

여름 장마철 보일러 안전관리 요령은? “보일러 연통 수시로 확인해야”

전국이 장마권에 본격적으로 접어들면서 자칫 방치해놓기 쉬운 보일러 관리의 중요성이 더욱 부각되고 있다.

특히 장마철에 보일러 관리에 소홀할 경우 누수 등으로 안전사고가 발생할 수 있어 세심하게 살펴야 한다. 게다가 여름철에도 온수를 사용하기 위해 보일러를 트는 경우도 많은 가운데 집안의 습기 제거를 위해 가끔씩 보일러를 작동하는 것도 중요하다.

25일 보일러회사인 경동나비엔, 귀뚜라미로부터 안전하고 슬기로운 여름철 보일러 관리법을 들어왔다.

우선 전문가들은 여름철에도 보일러를 1~2주에 한 차례씩 1시간 정도 작동시켜줄 것을 조언하고 있다. 실내 습기 제거와 곰팡이 번식을 막기 위해서다.

다만, 이때 밀폐된 공간에서 보일러를 켜면 실내 온도가 높아져 곰팡이 번식을 재촉할 수 있기 때문에 창문을 열고 환기를 한 상태에서 보일러를 작동



경동나비엔 직원이 고객과 보일러를 상담하고 있다.

/경동나비엔

시켜야 한다.

난방을 사용하지 않아도 보일러 전원플러그는 평소에도 그대로 꽂아두는 것이 좋다.

보일러에는 순환펌프와 송풍기 등 내부 회전 부품이 24시간 이상 작동하지 않을 경우 균열 현상을 막기 위해 30초간 자동으로 작동하는 ‘고착 방지’ 기능이 있는데 플러그를 뽑으면 이 기능이 작동하지 않기 때문이다. 플러그를 빼놓으면 보일러 수명이 줄고, 잔고장도 많이 발생할 수 있다.

하지만 낙뢰가 칠 때는 전원플러그를 반드시 빼서 낙뢰로부터 보호해야 한다. 자칫 낙뢰로 인해 보일러 전기 회로판에 이상이 생길 수 있다.

보일러에 빗물이 유입된 경우에도 즉시 전원을 차단하고, 반드시 서비스를 받아 안전사고를 사전에 방지해야 한다. 특히 보일러가 침수됐을 경우 가정에서 작동 여부를 확인하기 위해 전원을 넣는 것은 매우 위험하다.

보일러의 일산화탄소를 밖으로 내보내는 역할을 하는 배기통은 반드시 주기적으로 확인해야 한다. 자칫 일산

화탄소 중독으로 인해 인명 사고까지 발생할 수 있기 때문이다.

경동나비엔 관계자는 “장마철 폭우로 보일러 연통을 통해 빗물이 보일러 안으로 역류하는 현상이 발생하면 부품이 부식될 가능성이 크다”면서 “특히 연통이 손상된 경우 연소 폐가스의 배출 불량으로 인해 일산화탄소 중독 등의 사고가 발생할 수 있으므로 연통의 이탈, 파손 여부 등을 주기적으로 확인해야 한다”고 조언했다.

이런 가운데 오는 8월5일부터는 가스보일러를 교체하거나 새로 설치할 때는 일산화탄소 경보기를 의무적으로 설치해야 한다.

귀뚜라미 관계자는 “보일러를 오랫동안 안전하게 사용하기 위해선 특히 여름 장마철에 잘 관리해야 한다”면서 “특히 6월부터 10월 사이엔 장마나 폭우, 강풍, 태풍 등이 잦기 때문에 사고 예방에 세심하게 주의를 기울이고, 경우에 따라선 보일러 회사 고객센터 센터로 연락해 점검을 받으시길 바란다”고 전했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

경동나비엔의 보일러 관리팁

- 습기·곰팡이 등 제거 위해 1~2주에 한 번 1시간씩 작동
- 사용 안해도 전원 꽂아놓고 낙뢰시엔 플러그 뽑아놔야
- 빗물 유입땀 즉시 전원차단
- 연통 이탈·파손 꼼꼼히 확인

이른 장마에 습기 대비... 제습기 판매 ‘불티’

전자랜드, 제습기 판매량 149% ↑
의류관리기·건조기 수요도 늘어

이른 장마에 습기 관련 가전제품을 구매하는 소비자가 늘고 있다.

전자랜드는 이른 장마 예고에 지난 6월1일부터 22일까지의 제습기 판매량이 전년 동기대비 149% 증가했다고 25일 밝혔다.

같은 기간 전자랜드의 의류관리기 판매량은 전년 동기대비 11%, 건조기는 3% 판매 성장을 기록한 것으로 나타났다.

제습기, 의류관리기, 건조기는 습기가 많은 장마철 인기가 높은 가전들이다. 전자랜드는 장마 기간이 짧았던 작년과 달리 올해는 이르게 시작해 한달 동안 이어지는 장마와 폭염 예고로 습기 관련 가전의 구매가 증가한 것으로 분석했다.

또한 코로나19로 집에 머무는 시간이 많아지면서, 실내 환경을 쾌적하게 만들어주고 가사 노동 시간을 줄여주는 가전이 인기를 끌고 있는 것도 해당



전자랜드에서 고객이 제습기를 살펴보고 있다.

/전자랜드

가전 판매 증가의 이유 중 하나로 꼽힌다.

전자랜드 관계자는 “장마를 앞두고 습기를 관리할 수 있는 가전에 대한 수요가 늘고 있다”며 “고객들의 니즈에 맞춰 관련 제품 할인 혜택을 준비했으니, 전자랜드에서 합리적인 가격에 만나보시길 바란다”고 말했다.

한편, 전자랜드는 오는 30일까지 온라인 쇼핑몰에서 ‘가장 슬기로운 여름

생활’ 프로모션을 진행한다.

전자랜드는 행사 기간 에어컨, 건조기, 제습기, 서큘레이터 등 여름 관련 가전을 최대 51%까지 할인 판매한다.

또한 100만원 이상 결제 고객에게는 5만원 할인 쿠폰을 제공한다. 자세한 내용은 전자랜드 공식 온라인 쇼핑몰을 통해 확인할 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@

CU “여름 면역력 오리 ‘덕’ 보세요”

삼각김밥·도시락·덮밥 등
오리 활용 보양 간편식 선봬

올 여름 무더위와 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 극복을 위해 오리 가편의점 대표 보양식으로 나선다.

CU가 간편한 몸보신을 원하는 1인 가구들을 겨냥해 ‘덕분에(愛) 정식’ 도시락(사진), ‘오리덕분이삼’ 삼각김밥 등 다양한 오리 보양식을 이달 25일부터 출시한다.

덕분에(愛) 정식 도시락은 고객의 입맛에 따라 몸에 좋은 오리고기를 더욱 다채롭게 즐길 수 있는 프리미엄 도시락이다. 기름기를 빼 부드럽고 담백한 훈제오리와 특제 고추장 소스에 재운 매콤한 오리주물럭을 하나로 구성했다.

반찬은 두 오리고기와 맛의 조화를 고려해 짭조름한 새송이 마늘쫑 볶음과 새콤한 도토리묵 무침을 넣었고 구수한 향에 고슬고슬한 식감의 찹보리밥을 넉넉하게 담아 집밥처럼 든든한 보양식 느낌을 살렸다.

‘오리덕분이삼’ 삼각김밥은 잘게 썬



오리고기를 알싸한 홀그레인 머스타드 소스와 함께 버무려 데리야끼 볶음밥 속을 꽉 채운 제품이다.

오리고기에는 비타민 A, B와 레시틴, 필수아미노산 등 항산화 및 노화예방 효과에 뛰어난 성분들이 다량 함유돼 있으며 혈관 건강에 좋은 불포화지방산이 들어 있어 면역력 향상에도 도움을 주는 것으로 알려져 있다.

CU는 상품명에 최근 많은 사람들이 동참하고 있는 ‘덕분에 헬린지’와 오리의 영어 발음 Duck을 중의적으로 표현한 ‘덕분’이라는 단어를 사용해 코로나19 극복을 위해 헌신하고 있는 의료진들에 대한 감사한 마음을 담았다.

CU에서 매달 선보이고 있는 ‘신상 출시 펀스토랑’의 이번 달 신제품도 오리고기를 메인 식재료로 사용했다.

/신원선 기자

코카콜라 “올 여름도 박보검과 짜릿하게”

여름 TV광고 촬영현장 공개

코카-콜라의 2020 여름 캠페인 광고 촬영 현장이 25일 공개됐다.

해당 광고에서는 배우 박보검이 절친들과 썸머 트립을 간 현장이 포착됐다. 이어지는 무더위 속 여름 휴가가 간절할 요즘, 박보검은 집 마당에 텐트를 치고 홈 캠핑을 즐기는가 하면, 소풍, 영화 감상까지 요즘 시대를 반영한 여름나기를 선보인다.

코카-콜라 현장에는 특별한 휴가지에 온 듯 친구들과 유쾌한 여름을 보내는 박보검의 모습이 포착됐다.

코카-콜라의 올해 여름 TV 광고는 이전과 다른 ‘뉴노멀’ 시대에 맞이하는 새 여름도 코카-콜라와 함께 짜릿한 순간으로 즐기자는 콘셉트로 진행됐다. 공개된 비하인드 화보 속 박보검은 집



코카콜라 썸머 이벤트 중 하나인 TV광고에 박보검 출연.

/코카콜라

앞에서 시원한 코카콜라로 소풍과 캠핑을 즐기고, 그릴에서 맛있게 구운 바비큐로 분위기를 돋운다. 그리고 여름밤 탁 트인 마당에서 영화 한 편을 함께 감상하는 등 추억으로 가득 채운 썸머 트립을 마무리한다. 박보검이 달라진 여름 일상을 채우는 순간들을 담은 TV 광고는 7월 초 공개될 예정이다.

/원은미 수습기자

신세계TV쇼핑, 라이브로 미술작품 판매

‘오싹 라이브’서 작품 설명·판매

신세계TV쇼핑이 오는 26일 오전 8시 30분 모바일 생방송 ‘오싹 라이브’를 통해 작가 박선민(VIVIEN PARK)의 미술작품 판매 방송을 선보인다.

박선민 작가는 알록달록한 빛깔의 붓을 통해 인간의 욕망이라는 주제를 표현해내 주목받은 신예 아티스트다. 당일 방송은 작품이 전시된 갤러리 현장에서 라이브로 진행되며 박선민 작가의 대표작 러브 빈(luv bean) 시리즈를 포함한 다양한 작품을 감상할 수 있다.

이에 더해 인기 프로그램 ‘하트 시그널3’에 소개돼 주목받은 해피독(Happy Dog), 블루(Blue) 등의 작품을 집중 소개하고, 보증서와 작가의 친필 사인이 포함된 한정판 프린팅 작품도 판매한다.

방송은 신세계TV쇼핑 앱과 SSG.COM 홈페이지를 통해 시청 가능하다.

이번 프로그램은 코로나19로 인해 미술관 등의 휴관이 이어지고, 온라인 전시가 하나의 트렌드로 자리잡음에 따라 인택트로 향유할 수 있는 문화 상품에 대한 판매를 강화하기 위해 기획했다.

방송은 마치 갤러리에 직접 온 듯, 현장을 라이브로 생생하게 소개하고 작가가 직접 출연해 자신의 작품을 소개하고 이야기를 나누는 형식으로 진행된다.

채팅창을 통해 고객과 실시간으로 소통하며 작품을 설명하기 때문에 작품에 대한 심도 있는 설명과 진밀한 소통의 시간이 될 것으로 기대된다. 당일, 댓글 추첨을 통해 15만 원 상당의 ‘러브 빈’ 미니 액자를 증정하는 특별 프로모션도 진행할 예정이다.

/신원선 기자