 생일 쿠폰 지급, 연 1회 무료 피부 검진 서비스 등 다양한 서비스를 받을 수 있다.

또 상반기 20만원 이상 구매 고객은 ‘프라임 클럽’으로 선정해 스마트클럽 혜택의 두 배인 상시 20% 할인과 수퍼쿠폰 2매를 지급한다.

스마트클럽은 아리따움 매장과 아리따움닷컴, 아리따움 APP을 통해 가입 가능하다. /김유진 기자