물만난 홈쇼핑·e커머스 "정보+재미로 집콕족 취향저격"

CJ오쇼핑 '최화정쇼' 유튜브 개국 'TV 홈쇼핑 뒷이야기' 담아 인기

롯데홈쇼핑 '이수정SHOP#' 론칭 게스트에 개그맨 홍록기 '재미보장'

NS홈쇼핑 25일 2개 프로그램 첫방 패션 아이템제안 '트렌드 세터' 코디

몰리브TV '쿡방' /롯데홈쇼핑

NS홈쇼핑 패션 프로그램. /NS홈쇼핑

김재우의 청부할인. /위메프

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)로 외출을 꺼려하는 이들이 많아지면서 홈쇼핑 업계와 이커머스 업계가 고객 모시기에 주력하고 있다. 백화점과 마트 등 오프라인 매장 방문 수요가 줄어든만큼 TV홈쇼핑과 모바일 쇼핑 수요는 늘어났기 때문이다.

홈쇼핑 업계는 상품 판매, 정보 제공, 그리고 재미까지 결합한 '쇼퍼엔터테인먼트'를 강화하고 있다. 전문가와 유명인이 함께 등장해 재미를 주는 한편, 동시에 전문성까지 보완한 것.

CJ오쇼핑은 '최화정쇼' '셀렙샵' '힛더스타일' '동가게' 등 패션·라이프스타일 프로그램을 운영하고 있다. '최화정쇼'의 경우, 지난 1일 유튜브 채널 '있어빌리TV'를 개국하며 TV홈쇼핑에서 풀어내지 못한 뒷 이야기들을 담아낸다.

롯데홈쇼핑은 최근 패션 전문 쇼호스트 이수정을 내세운 '이수정SHOP#'을 론칭했다. 개그맨 홍록기가 게스트로 출연해 재미를 보장하며, 조윤주 뷰티 마스터를 내세운 '조윤주쇼'도 이달부터 홈쇼핑 대표 프라임 시간대인 금요일 저녁 방송시간을 이동했다.

모바일 방송 콘텐츠도 강화했다. 롯데홈쇼핑이 최근 두 달간(2월1일~3월20일) 모바일 생방송 운영 현황을 분석한 결과 식품, 뷰티 전문 프로그램의 시청자 유입률, 참여 수, 주문건 수가 전월 대비 2배 가량 증가했다. 외출을 자제하는 분위기 속에 집에서 간편하게 식사를 해결할 수 있는 '가정간편식', 장시간 마스크 사용으로 민감해진 피부를 관리할 수 있는 '홈뷰티' 상품에 소비가 집중됐다. 특히, 고객 수요를 반영한 상품에 정보, 재미까지 갖춘 차별화 콘텐츠가 호응을 얻으며 소비가 더욱 급증한 것으로 분석된다.

진호 롯데홈쇼핑 DT 부문장은 "코로나19 사태 장기화로 외부활동을 줄이고 집안에 머무는 고객들이 늘어나면서 모바일 생방송 이용이 확산되고 있다"며 "앞으로 고객들이 필요한 제품을 합리적으로 구매하고 재미를 더해 줄 수 있는 콘텐츠들을 다양하게 시도해 나갈 예정"이라고 말했다.

NS홈쇼핑도 베테랑 쇼호스트와 유명인을 섭외한 패션 프로그램들을 선보인다. 볼거리와 전문성을 확도해 트렌드를 리드하겠다는 방침이다.

25일 '이지혜의 트렌드 샵' '라운지 V위드 김선희' 프로그램이 첫 방송한다. 특히 '이지혜의 트렌드 샵'은 방송인 이지혜가 나서 패션 아이템 제안으로 누구나 트렌드 세터로 만들어 주는 코디를 선보이는 프로그램이다. 이번 시즌에서는 매 방송마다 2~3개의 패션 아이템을 선보이며 함께 활용할 수 있도록 코디를 제안한다.

업계 관계자는 "홈쇼핑 업계의 변화는 '코로나19' 사태 이전에도 계속되어 왔다. 갈수록 높아지는 송출수수료 부담과 젊은 소비자 공략 등 홈쇼핑이 할 수 있는 변화는 끊임없이 시도될 것으로 보인다"고 말했다. 이커머스 업계는 동영상 콘텐츠와 쇼핑을 접목한 '미디어커머스' 육성에 공을 들이는 모양새다.

1020대 젊은 소비층이 유튜브 검색을 통해 제품 정보를 입수하는 것에 걸맞게 글과 사진보다는 영상 콘텐츠로 제품 정보를 소개하겠다는 취지다.

실제로 위메프에 따르면, 온라인몰 채널링 서비스 원더쇼핑의 거래액이 미디어커머스 콘텐츠 공개 후 70% 급증했다.

위메프는 지난달 개그맨 김재우가 브랜드사를 방문해 가격을 협상하는 과정을 예능 프로그램 형식으로 제작한 '김재우의 청부할인'을 선보였다. 영상을 공개한 후 48시간 동안 영상 속 제품을 특가에 판매하는 방식이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

한진그룹. /김수지 기자

한진칼, 코로나19에 경영위기 30년 베테랑 전문경영인 절실

주주총회 앞두고 주주들에 호소

"비전문경영인 운영땐 6개월내 파산 위기극복 위해 현명한 선택 해야"

한진칼 주주총회가 며칠 앞으로 다가온 가운데 한진그룹은 주주들을 향해 마지막 호소에 나섰다. 한진그룹은 24일 입장문을 내고 코로나19 사태로 심각한 위기 속에 항공산업 관련 비전문경영인들이 경영을 맡게 되면 6개월도 견디지 못해 파산에 이르게 될 것이라고 밝혔다.

반면, 한진그룹과 대한항공의 현 경영진은 항공·물류산업에 30년 이상 경험을 가진 '전문경영인'인만큼 이번 위기를 극복할 역량을 갖고 있다는 것이다. 이에 한진그룹과 대한항공을 위기에서 구할 수 있도록 주주들의 현명한 선택을 요청했다.

한진그룹은 먼저 주주연합 측에 인신공격을 멈출 것을 강조했다. 주주연합이 공식적인 자료에 한진그룹 경영진 개개인의 실명을 언급하며 파렴치한 인신공격을 일삼고 있다는 것이다.

이에 한진그룹은 "조원태 회장은 본인이 맡고 있는 역할을 다 하기 위해 전력을 다 하고 있다"며 "현재 국민연금 수탁자책임전문위원회의 전문위원으로 활동하는 허희영 교수에게도 한진그룹과 연결지어 이해상충 및 공정성을 운운하는 것은 명백히 금도를 넘는 행태"라고 반박했다.

앞서 지난 23일 주주연합의 일원인 행동주의 사모펀드 KCGI는 "한진칼 주주총회에 투표권을 행사하는 정석인하학원 소속 허희영 항공대 교수가 국민연금 수탁위원으로서 의사결정에 참가하는 상황이 이해상충은 물론, 국민의 자금이 투여된 공공기금 운용의 공정성을 저해하는 심각한 우려가 있다"고 지적한 바 있다.

이어 한진그룹은 "주주연합이 에어버스 리베이트 의혹 등 관련 주장을 기정사실인 양 호도하고 있다. 특히 정리해고라는 압박카드로 임직원들을 통해 우호지분 유치에 열을 올린다는 주주연합의 발언은 명백한 거짓주장"이며 "외려 주주연합이 은연 중 구조조정을 하겠다는 의도를 밝히고 있다. 또한 제대로 된 근거 없이 똑같은 말만 반복하고 있는 '내로남불'식 대답은 이제 지겨운 수준"이라고 비판했다. /김수지 기자 sjkim2935@

LG전자, 레드닷 디자인어워드 19관왕

갤러리 디자인 '올레드TV' 최고상
TV·에어컨·세탁기 등 디자인 본상

LG전자가 레드닷 디자인어워드를 휩쓸었다.

LG전자는 최근 레드닷 디자인 어워드에서 최고상 등 19개를 수상했다고 24일 밝혔다.

'갤러리 디자인'을 적용한 2020년형 올레드 TV(모델명 65GX)가 최고상 영예를 안았다. 앞서 다른 시그니처 올레드 8K(모델명 77ZX)와 월페이퍼 디자인 LG 올레드 TV(모델명 65WX) 등 3종이 iF 디자인 어워드 2020에서 본상을 수상한 바 있다.

갤러리 디자인은 고객 라이프스타일과 TV 설치 공간까지 고려한 제품이다. 디스플레이와 구동부, 스피커 등 부품을 모두 내장해 외부 장치를 연결할 필요가 없고, 제품 전체를 벽에 밀착해 TV와 벽을 하나처럼 보여준다.

LG 올레드 TV 갤러리 디자인. /LG전자

LG올레드 TV는 2013년부터 8년 연속 레드닷 디자인 어워드를 수상하게 됐다. 최고상만 통산 6차례다. 롤러블 디자인과 월페이퍼 디자인, 패널 뒤에 강화유리를 적용한 픽처온 글래스 등이 최고상에 선정됐다.

올해에도 올레드 8K TV 등 3종과 LG 시그니처 에어컨, 세탁기와 건조기와 얼음정수기 냉장고 및 스타일러 등이 디자인 부문 본상을 수상하며 차별화된 디자인을 인정받았다. /김재웅 기자 juk@

병원 모바일 접수 '똑닥' 이용 2배 증가

서비스이용 진료 작년 13%서 올 25%

간편 병원 예약접수 서비스 '똑닥'을 운영하는 비브로스는 코로나19 확산에 따라 병원 방문자가 급감한 가운데 자사의 모바일 병원 접수 등 언택트(비대면) 서비스 이용 비율이 전년 같은 기간 대비 2배 가량 증가했다고 24일 밝혔다.

똑닥에 따르면 코로나19 위기 경보가 심각 단계로 격상된 2월 23일부터 한 달간 전국 똑닥 제휴 병원 1만2000여 곳의 진료 건수는 전년 대비 3분의2 수준으로 감소했다. 그러나 같은 기간 똑닥의 모바일 병원 접수 및 예약 서비스와 키오스크 이용 건수는 전체 진료 건수의 25%로 집계돼 전년 13% 대비 2배가량 증가한 것으로 나타났다.

사람들이 코로나19 2차 감염을 우려해 가급적 병원 방문을 피하고 있으나, 아이의 예방접종 등 병원에 꼭 방문해야 할 경우 언택트 서비스를 활용하는 것으로 똑닥은 분석했다.

똑닥의 언택트 서비스를 활용할 경우 진료 접수나 대기를 위해 병원에 머무는 시간을 최소화할 수 있다. 먼저 모바일 병원 접수 및 예약 서비스는 병원에 직접 방문하지 않고도 진료 접수나 예약, 진료 순서 확인이 가능한 서비스다.

본인의 진료 순서까지 병원 대기실에서 다른 환자들과 함께 대기할 필요가 없어 2차 감염의 위험을 줄여준다.

/구서윤 기자 yuni2514@