

코로나19가 바꾼 생활가전 소비 지형도

‘삼시세끼’ 집밥 관련제품 날고, 뷰티용품 죽었다

- 뜨는 제품**
- ✓ 식기건조·세척기
 - ✓ 노트북·태블릿
 - ✓ 닌텐도 등 게임

- 지는 제품**
- ✓ 드라이기 등 뷰티케어
 - ✓ 에어컨·공기정화기
 - ✓ 커피포트·토스터기

신종코로나바이러스감염증(코로나19) 때문에 바뀐 소비 패턴이 상반기 생활가전 시장에도 큰 변화를 몰고 왔다.

사회적거리두기인해 집에서 보내는 시간이 많아지고 무엇보다 위생에 대한 관심이 확산되면서 위생 및 주방가전, IT 기기 수요가 폭발적으로 증가한 반면, 뷰티케어와 계절가전 매출은 상대적으로 감소한 것으로 나타났다. 특히 가중된 가사 부담으로 지친 주부들을 돕는 상품이 소비가 몰렸다.

◆삼시세끼 집밥에 가사 부담 최소화

홈플러스가 지난 3~4월 가전 매출 분석 결과에 따르면, 식기건조·세척기 판매량은 전년 동기 대비 무려 36배나 신장했다. 가전 카테고리 내 매출순위도 작년 40위에서 올해 18위로 경종 뛰었다. 이는 재택근무가 늘고 외식은 줄면서 ‘삼시세끼 집밥’하는 가정이 늘자 설거지 부담을 최소화하기 위한 소비로 풀이된다.

이처럼 ‘홈룩’ 증가로 전기팬그릴, 가스·전기레인지 매출도 각각 28%, 3% 신장하며 매출순위가 2~3계단 올랐다. 물 사용량 증가로 냉온정수기 매출도 덩달아 35% 늘었다. 대용량 식재료를 쥬어두는 가정이 늘어 냉장고와 김치냉장고 소비도 각각 25%, 8%씩 증가했으며, 집안 청소가 잦아지자 핸드스틱청

소기 매출도 전년 대비 37% 늘며 매출 TOP10에 진입했다.

◆온라인 개학 PC·게임 기기 ↑

학생들의 온라인 개학 관련 제품 소비 증가는 더욱 두드러졌다.

노트북 매출은 전년 대비 40% 신장하며 6위에서 5위로 올라섰고, 태블릿 PC 등 IT 기기는 177%의 매출신장률을 기록하며 30위에서 16위로 뛰었다. 키보드·마우스 매출은 50% 신장하며 27위에서 17위로, AV기기 매출은 3% 늘며 17위에서 15위로 올랐다.

밖에 나가지 못하는 아이들 홈스쿨링이나 돌봄을 위한 게임 소비도 크게 늘었다. 닌텐도 등 게임 매출은 전년 대비 143% 신장하며 올해 처음으로 매출 10위권 내(7위)에 진입했으며, 컴퓨터 게임 매출도 16% 신장하며 매출순위가 33위에서 29위로 올라섰다.

◆외출 줄면서 뷰티 용품 소비 ↓

재택근무가 늘어난 직장인 관련 소비 동향도 이채롭다.

재택근무 효율성을 높여주는 프린터·복합기 매출은 전년 동기 대비 35% 신장하며 매출순위가 26위에서 21위로 올랐다. 반면, 외출과 대외 미팅 감소로 의모를 가꾸는 빈도가 줄자 뷰티케어 제품 매출순위가 작년 15위에서 올해 36위로



홈플러스 강서점에서 모델이 인기 생활가전을 선보이고 있다. /홈플러스

홀짝 밀려났으며, 헤어드라이기는 18위에서 23위, 면도기는 25위에서 27위로 하락했다. 바쁜 출근길 간단한 아침식사를 돕던 커피메이커·토스터기(31위→33위), 전기포트(24→26위), 믹서기(21위→22위) 소비도 감소 추세를 보였다.

코로나19로 숨쉬기 편해진 환경을 받지 못했던 상품도 있다.

에어컨, 공기정화기 등 계절가전은 사회적거리두기 이후 청명해진 대기질과 더불어 쌀쌀한 봄 날씨 탓에 순위가 소폭 하락했다. 하지만 기온이 상승하

고 시민들이동이 많아진 5월 첫 주에는 선풍기와 에어컨 매출이 전년 대비 각각 185%, 24% 늘기도 했다. 올 여름은 평년보다 무더울 것이라는 기상청 예보를 감안하면 수요는 점차 회복될 것으로 전망된다.

이와 관련해 홈플러스는 27일까지 전국 점포 및 온라인몰에서 가전 기획전 을 열고 고객 수요가 증가한 주요 가전을 저렴하게 판다. 여름을 준비하는 고객을 위해 계절가전도 대폭 할인한다.

에어컨은 으뜸효율 제품 구매 시 10% 환급, 200만원 이상 결제 시 10개월 무이자 할부, 행사카드(신한/삼성카드/마이홈플러스신한/홈플러스삼성카드) 결제 시 최대 10% 캐시백 혜택을 주고, 200만원/300만원 이상 구매 시 5만원/10만원 상당의 상품권도 증정한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

서비스 제공자-고객 소통 빅데이터·AI로 한계 극복

》1면 ‘생활 곳곳서 언택트화’서 계속

비대면 비즈니스관련 제도 정비 필요

실제로 이같은 분야에서 빠르게 사업화를 시도하려는 움직임들도 눈에 띈다.

중소벤처기업부가 총 55곳을 선정하기 위해 지난 11일까지 접수한 ‘아기유니콘 육성사업·에비유니콘 특별보증’에 총 320개 스타트업, 벤처기업, 중소기업 등이 몰린 가운데 신청기업의 63.8%가 원격의료, 온라인 교육, 원격근무, 온라인 소비재 제조 판매, 드론, 빅데이터 등 비대면 분야 비즈니스를 지향하는 곳들이었다.

산업연구원 박정수 선임연구원은 “고객의 행태를 파악하게하는 빅데이터와 AI 활용은 서비스 제공자와 고객 간의 소통이 부족한 상황에서 나타날 수 있는 비대면 비즈니스 모델의 약점을 해소하고, 가상현실(AR)·증강현실(VR)·홀로그램 등은 오프라인에서와 같은 현장감이나 현실감을 느끼지 못하는 비대면 서비스의 한계를 보완할 수 있다”면서 “이에 따라 비대면 비즈니스 모델에 적용 가능한 기술 개발과 활용, 화

산을 유인할 수 있는 서비스 연구개발(R&D)을 체계적으로 지원하고 관련 법·제도 정비, 규제 개혁도 적극 추진해야 한다”고 강조했다.

아울러 이 과정에서 늘어나는 플랫폼 근로자에 대한 고용 여건 개선, 직무 교육 등과 같은 사회안전망 확충 등 시장에 참여하는 경제주체들이 상생할 수 있는 방안도 마련해야 한다고 덧붙였다.

이런 가운데 여당인 더불어민주당은 이같은 트렌드에 발맞춰 지난 13일 국회에서 이원욱·김병욱 의원 주축로 ‘포스트코로나 언택트산업 전략지원’ 토론회를 열어 관련 산업 지원을 위한 방안을 모색하기도 했다.

트렌드 분석가인 김용섭 ‘날카로운 상상력연구소’ 소장은 자신의 저서 ‘Uncontact’에서 “언택트는 우리의 소비 방식만 바꾸는 게 아니라 유통 산업을 비롯해 기업들의 일하는 방식도, 종교와 정치, 연애도, 우리의 의식주와 사회적 관계, 공동체까지 바꾸고 있다”면서 “언택트는 사람에게 사람이 필요없어지는 것이 아니라 우리가 가진 연결과 접촉의 방식이 바뀌는 것일 뿐, 두려워할 것은 없다”고 조언했다. /김승호 기자 bada@

KB금융그룹

국민의 평생 금융파트너

세상을 바꾸는 금융

통신 혜택과 카드 혜택의 만남!

KB국민 Liiv M카드

LiivM 통신요금 자동이체하면 최대 1만 5천원 청구할인

LiivM 통신료 자동이체 할인 서비스

전월 이용 실적	1구간(50만원 이상)	2구간(100만원 이상)
할인 금액	10,000원	15,000원

*회원별/이용상품별 정상이율 +3%p, 최고 연 24% *연계발생 시점에 정상이자율이 없는 경우 다음과 같이 적용함. 일시불 거래 연체시: 거래발생시점의 최소기간(2개월), 유이자할부 수수료를 적용 *무이자할부 거래 연체시: 거래발생시점의 동일할부비율기간의 유이자할부 수수료를 적용 *신용카드 남용은 가계 경제에 위협이 됩니다. *여신금융상품 이용 시 구하의 신용등급이 하락할 수 있습니다. *연회비: 국내, 해외경용 2만원 *전월 실적구간에 따라 차등 적용, 할인 및 개별 서비스 한도가 적용됩니다. *카드 신청 시 전월 이용실적, 할인한도 등 세부사항은 KB국민카드 홈페이지(www.kbcard.com), 상품설명서, 약관을 참조해주시기 바랍니다. *여신금융협회 심의필 제 2020-C2b-02111호 (2020.03.13~2021.03.12)

KB국민카드