스타일러·건조기, 필수가전으로 '급부상'

이마트

1~2월 전년比 매출 350% 증가 심각해진 미세먼지 등 영향 커져

보조 가전으로 여겨지던 스타일러와 건조기가 필수가전 반열에 올랐다.

이마트는 지난해 스타일러와 건조기, 세탁기를 포함한 '세탁가전' 매출이 전체 31.4%를 차지했다고 5일 밝혔다. 올해는 매출 비중이 14.6%포인트 증가한 46%까 지 상승할 것으로 내다봤다.

특히 1~2월 매출이 지난해 같은 기간 에 비해 350% 증가하는 등 고성장을 이 어가고 있어 15% 신장세를 보이고 있는 세탁기 매출을 올해 안에 넘어설 것으로 보인다.

점점 심각해지는 미세먼지, 황사의 영 향이 크다는 분석이다. 미세먼지, 황사로 인해 빨래도 안심하고 널어 놀 수 없게 되자 건조기를 이용하는 가구가 늘어났 으며 야외활동 시 입었던 의류에 붙어있 는 오염물질에 대한 관리의 필요성이 대



5일 이마트 성수점에서 모델들이 스타일러, 건조기 할인행사 대표 상품을 선보이고 있다.

두되며 스타일러 구매도 늘어난 것이다.

또 스타일러·건조기는 세탁에 소비되 는 시간을 줄여주는 효과가 있어 맞벌이 등 가사노동 시간이 부족한 가구에 적합 해 수요가 증가하는 것으로 분석됐다.

스타일러 이용 시 세탁을 해야하는 횟 수가 줄어드는 것은 물론 건조기를 사용

할 경우 보통 하루정도 걸리는 빨래 건조 시간이 2시간 가량으로 단축되기 때문이

반려동물을 키우는 펫족의 증가도 한 몫했다. 건조기가 빨래 건조는 물론 세탁 물에 붙어있는 반려동물 털을 털어내는 효과도 있다는 것이 알려지며 펫족들의

수요도 늘어난 것이다.

1~2월 기준 스타일러와 건조기를 가장 많이 구매한 연령대는 30, 40대로 전체 판 매의 76.4%를 차지하는 것으로 나타났

이는 스타일러 •건조기가 황사, 미세먼 지에 대한 대비책으로 인식되면서 아이 를 키우고 있는 가정에서의 수요가 폭발 적으로 는 것은 물론 주로 이 연령대에 맞벌이 부부가 많기 때문인 것으로 풀이

이에 이마트는 봄철 황사와 혼수시즌 을 맞아 3월 한달간 대규모 기획전을 펼

박혜리 이마트 가전바이어는 "환경적 인 요인은 물론 제조업체 기술 발달로 전 기세 부담이 줄어든 것도 스타일러 건조 기 대중화에 큰 역할을 했다"며 "최근에 는 신혼부부 머스트해브 아이템으로 각 광받고 있어 향 후 젊은 층의 수요가 더 욱 늘어나 고성장세를 계속 이어갈 것으 로 보인다"고 말했다.

/김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.ki

인터파크

복권사업 뛰어든다 컨소시엄 업체 공개

4기 복권수탁사업자 선정 입찰에 참여 하고 있는 인터파크가 컨소시엄 참여 업 체들과 컨소시엄이 가진 경쟁력의 면모 를 공개했다.

인터파크는 제4기 복권수탁사업의 사 업자 선정 입찰에 기존 참여를 밝힌 대우 정보시스템과 미래에셋대우 외에 한국전 자인증, A3시큐리티, 케이씨티, 케이아 이비넷 및 스마티이 등과 함께 컨소시엄 을 구성해 제안서를 제출했다고 5일 밝

우선 '인터파크 컨소시엄'은 인터파크 가 사업 운영을 맡고 시스템 사업자로 대 우정보시스템을 참여시킨데 이어 자금대 행사로 미래에셋대우가 참여했다.

미래에셋대우는 자금 관련한 검증 및 보고 업무를 수행한다. 컨소시엄은 SH수 협은행과 제휴를 통해 당첨금 지급 등의 업무를 진행할 예정이다.

대우정보시스템은 3기 사업의 경험과 노하우를 갖춘 것은 물론 블록체인, 인 공지능 챗봇, 로봇프로세스자동화(RP A), 빅데이터 및 클라우드 등 4차 산업 혁명 기술을 대거 적용해 4기 복권 사업 의 운영 시스템을 한단계 선진화한다는 목표다.

인터파크 컨소시엄은 최첨단의 철통 보안 시스템을 구축하는데도 주력했다. 이를 위해 인터파크는 국내 보안 업계를 선도하고 있는 A3시큐리티와 국내 유일 의 글로벌 인증기관인 한국전자인증을 컨소시엄에 주주로 참여토록 했다.

겨울 날씨 풀리니… 봄맞이 홈쇼핑 패션 매출 '훨훨'



에셀리아 체크수트 이미지.

CJ오쇼핑 '힛 더 스타일'

2주연속 주문실적 30억원 돌파

낮 기온이 점점 오르면서, 홈쇼핑 봄 패션 상품의 매출도 상승하고 있다.

CJ오쇼핑은 자사 패션 프로그램 '힛 더스타일(Hit the Style)'에서 2주 연속 30억원이 넘는 주문실적을 올렸다고 5 일 밝혔다.

지난 3일 방송에서는 여성 패션 브 랜드 '엣지(A+G)', '에셀리아(S.L RI AHH)' 등의 봄 신상품을 선보이며 2 시간 30분 동안 주문금액이 30억원에 달했다. 한 시간 평균 12억원을 판매한 셈이다.

성이 전달보다 2배 이상 확대됐고 따뜻 있는 CJ오쇼핑 대표 여성의류 브랜드 나가겠다"고 말했다.

한 날씨 탓에 고객들도 봄 옷에 대한 필 요성을 느껴 주문이 크게 증가한 것으 로 CJ오쇼핑은 보고 있다.

힛더스타일은 매주 토요일 밤 10시 30분부터 다음날 새벽 1시까지 2시간 30분 동안 진행되는 CJ오쇼핑 간판 패 션 프로그램이다.

CJ오쇼핑의 대표 패션 쇼호스트 임 세영과 이민웅, 국내 톱스타들의 스타 일을 책임지고 있는 스타일리스트 한혜 연이 프로그램을 이끌고 있다.

3일 방송에서는 CJ오쇼핑 대표 여 성 패션 브랜드 엣지의 니트 풀오버 세 트를 판매, 40여분 동안 9억원 주문을 달성하며 매진을 기록했다. 엣지는 한 혜연 스타일리스트가 기획에 참여하고

에셀리아의 수트 세트도 같은날 25 분동안 4억원 주문실적을 기록했다. 에셀리아는 CJ오쇼핑에서 론칭한지 18년 된 여성 의류 브랜드로, 이번 시 즌 모델 송경이를 브랜드 홍보 모델로 발탁하며 프리미엄 브랜드로의 변신에 나섰다.

힛더스타일은 지난달 24일 방송에서 도 총 40억원의 주문금액을 달성하며 이전 기록을 갱신하기도 했다.

최요한 CJ오쇼핑 패션의류 팀장은 "올해 봄 패션은 전년 대비해 아이템 종 류가 2배 이상 많아졌다"며 "고객들도 홈쇼핑을 통해 다양한 패션 상품의 구 매를 원하고 있어 최신 트렌드에 맞는 봄 신상품 론칭을 맞아 패션 상품 편 배우 김아중이 현재 모델로 활동하고 새로운 아이템들을 다수 기획해 선보여 /김유진 기자

롯데百, 평창 패럴림픽 맞춰 '슈퍼 스토어' 재개장

'평창 패럴림픽 붐업' 마케팅 진행 수호랑 뒤이어 반다비 흥행돌풍

롯데백화점은 평창 패럴림픽 올림픽 을 앞두고 인기상품 품목할인, 1+1 행사 등 다양한 '평창 패럴림픽 붐업' 마케팅 을 진행한다고 5일 밝혔다. 패럴림픽의 개막과 함께 평창 올림픽 폐막식 이후 문을 닫았던 슈퍼 스토어도 재개장한 다.

평창 동계 패럴림픽은 총 49개국, 570 명의 선수가 등록해 참가국과 선수 수에 서 모두 역대 최대 규모다.

개최국인 한국은 6개의 전 종목에 36명 의 선수를 내보낸다. 한국의 동계 패럴림 픽 역대 최고 성적은 2010년 밴쿠버 대회 에서 거둔 종합 10위다. 이번에는 이를 뛰



어넘는다는 목표를 갖고 있다.

패럴림픽을 앞두고 마스코트 '반다 다. 비'의 인기 또한 뜨겁다. 롯데백화점 본 점 평창 올림픽 공식 스토어에서는 반

다비 관련 상품이 성황리에 판매 중이

개막식을 열흘 앞둔 지난달 27일부터 3월 4일까지 30cm 인형, 가방걸이, 쿠션 등 반다비 마스코트 관련 상품의 매출은 전 주 대비 100%이상 신장했다.

평창 동계 올림픽에 이어 패럴림픽에 서도 굿즈의 인기는 이어질 것으로 예상 된다. 올림픽기간인 지난달 9일부터 25일 까지 평창 공식스토어는 320억의 매출을 기록했으며 롯데백화점 본점 평창 올림 픽 스토어는 올림픽이 끝난 후인 지난달 28일 공식 스토어 최대 매출인 12억을 기 록했다. 롯데백화점은 패럴림픽 올림픽 을 앞두고 다양한 이벤트를 진행할 예정

김재열 롯데백화점 평창 라이선싱팀장 은 "평창 패럴림픽 기간이 다가오며 많은 고객들이 패럴림픽 마스코트인 '반다비' 관련 품목을 찾으신다"며 "평창 동계올림 픽에 이어 패럴림픽의 성공적인 개최를 위한 염원을 담고, 많은 분들이 관련 상 품을 착용할 수 있도록 1+1 행사, 품목 할 인 행사 등 다양한 이벤트를 준비했다"고 말했다. /김유진 기자

| 유통 단신 |





대상 청정원

'그집 그맛' 칼국수 2종

대상 청정원은 '그집 그맛' 칼국수를 5 일 출시했다. 이 제품은 '고소한 대전 그 집 그맛 들깨 칼국수'와 '시원한 대부도 그집 그맛 바지락 칼국수' 2종이다. 찰진 반죽을 위해 반죽 공정을 8단계로 횟수를 늘려 쫄깃한 면의 식감을 최대한 살렸다. 국물 배임 및 식감이 좋도록 칼국수 면의 넓이, 두께, 길이를 최적화했다./박인웅 기자



신제품 '구구바' 선봬

롯데푸드는 올해 첫 아이스크림 제품 으로 '구구바'를 출시한다고 5일 밝혔다. 이 제품은 5가지 다양한 재료가 어우러진 풍부한 맛을 살리는데 중점을 뒀다. 초콜 릿 아이스크림에 마시멜로 아이스크림과 캐러멜 시럽을 더하고, 여기에 땅콩을 뿌 린 뒤 초콜릿을 두껍게 코팅해 진한 달콤 함이 조화를 이룬다. /박인웅 기자