

# ‘한국판 블랙프라이데이’ 11월, 온라인몰 매출에 날개 달았다

## 이베이코리아

빅스마일데이 판매량 60% 증가

## 11번가

타임딜 행사로 17만개 상품 완판

국내 온라인몰이 ‘한국판 블랙프라이데이’를 내세우며 진행한 11월 쇼핑 할인 축제가 성황리에 막을 내렸다. 일부 업체는 지나치게 적은 물량의 품목을 전면에 내세워 ‘미끼상품’으로 활용했다는 지적도 나온다.

11월 업계에 따르면, G마켓과 옥션을 운영하는 이베이코리아는 지난 1일부터 8일까지 ‘빅스마일데이’ 행사를 진행한 결과 매출이 지난해 같은 기간보다 40% 이상 늘었고, 판매량은 60% 가까이 증가했다.

빅스마일데이 행사 첫날인 1일 하루에 만 1초당 52개 상품을 팔아치우며 하루 누적 판매량 454만개를 돌파했다. 이런



11번가, 십일절 페스티벌 지하철 홍보

/11번가

흐름이 이어지면서 9일 오전 기준으로 누적 판매량은 2600만개를 넘었다.

특가 상품인 ‘애플 에어팟’은 14억원가량 물량이 반나절 만에 완판됐으며, ‘다이슨 슈퍼소닉 헤어드라이어’는 준비 수량 730대가 완판되며 3억원이 넘는 매출을 올렸다. ‘팁스(VIPS) 1만5000원 식사권’

은 90% 할인해 1500원에 판매한 결과 32만개 이상이 팔렸다.

국내 온라인몰 가운데 11월 세일 행사를 가장 처음 도입한 11번가는 매출 신장률을 공개하지 않았지만, 당초 목표치 이상의 매출을 올린 것으로 알려졌다.

11번가 측은 “그동안 축적한 빅데이터

를 기반으로 1638개 브랜드와 함께 지난해보다 2~3배 많은 품목을 준비했으며, 300여 차례 ‘타임딜’(특가행사)을 통해 약 17만개의 상품이 완판되는 성과를 냈다”고 밝혔다.

특히 ‘케이크 중고차 110만원 할인 쿠폰’ 100장이 39초 만에 완판하는 기록을 세웠으며, ‘LG 건조기’는 27억원 어치가 판매되며 가장 많은 판매고를 올렸다.

위메프가 기존 최대 일거래액 규모를 60% 뛰어넘는 신기록을 수립했다. 위메프는 1일 거래액 480억원을 달성, 지난 4월 4일 ‘44데이’ 당시 기록한 역대 최대 일거래액 300억원을 크게 넘어섰다. 당일 위메프를 방문한 고객(UV: Unique Visitor)도 260만명에 달했다. 평소 일 UV가 150만명에서 160만명 사이인 것을 감안하면 이날 하루 100만명 이상이 추가로 위메프를 찾은 것이다.

1~8일 거래액은 지난해 동기대비 87% 신장했다. 이 기간 결제 건수는 36% 늘었고, 신규 가입자 수는 187%나 급증

했다.

티몬의 경우도 초특가 행사인 ‘타임어택’을 진행한 1일부터 8일까지 매출이 지난해 동기 대비 30% 증가했다.

타임어택 행사가 진행된 매일 정오와 오후 6시 무렵에는 티몬 모바일·PC에 접속하는 트래픽 양이 평소의 7배 이상에 이를 정도로 많은 소비자가 몰렸다.

한편, 일부 업체에서는 특가 상품으로 홍보하면서 물량을 지나치게 적게 준비하고 준비 수량도 사전에 공지하지 않아 소비자로부터 맹비난을 받기도 했다. 위메프 에어팟(11월 5일 500개 판매), 티몬의 LG전자 노트북(11월 1일 10대 판매) 등이 대표적인 사례다.

업계 관계자는 “다양한 업체가 동시에 세일 행사를 진행하면서 홍보 효과에 힘입어 소비심리가 더욱 올라간 것 같다”며 “경기지표가 악화 조짐을 보이는 가운데 최저가 수준의 특가 행사가 소비자들로부터 호응을 받았다”고 말했다.

/신원성 기자 tree6834@metrosooul.co.kr

## GS25 1~2인용 ‘한 끼 과메기’ 출시

GS25는 1~2인이 먹기 적당한 양의 ‘한 끼 과메기’를 판매한다고 11일 밝혔다.

GS25가 판매를 시작한 과메기는 주산지인 포항 구룡포에서 공치를 해풍에 밤낮으로 건조시켜 특유의 감칠맛이 살린 상품이다. 5마리가 손질돼 있으며 동봉된 초고추장과 함께 바로 취식이 가능하다.

GS리테일 수산식품 담당 MD는 찬바람이 불어오기 시작하면 과메기를 찾는 고객이 많지만, 식당이나 마트에서는 최소 2~3인분이 대부분인 것에 주목했다. 1인 가구 고객이 제철을 맞아 한 번쯤 맛보고 싶지만 그 양과 가격이 부담스러웠던 것에서 착안해 가까운 편의점에서 부담없이 구매할 수 있는 양과 가격의 과메기를 출시했다.

또한 GS25에서 5년 전부터 판매해 오던 삭힌 홍어가 올해부터 갑자기 인기를 얻기 시작한 것도 과메기 출시의 배경이었다.

삭힌 홍어는 지난해 500여점포에 불과했던 판매 점포가 올해 7000여 점포로 늘어나면서 고객들에게 호응을 끌고 있다. 실제로 지난 10월 한 달 동안 3만개가 판매됐으며 꾸준히 판매가 늘어나고 있다.

GS25는 가까운 편의점에서 한 끼 분



GS25의 ‘한 끼 과메기’.

/GS리테일

량으로 소포장 된 농수축산물을 구매하는 고객이 늘어나는 만큼 기존에 없었던 소포장 상품을 지속 확대해 나갈 계획이다.

실제로 올해 GS25가 한 끼 채소, 한 끼 찹쌀, 한 끼 스테이크, 소포장 과일 등을 선보여 인기를 끌면서 1월부터 11월 9일까지 전년동기대비 신선식품 카테고리 매출이 58.2% 증가했다. 이는 지난해 증가율 보다 2배 이상 높은 수치다.

윤세영 GS리테일 MD는 “1~2인 가구가 편의점에서 근거리 쇼핑을 즐기는 트렌드가 확산되면서 그동안 판매하지 못했던 다양한 상품을 선보일 수 있는 분위기가 조성됐다”며 “앞으로도 고객의 니즈에 부합하고 고객의 예산을 뛰어넘는 상품 개발을 위해 최선을 다하겠다”고 말했다.

/김민서 기자 min0812@

## 중기중앙회·중소학회

### 중기 발전 주제로 ‘추계학술대회’ 열려

중소기업중앙회와 한국중소기업학회는 16일 서울 상암동 중소기업DMC타워에서 ‘저성장 시대의 중소기업 발전’을 주제로 ‘2018년 추계학술대회’를 개최한다고 11일 밝혔다.

학술대회에서는 장지상 산업연구원 원장의 ‘중소기업의 혁신성장 과제’에 대한 기조연설에 이어 오동운 동아대 교수와 도모호로 세키 일본 동지시대 교수가 각각 ‘한국과 일본의 중소기업 정책과 발전 방안’을 발표한다.

이후 정책 전문가들이 패널 토론과 현장 질의·응답을 한다.

중기중앙회 이재원 경제정책본부장

은 “한국경제가 저성장으로 진입하는 시기에 경제·사회적으로 중추적인 역할을 담당하는 중소기업의 사기 진작을 위한 정책 추진이 필요하다”며 “중소기업이 마음껏 아이디어와 기술을 개발하고 적기에 사업화할 수 있도록 정책 기반을 조속히 마련해야 한다”고 말했다.

이와 함께 추계학술대회 일환으로 오는 13일 서울 여의도 중기중앙회에서 독일 우수 중소기업의 성장 배경을 조명하는 ‘독일 중소기업 우수사례 발표 세미나’도 열 예정이다.

/김승호 기자 bada@

## 떡·떡볶이 수출 늘었다… 新 K-푸드

지난해 수출액 1565만 달러

글로벌 시장서 현지화 성공

떡과 떡볶이의 수출이 늘고 있다. 해외에서 건강식이자 새로운 한류 아이템으로 떠올랐기 때문이다.

11일 한국농수산물유통공사(aT)에 따르면 지난해 떡 수출액은 1565만달러(약 176억원)로 전년 1210만달러(약 136억원)보다 29% 증가했다.

연도별 떡 수출액은 2013년 635만달러(약 72억원), 2014년 715만달러(약 81억원), 2015년 888만달러(약 100억원) 등이었다.

지난해 수출액을 2013년과 비교하면 5



년 만에 147% 늘어난 것이다.

같은 기간 수출량은 4931t에서 7851t으로 60% 증가했다.

aT는 떡과 떡볶이가 글로벌 시장

서 현지화에 성공하고 있는 것으로 내다봤다.

특히 미국에서 떡볶이가 한인타운을 중심으로 ‘핫 아이템’으로 부상했다. 베트남에서도 떡볶이를 비롯해 김밥, 라면을 판매하는 분식점들이 생겨났으며, 호찌민에 오픈한 편의점 GS25 1호점에서는 오픈 당일 한국식 떡볶이가 300개 이상 팔리기도 했다. 일본에서는 지난해 떡볶이 수출액이 6743만엔(약 7억원)으로, 전년보다 337% 이상 늘어났다.

한편 지난해 떡류의 소매시장 규모는 1122억원으로 전년 143억원보다 8% 올랐다. 지난 2013년(629억원)과 비교하면 5년 만에 78.3% 증가했다.

/박인용 기자 parkiu7854@

## 빨리 팔리는 중고차는? 국산차 ‘레이’ 수입차 ‘E클래스’

SK엔카닷컴 평균 판매 기간 조사

SK엔카닷컴이 최근 SK엔카 플랫폼에서 거래된 차량의 평균 판매 기간을 조사한 결과 국산차는 기아차 레이, 수입차는 벤츠 E클래스가 가장 빨리 판매된 것으로 나타났다.

11일 SK엔카닷컴에 따르면 이번 조사는 올해 8월부터 10월까지 최근 3개월 동안 SK엔카에 등록된 매물을 대상으로 이루어졌으며 결과 신뢰도를 위해 해당 기간 동안 100대 이상 거래된 모델의 데이터를 기반으로 했다.

국산차는 2018년식 기아차 더뉴 레이가 16.07일로 가장 빠른 판매 기간을 기록했다. 중고차의 주요 고객층이 젊은 세대인만큼 생애 첫차로 비교적 가격대가 저렴해 부담이 적은 경차를 선호하는 경향이 있어 높은 인기를 끄는 것으로 보인다.

이어 현대 2018년식 싼타페 TM과 2016년식 기아 니로가 각각 16.44일, 18.51일을 기록하며 뒤를 이었다. 4.5위에는 현대 싼타페 더 프라임(2017년식, 18.76일)과 기아 올 뉴 모닝(2018년식,



기아차 레이.



벤츠 E클래스.

18.99일)이 올랐다.

수입차는 신차 시장에서 1위를 독주하고 있는 2018년식 벤츠 E클래스가 평균 판매기간 21.12일을 기록하며 중고차 시장에서도 높은 브랜드 선호도를 누리고 있는 것으로 분석됐다.

올 하반기 초 BMW 화재 문제로 인해 5시리즈에 대한 소비자 심리가 위축되며 동급의 중형 세단인 벤츠 E클래스로 수요가 몰리는 풍선효과가 나타난 것으로 보인다. 또 벤츠 E클래스는 4위 아우디 2016년식 A6(평균 판매일 27.65일)을 제외하고 5위 안에 4개 모델이 포함될 수

입차 부문에서 압도적인 인기를 입증했다. (2위:E클래스 W213 2017년식/23.8일, 3위:E클래스 W213 2016년식/24일, 5위:E클래스 W212 27.65일 순)

차종 별 평균 판매기간 분석 결과 경차가 21.67일로 가장 빨리 판매됐고 이어 SUV가 21.77일, RV가 23.73일로 각각 2,3위를 기록했다. 비교적 비용 부담이 적은 경차의 꾸준한 인기와 더불어 아웃도어 활동을 취미로 즐기는 이들이 늘어나고 있는 최근 트렌드에 따라 SUV와 RV 차량의 수요도 늘고 있는 것으로 보인다.

/양성문 기자 ysw@