체감 온도는 벌써 '겨울'… 불티나게 팔리는 '방한용품'

동절기 잡화·등산용품이 매출 견인
전년比 남성 패딩조끼 신장률 521%
지난해 한파로 미리 대비하는 고객↑

예년보다 일찍 찾아온 추위에 패딩, 코트, 모피 등 동절기 인기 의류와 잡화, 그리고 단열 뽁뽁이와 난방텐트 등 보온제품을 찾는 고객이 늘었다.

11일 온라인쇼핑몰 G마켓에 따르면 최근 한주(10월 4일~10월 10일)동안 전주 대비 가장 많은 매출 신장률을 보인 의류 상품은 남성용 패딩 조끼다. 해당 상품은 전주(9월 27일~10월 3일)대비 151% 늘었으며, 전년 동기 대비 521% 늘었다.

동계 잡화 품목인 머플러와 내의류는 전주 대비 각각 86%, 27% 판매 신장률을 보였으며 전년대비로는 313%, 395% 늘어는 수치다. 특히 내의류 중에서는 발열내의가 전주대비 53% 증가, 소비자들이 많이 찾고 있음을 알 수 있다.

▲ 등산대전 난방텐트. /롯데마트

지난해 한파의 영향탓인지 본격적인 추위가 시작되지 않았음에도 일찍부터 단열재를 찾는 고객도 상당하다.

단열 뽁뽁이와 난방텐트를 찾는 고객은 전주대비 14%, 전년대비 71% 늘었다. 특이점은 손난로 매출은 전년대비 23% 증가했으나 손난로 보조배터리 매출은 2194% 증가했다는 것. 이는 손난로 자체는 이미 소지하고 있는 고객이 많음을 시사한다.

기온이 급격히 하강하면서 패딩, 코트, 모피 등 동절기 의류 수요가 증가하자 백화점도 이러한 추세를 반영해 마케팅을 진행하고 있다.

롯데백화점은 오는 14일까지 가을 정기세일을 맞아 패딩, 코트, 모피 등 동절기 인기 의류 특가 행사를 진행한다.

실제로 세일 기간인 9월 28일부터 10월 9일까지 패딩, 후리스 등을 주요 품목으로 판매하고 있는 레저 상품군은 21.6% 신장했으며, 여성 모피 상품군은 61.6% 신장세를 보였다.

롯데백화점 소공동 본점 9층에 위치한 바이어스픽 매장에서 고객들이 구스다운 롱패딩을 고르는 모습. /롯데백화점

가을 정기 세일의 시작과 함께 출시한 롯데백화점 바이어 직매입 상품인 '구스다운 롱패딩'은 1만장 한정 상품 중 절반인 5000장이 판매됐고, '롱후리스'는 4000장 한정 상품 중 1800장이 소진됐으며, 1000장 한정 기획한 '폴란드산 구스솜이불'도 500장이 판매됐다.

롯데백화점 관계자는 "지난해 한파로 인해 올 겨울 추위를 미리 대비하는 고객들이 늘어난 것으로 보인다"며 "올해는 전년과 같이 긴 기장의 아우터가 유행할 것이라는 전망이 나오며 롱패딩 뿐만 아니라 롱코트, 롱후리스, 롱무스탕 등의 품목 수요가 더욱 커질 것"이라고 말했다. 이어 "세일 기간 동안 동절기 의류가 높은 매출 신장률을 보이며 백화점 전체 매출을 견인했다"며 "세일의 마지막 주말을 앞두고 겨울 의류 행사를 진행하고 폭스퍼 머플러, 무스탕 등 직매입 상품을 추가 출시하는 등 고객들이 만족스러운 쇼핑을 할 수 있도록 다양한 준비를 했다"고 덧붙였다.

아울러 가을이 다 가기 전에 등산을 계획하는 이들이 늘어나면서 등산, 캠핑용품 카테고리 매출도 함께 늘었다.

추석 연휴가 끝나는 시점인 지난 9월 27일부터 10월9일까지 롯데마트의 '등산, 캠핑용품 카테고리'의 전년 동기간 대비 매출을 살펴보면, 캠핑 퍼니쳐(의자, 테이블 등)가 71.3%, 등산의류가 55.2%, 텐트가 14.9% 신장하는 등 카테고리 전체는 23.7% 신장한 것으로 나타났다.

롯데마트는 이러한 수요에 맞춰 오는 17일까지 서울역, 잠실점 등 전국 100개 지점에서 '등산대전'을 진행, 등산 및 캠핑용품 총 30여개 품목을 저렴하게 선보인다.

일교차에 대비한 '난방텐트'가 4만9900원, '스포츠 네오 클로스오버 백팩'이 3만9900원, '마운틴이큅먼트 피세오 등산화'가 4만9900원, '마운틴이큅먼트 접이식 등산스틱'이 2만3900원이다.

대표 보온용품인 '울트라히트 스포츠 기모/피치스킨'을 상/하의 각 1만2900원에, '마운틴이큅먼트 넥워머'와 '마운틴이큅먼트 멀티스카프'를 각 9900원과 7900원에 판매한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

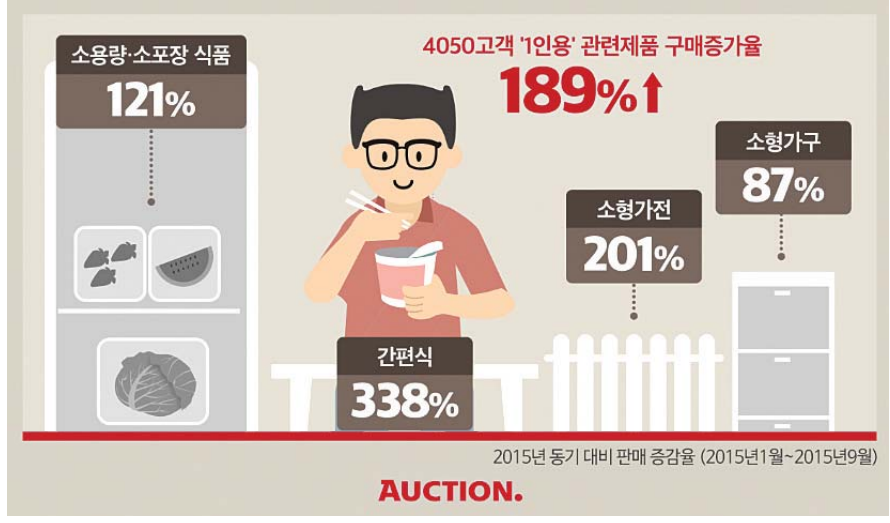
"횟감용 생굴 드셔보세요" 10일 서울 동작구 GS수퍼마켓 사당태평점에서 모델들이 새로 판매하는 횟감용 생굴을 선보이고 있다. GS수퍼마켓은 13일까지 전국 모든 GS수퍼마켓에서 횟감용 생굴(100g)을 1580원에 판매한다. /GS리테일

4050세대 1인가구 '1코노미' 큰 손으로

소용량·소포장 구매량 3년새 3배
조립가구·리폼타일 등 신장률 '쑥쑥'

4050 세대가 소용량, 소포장, 1인용 등 1인 가구 맞춤형 제품의 주 소비층으로 급부상했다. 미혼과 비혼 등으로 혼자 사는 중장년층이 늘며, 온라인몰에서 이들 제품에 대한 4050 구매력이 높아지고 있다.

국내 대표 온라인마켓플레이스 옥션이 올해 들어 9월까지 소포장·간편식·소형가구·소형가전 등 대표적인 1인 가구 품목을 대상으로 4050 구매량을 살펴본 결과 지난해 동기 대비 27%, 3년 전인 2015년 동기와 비교하면 3배 가까이(189%) 증가했다고 11일 밝혔다.



먼저 소용량·소포장 식품을 구매한 4050 세대가 3년 전 대비 2배(121%) 이상 증가했다. 한 끼 분량으로 포장된 신선식품과 냉동식품에 대한 수요가 대부분 늘었고, 세부적으로는 소포장 샐러드채소가 360% 늘며 증가폭이 컸다. 보관과 섭취가 용이한 냉동과일도 136% 증가했다. 매일 식탁에 오르는 쌀과 김치도 10kg 미만의 소용량을 찾는 중장년 고객이 크게 늘며, 같은 기간 소포장 쌀과 김치를 찾은 4050 고객이 각각 56%, 74%씩 증가했다. 1인 가구에서 많이 찾는 즉석조리식품, 편의식품 등 간편식도 지난해 대비 46%, 3년 전 보다는 4배(338%) 이상 껑충 뛰었다. 품목별로 보면 컵밥·덮밥은 3년 새 14배(1354%)나 급증했고, 즉석국·탕(294%)과 즉석조리·볶음(290%)은 4배 가까이 구매가 늘었다.

가구 등 인테리어 용품 역시 작은 사이즈의 제품이 인기를 끌며, 관련 품목의 4050 구매량은 2015년 대비 3배(201%) 증가했다. 이 중 1인용 리클라이너는 9배 가까이(797%) 급증하며 4050 혼족의 대표 가구로 자리매김했다. 작은 공간을 효율적으로 활용할 수 있는 DIY가구를 찾는 중장년층 도 늘었다. 해당 기간 조립가구는 5배(479%) 이상 증가했고, 리폼타일·시트지(203%)와 DIY용 페인트(121%) 모두 세 자리 수 신장세를 기록했다.

주방가전, 계절가전도 소형이 잘 팔렸다. 소형가전을 구매한 4050 세대가 3년 새 87% 증가한 가운데, 특히 1인용 계절가전에 대한 수요가 높았다.

/신원선 기자 tree6834@

이베이코리아 '스마일페이' 영역 확대 박차

커머스 스타트업과 맞손

G마켓과 옥션, G9를 운영하는 전자상거래 기업 이베이코리아가 커머스 스타트업과 손 잡고 자사 간편결제 시스템 '스마일페이' 확장에 속도를 낸다.

이베이코리아는 1인가구와 셀프인테리어 트렌드에 맞춰 인기몰이 중인 인테리어 원스톱 플랫폼 '오늘의집'과 새롭게 제휴를 맺었다. 이번 제휴는 모바일 프리미엄 마트 '마켓컬리'와 디자이너 편집숍 'W컨셉', 꽃 정기배송 업체 '꾸까' 등에 이은 네 번째 스타트업 제휴다.

스마일페이는 다양한 가맹 제휴를 맺으면서 각 가맹점이 필요한 부분을 지원하고, 공동 프로모션 진행 등을 통해 가맹점과의 시너지 극대화에 주력하고 있다. 특히 스타트업에서는 스마일페이를 통해 대규모 신규 회원을 유치하고, 이베이코리아는 스마일페이 사용처와 인지도를 더욱 높이는 윈-윈 효과를 내고 있다.

마켓컬리는 스마일페이 제휴를 통해 현재까지 신규 가입자수 1만명 이상을 기록했고, W컨셉은 스마일페이 제휴로 신규회원 3만8000명 유입을 비롯해 신규 회원의 스마일페이 결제 비중이 전체 결제 중 60% 이상 차지하고 있다.

스마일페이, 오늘의집 신규오픈. /이베이코리아

이베이코리아는 스마일페이 가맹점 확대를 기념해 오는 31일까지 캐시백 및 쿠폰 이벤트를 진행한다. '오늘의집'에서 첫 결제 시 5000원 쿠폰을 제공하며, 스마일페이로 결제 시 구매 금액에 따라 최대 5000원 캐시백을 제공한다. '마켓컬리'는 구매 금액 별 마켓컬리 5000원 쿠폰 및 스마일캐시 5000원 캐시백을 지급한다. 'W컨셉'은 20만원 이상 첫 결제 시 최대 5만원 캐시백 해준다. 또한, 여가플랫폼 기업 '야놀자'는 오는 22일까지 2만원 이상 결제 시 최대 3000원 캐시백을 제공한다.

/신원선 기자

유통 단신

삼양식품

'쯔유간장우동' 봉지면 출시

삼양식품이 '쯔유간장우동' 봉지면(사진)을 출시한다고 11일 밝혔다.

봉지면으로 선보이는 쯔유간장우동은 '건면'을 사용해 정통 일본식 우동의 식감을 강화했다. 자체 특허를 보유하고 있는 '구운면'으로 쫄깃한 식감을 살리고 진한 국물에 깔끔한 맛을 더했다. /박인웅 기자

대상 청정원

'리치부어스트' 신제품 2종

대상청정원이 프리미엄 정통 소시지 '리치부어스트'의 신제품 2종(사진)을 추가로 선보였다고 11일 밝혔다. 2017년 출시한 '리치부어스트 오리지널'은 독일 마이스터 출신이 직접 설계한 정통 프리미엄 소시지로, 국산 순돈육만을 사용해 고기 본연의 쫄깃한 식감과 탄력을 살린 것이 특징이다. /박인웅 기자

신세계푸드 '올반'

가을 신메뉴 30여종 선봬

신세계푸드가 운영하는 한국식 캐쥬얼 다이닝 뷔페 '올반'이 가을 신메뉴 30여종을 선보였다고 11일 밝혔다.

'풍요로운 가을 별미'를 콘셉트로 선보인 신메뉴는 낙지, 단호박 등 신선한 제철 식재료를 활용해 영양이 풍부한 것이 특징이다. 주요 메뉴로는 제철 단호박에 모찌가 들어간 '단호박 모찌 샐러드', 가을 낙지와 겨자소스가 어우러진 '낙지 탕탕 샐러드' 등이다. /박인웅 기자