

모바일의 힘!... 패션도 온라인이 '대세'

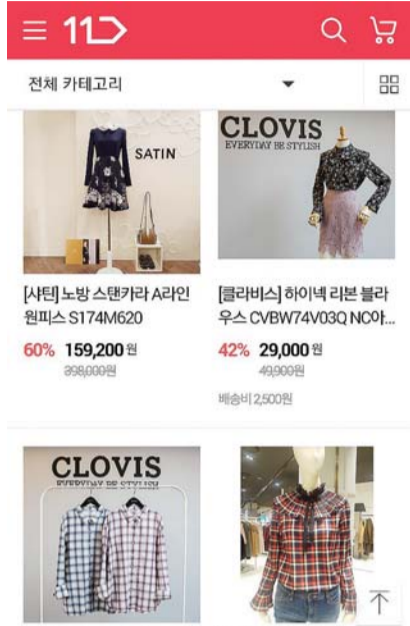
인터넷 패션소비 비중 극대화
퀵배송·전용 상품·편의성 등
업계 '온라인 몰' 키우기 한창

발품을 팔아 직접 쇼핑에 나서지 않아도 모바일이나 PC를 통해 간편하게 패션 아이템을 구매하는 소비가 급증하면서 온라인 패션시장 규모가 비약적으로 확대됐다. 이에 업계에서도 온라인몰 키우기에 적극 나섰다.

7일 통계청 조사 결과에 따르면 지난해 10월 누적 기준으로 온라인 패션시장 규모는 9조3000억원대를 기록하며 전년 대비 20% 가까이 성장했다. 산업통상자원부 조사에서도 온라인 쇼핑 비중은 2015년 14.6%에서 2016년 17%, 2017년 19.2%로 각각 늘었다. 올해는 20%대로 예상된다.

온라인 패션 소비가 늘어나자 업계에서도 온라인 사업에 세심한 신경을 쓰고 있다.

대표적으로 이랜드리테일은 최근 인기 점포 3곳(NC백화점 불광점 및 서면



이랜드리테일 인기점포 3곳이 오픈마켓 11번가에 입점했다. /SK플래닛

점·2017아울렛 중계점)을 오픈마켓 11번가에 입점시켰다.

또 11번가는 올해 전국 주요상권에 위

치한 오프라인 기반 400여 개의 로드샵을 쇼핑할 수 있는 시스템 '로드#(샵)'을 구현했다.

실제로 매장 쇼윈도우를 보듯 매장의 주력 상품을 손쉽게 탐색할 수 있으며 해시태그(#) 기반 큐레이션 검색 서비스를 이용하면 전국 로드샵에서 판매 중인 비슷한 디자인의 상품을 한눈에 찾을 수 있다.

지난해 11번가 패션 거래액은 2016년 대비 25% 증가, 패션 카테고리는 해마다 상승 곡선을 그리고 있다. 이러한 성장세를 이어가기 위해 11번가는 자본력이 약하고 온라인에 낮은 패션 소싱공인을 대상으로 마케팅을 적극 지원한다는 계획이다.

온라인 패션 산업이 성장하는 이유는 온라인 쇼핑 환경이 한층 개선됐기 때문이다. 발품 팔아 오프라인 매장에 가지 않아도 매장에 전시 중인 상품을 마네킹 착용 그대로 확인할 수 있고 디자인, 크기 등을 상세히 살펴볼 수 있다.

온라인 패션 소비가 극대화되자 대형 패션기업들도 자사 온라인몰 키우기에 한창이다.

삼성물산 패션부문의 통합 온라인몰 SSF샵은 지난해 '온라인 전용 상품'을 내놓으며 2030세대 여성들의 소비를 한층 높였다.

대표적으로 온라인 전용상품으로 출시한 빈폴아웃도어의 슈퍼다운은 90% 이상의 판매율을 보이며 두세 차례 리오더를 기록했다.

또 SSF는 소비자들의 편리한 쇼핑경험과 구매 편의성을 증진시키는 차원에서 고가 브랜드들의 입점을 진행, 고객 유입율을 높였다. 이 외에도 서울 지역을 중심으로 주문 후 3~5시간내 배송하는 퀵배송 서비스까지 진행하며 온라인 비즈니스에 속도를 내고 있다.

현대백화점그룹의 패션전문기업한섬은 자사 온라인몰 '더한섬닷컴'에서 구매하기 전 원하는 옷을 소비자가 직접 집에서 입을 수 있는 홈 피팅 서비스인 '렛홈(at HOME)'을 내놨다.

한섬 VIP 회원과 온라인몰 우수 회원 대상으로 서울 강남·송파·서초·용산·마포구에 한해 시범적으로 운영하면서 서비스 범위를 확대한다는 계획이다.

/김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.kr



BGF리테일 “CU에서 그린카 카셰어링”

렌터카 서비스 업무협약 체결

CU가 카셰어링 서비스를 확대 운영하는 BGF리테일은 카셰어링 브랜드 '그린카'와 '카셰어링 서비스 문화 활성화를 위한 업무협약'을 맺었다고 7일 밝혔다.

앞으로 BGF리테일은 전국 1만 2000여 개 CU(씨유) 인프라를 활용해 그린카의 카셰어링 서비스를 제공하게 된다.

CU는 오는 8일부터 20여 곳 CU에 'CU 그린존'을 마련하고 약 30대의 그린카를 배치한다. 고객들은 그린카 앱(App)을 통해 이용 시간 및 대여 희망 점포를 설정하면 간편하게 해당 서비스를 이용할 수 있다.

'CU 그린카'는 고객 수요에 따라 순차적으로 전국 확대될 예정이다.

앞서 BGF리테일은 지난 2016년 업계 최초로 차량공유 서비스 업체 '쏘카'와 제휴를 맺고 점포 인프라를 활용한 카셰어링 서비스를 선보였다. 지난달 기준 약 40여 개 점포로 서비스를 확대 운영하고 있다.

/김유진 기자

신세계백화점

개점시간 오전 11시로 연기

영등포·경기·광주점 시범운영

신세계백화점이 다음 달부터 영등포·경기·광주점 등 3곳의 개점시간을 기존 오전 10시 30분에서 11시로 30분 늦춘다. 폐점 시간은 변동 없이 오후 8시다. 식품관은 종전대로 오전 10시 30분부터 운영한다.

7일 신세계 관계자는 “협력회사 사원에게도 일과 가정이 양립할 수 있는 워라밸 실현 기회 제공하고자 개점시간을 30분 늦추는 시범 운영한다”며 “협력회사, 협력사원, 고객들의 의견을 수렴해 추후 확대 적용 여부를 검토할 예정”이라고 말했다.

신세계는 협력사원들의 근로여건 개선과 동시에 고객들의 불편을 최소화할 수 있는 방법을 찾기 위해 영등포점, 경기점, 광주점 총 3곳을 지정해 시범 운영한다고 설명했다.

/김유진 기자

겨울 필수템 목도리·장갑, 오래 사용하려면?

애경 '방한용품 관리 팁' 소개

미온수에 중성세제로 손빨래 세탁기엔 망에 넣고 울코스로

겨울 필수 아이템으로 꼽히는 목도리와 장갑은 주기적인 세탁으로 관리를 하지 않으면 자칫 세균 덩어리로 전락할 수 있다.

생활뷰티기업 애경은 겨울 내내 사용하는 방한용품은 중성세제를 이용해 세탁·관리해야한다고 7일 소개했다.

우선 소재 특성상 면지가 달라 불기쉬운 니트 소재는 옷솔을 이용해 면지를 정기적으로 쓸어내고 세탁 해야 청결을 유지할 수 있다.

세탁 시에는 목도리를 두드려 면지를 털어내고 20~30도 미온수에 중성세제를 풀어 20~30분 정도 담가 두고 손으로 부드럽게 문질러 세탁하면 오



목도리와 장갑은 '중성세제'를 이용해 세탁해야 한다. /애경

염 제거에 효과적이다. 세탁 마무리 단계에서는 행굼을 여러 번 반복해 세제를 완전히 제거하고 마른 수건을 이용해 물기를 제거한 후 통풍이 잘 되는 서늘한 곳에 펼쳐서 말려주면 된다.

세탁기를 이용할 경우에는 목도리를 등골게 말아 울이 나간 스타킹이나 세탁망에 넣고 울코스로 세탁하면 된다.

보관할 시에는 동그랗게 말아 보관하는 것이 효과적이며 습자이나 신문지를 목도리 사이에 끼워 보관하면 습기 제거에 도움이 된다.

장갑은 세탁 전에 먼저 뒤집어 손가락과 닿는 부분에 쌓인 먼지를 제거해야 한다. 털장갑은 미온수에 중성세제를 풀어 부드럽게 문질러 세탁하고 세탁 후에는 장갑을 바닥에 펼쳐 건조시켜 형태 변형을 방지할 수 있다.

세탁이 까다로운 가죽장갑은 가죽 전용클리너를 이용해 결면을 닦아주고 먼지가 많이 쌓여 있는 장갑내부는 뒤집어 먼지를 털어낸 후 사용하는 게 좋다. 가죽장갑은 통기성이 좋은 곳에 보관해야 곰팡이에 의한 가죽 손상을 줄일 수 있다.

/김유진 기자

롯데하이마트 최강 한파에도 에어컨 판매 급증 “설 선물, 델몬트주스로 실속있게 준비”

지난해 동기 대비 40% 늘어

연일 계속된 한파에도 불구하고 에어컨 판매는 급증하고 있다. 최근 2년간 기록적인 추위와 무더위를 번갈아 겪은 소비자들이 올 여름을 미리 대비하기 위해 에어컨을 구매하고 있기 때문이다.

롯데하이마트는 올해(1월1일부터 2월 6일까지) 판매된 에어컨 매출액이 지난해 같은 기간보다 40% 늘었다고 7일 밝혔다.

우선 사계절 이어지는 미세먼지가 에어컨 매출 증가에 영향을 끼쳤다. 올해 들어 판매된 에어컨 중 공기청정기능을 탑재하고 한국공기청정협회(CAC) 인증을 받은 제품의 매출액은 지난해 같은 기간보다 3배 가량 늘었다. 전체 에어컨 매출액 내 비중도 2배 이상 늘었다.

또 에어컨 제조사들은 인공지능, 사물인터넷 기능 등을 강화한 2018년형 신제품을 발표하고 1월 중순부터 차례로 예약판매를 시작했다.



하이마트 대리점에서 고객들이 에어컨을 둘러보고 있다. /롯데하이마트

서강우 롯데하이마트 가전팀장은 “지난해 무더위를 경험한 고객들이 다가올 여름을 대비하기 위해 체감온도 영하 20도를 넘나드는 한파를 뚫고 매장을 방문하고 있다”며 “연초 예약판매 시기에 미리 에어컨을 구매하면 사은품이나 캐시백 등 다양한 혜택뿐 아니라 원하는 시기에 에어컨을 설치할 수 있다는 이점이 있다”고 말했다.

/김유진 기자

롯데칠성음료

롯데칠성음료가 설 명절을 맞아 '델몬트주스 설 선물세트'를 선보였다고 7일 밝혔다.

이번 선물세트는 국내 1등 주스 브랜드 '델몬트' 제품 중 소비자에게 신뢰받고 꾸준한 사랑을 받아온 제품 위주로 구성해 만족도를 높였다. 실속있는 소비성향을 반영해 8000원부터 1만4000원 사이의 가격대로 구성된 총 7종의 중저가 세트다.

델몬트트루주스 제주감귤 선물세트는 건강한 주스를 선호하는 소비자의 요구에 맞춰 살균과 인공첨가물을 넣지 않고 과일 자체의 천연당으로 자연의 맛을 그대로 살린 제품으로 구성됐다. 제주감귤만을 사용해 제대로 된 감귤주스의 맛을 낸 '제주감귤농축 3본입 세트' 1종이다.

델몬트 페트 선물세트는 1.5L 용량 제품으로 행복(幸福)과 애정(愛精)이라는 한자 속에 담스러운 과일의 이미지를 담아 신선함과 풍성함을 더한 포장재로 꾸며



다. 행복 선물세트는 '오렌지·포도·망고·토마토 4본입 세트', 애정 선물세트는 '포도·매실·제주감귤 4본입 세트'로 총 2종이다.

델몬트 소병 선물세트는 프리미엄 과일 주스 제품을 180ml 용량 병에 12개씩 담은 '오렌지·포도 소병 세트', '망고·토마토·매실·알로에 소병 세트', '포도·매실·감귤·알로에 소병 세트', '사과·매실·감귤·토마토 소병 세트' 등 총 4종으로 선보였다.

롯데칠성음료 관계자는 “설 명절을 맞아 주는 사람과 받는 사람 모두 부담없는 중저가형 '델몬트 주스 선물세트'로 가족 건강까지 함께 챙기길 바란다”고 말했다.

/백인용 기자

농심 '이탈리아 감성'

수미칩 바질페스토 선포

농심은 이탈리아 대표 소스 바질페스토의 풍미가 어우러진 '수미칩 바질페스토'를 출시했다고 7일 밝혔다.

바질페스토는 바질과 올리브유, 치즈, 마늘, 잣 등을 함께 짙어 만든 이탈리아 소스로 파스타나 피자 등에 많이 활용되고 있다. 수미칩은 365일 국산감자만 사용하는 국내 유일의 감자칩이다.

/백인용 기자

맥도날드 '올림픽기념 3종 메뉴'

평창 골든포테이토버거

2018 평창 동계올림픽대회 공식 파트너인 맥도날드는 골든 포테이토 버거, 골든 포테이토 베이컨 머핀, 골든 포테이토 토마토 머핀 등 올림픽 기념 메뉴 3종을 출시했다고 7일 밝혔다. 평창의 자연을 담은 감자와 설원처럼 하얀 체다 치즈, 송이버섯 소스가 어우러져 풍성한 맛과 먹음직스러운 비주얼을 자랑한다.

/백인용 기자