

‘찜통더위’ 특수 만난 유통업계

남성용 양산·에어프라이·간편식... 생존형 용품 불티

더위 식힐 신형 여름아이템 주목
양산, 남성고객 주문량 50% 증가
쿨스카프도 패션아이템으로 매치
간단 요리 즉석밥·삼계탕 등 인기

40도에 육박하는 폭염이 10일 이상 지속되면서 조금이라도 온도를 낮출 수 있는 ‘생존형’ 용품을 찾는 소비자가 늘고 있다.

1일 CJ ENM에 따르면 최근 CJmall 인기 상품을 검색한 결과, 에어컨, 휴대용선풍기, 냉풍기 등 폭염을 이겨낼 수 있는 냉방용품 검색이 급증했다. 또, 양산과 에어 프라이어 등 더위를 피할 수 있는 상품들이 신형 여름아이템으로 주목 받고 있다.

본격적인 폭염이 시작된 지난달 15일부터 26일까지 CJmall 상품 검색어 TOP 10 중 에어컨, 휴대용선풍기 등 냉방용품 관련 검색어가 7개에 달했다.

폭염이 시작되기 전인 7월 초에 에어



자외선차단 ▶
암막양산
/CJ ENM

에어프라이어▶
/CJ ENM

컨과 쿨매트는 각각 19위, 72위에 자리했었으나, 폭염 이후 각각 검색어 2위와 11위로 크게 올랐다. 최근 여름철 필수품으로 등극한 휴대용 선풍기는 7월 초 339위였으나, 폭염이 이어지자 단숨에 3위로 급상승했다. 7월 초 각각 45위, 83위에 있던 양산과 냉풍기도 폭염이 시작된 이후 6위, 7위를 차지했다. 무더위를 이겨보고자 하는 고객 니즈가 상품 검색어로 이어진 것으로 분석된다.

특히 같은 기간 양산과 쿨스카프를 구매한 남성고객 주문량도 전년 대비 각각 50%, 81% 증가한 것으로 나타났다. 암막 콘셉트의 심플한 양산과 패션 아이템으로도 매치할 수 디자인의 쿨스카프가 늘면서 남성 고객들의 진입 문턱이 낮아졌기 때문으로 분석된다.

또 더운 여름 불 앞에서 요리하지 않아도 되어 편리한 에어 프라이어 (1350%)와 즉석 조리식품이나 대용식

등 가정 간편식류(113%)의 주문량이 크게 늘었고, 양산(161%)이나 보냉병 같은 휴대용 물통류(84%)의 주문량도 전년 대비 증가세를 보였다.

롯데마트의 가정간편식매출(7월 1일~25일)을 살펴봐도 이같은 소비 패턴을 알 수 있다. 불을 쓰지 않고 전자레인지 등으로 간단하게 요리할 수 있는 즉석밥 매출은 전년 동기 대비 20.9% 증가했으며, 특히 컵비빔밥은 무려 57.7% 매출이 늘었다. 또한, 여름철 대표 보양식인 가정간편식 삼계탕 매출이 동 기간 32.9% 증가하며 전체 즉석국/탕 매출이 24.4% 늘어난 데 기여했으며, 냉면으로 대표되는 계절음식인 밀면, 쫄면 등 가정간편식 면류 매출도 11.9% 증가한 것으로 나타났다.

실제로 롯데마트가 올해 1월부터 6월까지 가정간편식 전체 매출 신장률을 살펴보니, 전년 동기 대비 6.8% 증가한 반면, 7월 들어 25일까지 매출 신장률은 이보다 높은 8.6%를 기록했으며, 온라인몰

가정간편식 매출의 경우 오프라인 매출 대비 3배 가량 높은 25.2%를 기록했다.

전례없는 무더위에 여성 소비자들은 피부 유수분 밸런스를 맞추기 위한 기초 제품에 투자를 많이 하는 것으로 나타났다.

GS리테일이 운영하는 H&B스토어 탈라블라(구 왓슨스)가 7월 1일부터~25일까지의 매출을 분석한 결과 전년 동기 대비 ‘페이셜케어’의 매출이 49% 급증한 것.

탈라블라에서 7월 들어 가장 큰 매출 신장률을 보이는 제품 군은 스킨토너류로 51.5% 매출이 늘었다. 마스크팩과 트러블패치는 48.3%, 클렌징은 47.3% 신장세를 보이는 등 페이셜케어 제품류의 매출 상승세가 두드러진 것을 알 수 있다.

특히 땀을 많이 흘린 얼굴에 수분을 공급하는 토너와 고온 다습한 날씨로 피지 분비량이 증가해 노폐물이 쌓인 피부를 깨끗이 씻어내기 위한 클렌징제품이 큰 호응을 얻고 있다.

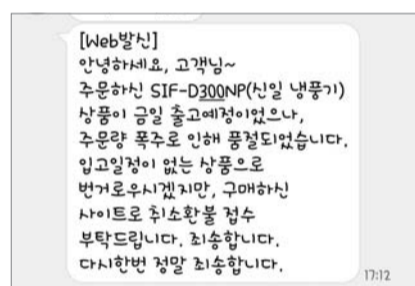
/신원선기자 tree6834@metroseoul.co.kr

냉풍기·이동식 에어컨 등 검색 폭주

연일 폭염이 지속되면서 냉풍기와 이동식 에어컨 등 소형 냉방가전을 찾는 사람들이 늘고 있다. 평범한 선풍기나 대형 에어컨 대신 가성비 높은 제품을 찾고 있는 소비자도 있지만 예상치 못한 더위에 추가적인 냉방 가전을 들고 있는 것. 1일 오전 네이버 쇼핑의 에어컨·냉방기 쇼핑검색어 순위에서 이동식 에어컨이 1위를 차지했다.

냉풍기는 얼음팩이나 얼음 등을 이용해 냉각된 바람을 쉴 수 있는 제품으로, 에어컨보다 시원함이 떨어지지만 좁은 공간에서도 사용할 수 있고 전력소비가 적다는 장점이 있다. 기계 내부에서 냉기가 발생해 일반 선풍기보다는 시원한 바람을 느낄 수 있다. 자취생 박 씨는 “선풍기는 날이 더우면 더운 바람이 나와서 불쾌했는데 냉풍기는 선풍기의 단점을 해소해줬다”고 말했다.

이동식 에어컨은 기존에 에어컨이 있지만 전체 냉방이 어려웠던 사람들이 많이 찾는다. 또 공간이 협소하거나 실외



냉풍기 주문량이 늘면서 주문이 취소된 상황.
/독자제공

기를 설치할 수 없는 곳에 적합해 1인 가구에도 인기가 있다.

한편 위메프가 지난 12일부터 25일까지 2주간 계절가전 매출을 집계한 결과에 따르면 이동식 에어컨, 냉풍기, 써큘레이터 등 소형 냉방가전이 많이 판매된 것으로 나타났다. 전월 대비 가장 높은 성장률을 보인 제품은 이동식 에어컨으로 1135% 급증했다. 이어 냉풍기 253%, 에어컨 164%, 선풍기 135%, 써큘레이터 116% 순으로 나타났다.

/구서운 기자 yuni2514@

더위엔 수분 섭취... 정수기도 ‘물 만났네’

코웨이·SK매직 정수기 판매량
지난해 대비 30% 이상 늘어나

사상 유례를 찾기 힘든 폭염이 연일 이어지면서 정수기 등을 제조·판매하는 생활가전사들이 즐거운 비명을 지르고 있다.

코웨이, SK매직 등이 7월에만 전년 같은 기간에 비해 정수기 판매량이 30%를 훌쩍 넘어서는 등 뜨거운 여름을 나기 위한 고객들 덕에 반사이익을 톡톡히 누리고 있는 모습이다.

1일 관련회사에 따르면 코웨이는 7월 한 달 정수기 판매량이 전년 동기 대비 30% 가량 늘었다. 특히 7월 판매 모델 가운데 냉수가 제공되는 냉정수기 판매량만 전체의 60% 이상 차지한 것으로 집계됐다. 7월 내내 지속된 폭염 경보 및 열대야의 영향으로 실내에서 시원한 물을 바로 마실 수 있는 정수기를 찾는 소비자들이 급증했다는 게 코웨이의 자체



코웨이 ‘시루적수 정수기’

분석이다.

이 가운데서도 지난 6월 중순 출시한 ‘시루적수 정수기’가 인기다. 이 제품은 시장에 나온 지 한 달만에 5000대가 판매됐다.

코웨이는 풍부한 정수량을 위해 기존 CIROO 필터보다 면적을 6배 늘린 ‘CIR OO 2.0 필터’를 개발하기도 했다. 이에

따라 정수량이 30배 늘어났다.

SK매직도 본격적인 여름에 접어들어 6~7월에만 정수기 판매량이 1년 전보다 35% 이상 늘었다. 이런 추세에 힘입어 SK매직은 상반기 신규렌탈 계정이 26만을 넘어서며 누적계정 143만을 달성, 렌탈업계 2위 자리 굳히기에 들어갔다.

SK매직은 지난해 대비 정수기 판매량이 35% 이상 증가했다. 정수기 판매 실적 상승에 힘입어 상반기 신규렌탈 계정이 26만개를 기록하며, 누적계정도 143만을 넘기며 렌탈업계 2위 자리 굳히기에 들어갔다.

날씨 뿐만 아니라 신제품 출시도 주요했다. 지난 3월 출시한 ‘울인원 직수 정수기’와 ‘울인원 직수얼음정수기’가 효자노릇을 톡톡히하고 있는 것이다. SK매직 울인원 직수얼음정수기는 국내에선 유일하게 정수, 냉수, 온수, 조리수는 물론 얼음까지 직수로 만들 수 있다.

/김승호 기자 bada@

남북협력·거점성장추진단 신설 등 ‘10년 혁명’ 이끈다

(박원순 시장 책임기간)

서울시 민선 7기 조직개편

서울-평양, 전국체전 100주년행사 준비
돌봄사각지대 해소...담당관 신설도

서울시에 지방정부 최초로 ‘남북협력추진단’이 신설된다. 또 거점성장, 돌봄전담조직이 만들어지고, 보행과 안전 관련 조직은 강화된다.

서울시가 ‘내 삶을 바꾸는 10년 혁명’을 이끌 민선 7기 조직개편(안)을 1일 발표했다.

박원순 서울시장은 “이번 조직개편은 남북협력, 혁신성장 등을 통해 서울의 10년 혁명을 완성, 대한민국과 서울의 변화를 선도하는 동시에, 돌봄문제 같이 시민



박원순 서울 시장 /연합뉴스

의 삶을 바꾸는 정책 추진을 위한 기반 마련에 초점을 뒀다”고 강조했다. 그는 이어 “다만 지방정부의 자치조직권 제약으로 꼼꼼하게 정책을 살피기 위한 조직설계

에는 한계가 있었다”며 지방정부의 자율권 확대를 거듭 촉구했다.

이번 개편안의 특징은 지방정부 최초로 국 단위의 ‘남북협력추진단’ (3급)을 행정1부시장 직속으로 신설한 것이다. ‘남북협력담당관’ (4급)도 국 단위로 확대했다. 추진단은 시정 전반의 서울-평양 교류협력사업을 총괄·조정하는 역할을 전담한다. 첫 마중물 사업으로 서울-평양 공동주최의 ‘전국체전 100주년 행사’를 준비할 계획이다.

시는 또 국제적 대북재제가 병존하는 현실을 고려해 남북 대표도시 간 지속가능한 협력 사업을 발굴·추진하고 민간교류 활성화를 지원키로 했다. 하위 조직으로는 기존 ‘남북협력담당관’ 외에 ‘개발협력담당관’이 신설된다. ‘남북협력담당관’

은 사회·문화분야 협력사업, ‘개발협력담당관’은 상수도 개량, 도로 등 평양의 인프라 협력사업을 각각 추진하게 된다.

시가 지난 2월 발표한 5개년 ‘서울미래 혁신성장 프로젝트’를 본격 추진할 ‘거점성장추진단’도 경제진흥본부 내 신설된다. ‘거점성장추진단’ 내에는 ▲산업거점조정반(양재 혁신지구, 흥릉바이오, 마곡단지 등 R&D 산업 클러스터 조성) ▲산업거점활성화반(G밸리 및 DM C 활성화, SETEC 복합개발 등 혁신성장 활성화) ▲도시제조업거점반(도시제조업 스마트엔지니어링, 패션 허브 조성 등)이 있다.

돌봄 관련 전담기구인 ‘돌봄담당관’ (4급)이 여성가족정책실 내에 신설된다. ‘돌봄담당관’은 돌봄 사각지대를 해소하

고 하루 24시간 촘촘하게 누구나 이용 가능하도록 지역 내 자원을 연계·조정하는 역할을 수행한다. 더불어 ‘젠더폭력 예방팀’과 ‘성평등노동팀’을 각각 신설해 성평등 정책 기능을 강화한다.

‘걷는도시 서울’을 위해서는 도시교통본부의 보행정책 기능과 안전총괄본부의 보도환경개선 기능을 통합, 일원화해 관리한다는 계획이다. 세월호 사건을 계기로 안전 컨트롤타워 기능 수행을 위해 지난 2015년 8월 조직된 ‘안전총괄본부’는 노후화되고 있는 도시 인프라, 하도급 혁신 등 구조적 안전관리 기능을 강화하는 방향으로 보강한다. 또한 상황대응과 ‘지진안전팀’을 신설해 지진발생시 수습·복구 총괄 기능을 전담하고, ‘지진안전센터’ 건립도 추진한다.

이번 조직개편은 서울시 행정기구 설치 및 정원 조례에 대한 시의회 심의·의결을 거쳐 오는 10월 18일부터 시행된다.

/오진희 기자 valere@