

북극발 한파에冬장군도 '꽂꽂'... 난방가전·방한용품 불티

전자랜드, 전열기 매출 411% ↑
온풍기 265%, 난로 253% 급증
24일까지 '겨울나기템 특별전'

이커머스 업계, 관련매출 급증세
귀마개 1만3117%, 장갑 462% 등

올해 초 북극발 한파와 폭설이 몰아치면서 난방가전 판매량이 급증한 것으로 나타났다. 난방가전 외에 보조 난방용품 판매량도 함께 늘었다.

전자랜드가 지난 1월 1일부터 10일까지 난방가전 판매량을 분석한 결과, 전년 동기대비 전열기는 411%, 온풍기는 265%, 난로는 253%, 전기장판(전기·온수매트)은 60% 판매 성장했다.

난방가전은 매년 판매의 등락이 크지 않지만, 올해는 날씨가 적극적인 마케팅



고객이 전자랜드에서 난방기기를 살펴보고있다.

/전자랜드

팅을 했다고 할 수 있을 정도로 판매량이 급증했다. 여기에 코로나19로 집에 있는 시간이 길어진 것도 난방가전 판매량에 영향을 미친 것으로 분석했다.

전자랜드는 오는 1월 24일까지 공식 온라인 쇼핑몰에서 '겨울나기템 특별전'을 진행한다. 이 기간 전자랜드는 고객들에게 인기가 높은 전기요, 전열기

기, 온풍기, 가습기 등 대표 겨울 가전의 인기 모델을 최대 52%까지 할인 판매한다.

집안 난방 효율을 높이는 보조 난방용품 판매도 작년 동기 대비 평균 2배 이상 증가했다.

이베이코리아가 운영하는 옥션에 따르면 1~13일 발난로와 손난로는 각각 400%, 300% 판매량이 늘었다.

타임커머스 티몬에서는 1~12일 단열시트·문풍지 등의 단열용품이 198%, 난방텐트는 151% 상승한 것으로 나타났다. 겨울철 필수품인 담요(518%), 핫팩(178%), 발열내의도 200%가 넘는 높은 증가세를 보였다.

특히 흡웨어의 신장율이 눈에 띄게 증가한 것으로 조사됐다. 패딩 등 아우터의 증가세는 예년 수준을 다소 웃도는 수준인 것에 비해, 코로나19로 사회

적 거리두기가 강화되며 실내 생활에 적합한 잠옷, 실내복 등의 흡웨어 매출이 급증한 것이다. 남성용 흡웨어 323%, 여성용 109%, 유아동이 259% 올랐고, 수면잠옷도 82% 상승했다.

방한용품 수요도 폭증했다. 지난해 대비 귀마개 매출이 1만3117% 급증했고, 장갑(462%), 넥워머(249%) 등의 판매량도 높아졌다. 연이은 폭설로 스노우체인(1860%), 성에·김서림방지용품(295%)을 포함한 자동차 동계용품도 판매가 크게 늘었다.

업계 관계자는 "비교적 포근했던 작년과 달리 북극발 한파가 올 겨울을 강타하고 있다"며 "영하 10도 전후의 강추위가 주기적으로 찾아올 것으로 예상되기 때문에 당분간 난방가전 판매량이 꾸준히 증가할 것으로 예상된다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

이마트 "올 설, 지인에 건강식품 선물해요" CU, 모든 PB상품에 재활용등급 표기

설 사전예약 선물세트 57종 마련
50% 할인, 1+1 등 프로모션 진행

코로나19로 인해 건강식품이 선풍적인 인기를 끌고 있다. 지난 추석에는 '건강식품 선물세트'가 5년 넘게 선물세트 매출 2위를 유지해 온 '조미료 선물세트' 마저 넘어섰다.

이 같은 추세를 반영해 이마트는 이번 설 사전예약 기간 동안 총 57종의 건강식품 선물세트를 선보인다고 14일 밝혔다. 지난 설 사전예약 기간 동안 운영했던 14종보다 4배 이상 늘었다.

건강식품 선물세트 구매 혜택도 대폭 확대했다. 이마트는 '휴럽 매일습관 나이트킵킨/모닝사과' 제품을 행사카드로 구매 시 50% 할인된 가격에 판매하는 초저가 세트를 기획했으며, '녹십자 웰빙 진액세트' 5종과 '동원 천지인 세트' 3종은 '1+1 프로모션'을 진행한다.

이밖에 고객 선호도가 높은 홍삼, 산삼배양액 등 주요 상품들의 경우 기획물량을 최대 2배까지 늘렸으며, 지난 추석 처음 선보인 '몸엔용 녹용세트 4종' 등 신규 상품 운영을 확대했다.

이마트가 건강식품 선물세트 판매 확대에 나선 이유는 코로나 장기화로 인



건강식품 선물세트.

/이마트

해 건강에 대한 관심이 높아지며 건강식품 수요가 급증하고 있기 때문이다.

실제 코로나 확산이 시작된 작년 3월부터 12월까지 건강식품 매출은 2019년 같은 기간 대비 23% 증가했다.

이마트가 연도별 설, 추석세트 매출 순위를 분석한 결과 지난 2015년 설 명절부터 통조림, 조미료가 선물세트 매출 부동의 1, 2위를 차지해왔다. 하지만 지난 2020년 추석에는 코로나로 인해 건강식품 수요가 10.2% 급증하며 처음으로 건강식품 선물세트가 조미료 선물세트를 넘어섰다. 현재 진행 중인 설 선물세트 사전예약에서도 건강식품 선물세트 신장세가 돋보이고 있다.

지난 12월 24일부터 1월 12일까지(사전예약 기간 12월24일~1월31일) 이마트 사전예약 매출 분석 결과 건강식품 선물세트 매출이 전년 대비 374.4% 신장하며 4배 이상 늘었다.

한편 이마트는 코로나로 인해 지난 추석 처음 선보이며 화제를 모았던 '건강선물세트'도 물량을 늘려 판매 확대에 나선다.

이마트는 작년 추석 코로나 확산 방지를 위해 마스크, 손소독제 등으로 구성된 '위생 선물세트'를 처음으로 기획했으며, 올해 설에는 지난 추석 판매량 1만개 대비 3배 물량인 3만개를 기획, 판매에 나선다. /신원선 기자

친환경소비 앞장... 업계 첫 추진

CU가 업계 최초로 모든 PB 상품에 재활용 등급 표기를 추진하면서 친환경 소비 촉진에 앞장선다.

제조 및 유통을 맡고 있는 PB상품에 대해서는 생산 시점부터 폐기물 처리와 관련된 정보제공 의무를 적극 이행해 환경보호를 돕겠다는 취지다.

이는 정부가 시행하고 있는 생산자책임재활용제도(EPR)와 연계된 조치이다. 환경부는 지난 2019년 '포장재재질·구조 개선 등에 관한 기준'을 개정해 포장재에 대한 등급 평가 기준(재활용 최우수, 우수, 보통, 어려움)을 마련한 바 있다.

CU도 지난해 외부 전문가와 연계해 판매중인 모든 PB상품에 대해 정부 기준에 따라 포장재 등급 평가를 완료했다. 그 결과, 전체 PB 상품 중 86%의

상품이 재활용 우수 등급을 받았고, 9%가 보통, 나머지 5%가량이 재활용 어려움 등급을 받았다.

현행 재활용 보통 이상 등급의 포장재로 만들어진 상품의 경우 등급 표기 의무사항이 아니지만 CU는 소비자들의 알권리를 보장하고 재활용 활성화를 위해 전 PB 상품에 등급 표기를 진행하기로 했다.

일부 재활용 어려움 등급의 상품에 대해서는 제조사와 협의해 포장 재질 변경을 추진하고 제품 특성상 포장 변경이 불가한 경우에는 해당 상품들의 단계적인 퇴출까지 검토할 방침이다.

CU는 1분기 내 등급 표시를 진행하고 한국환경공단, 한국포장재재활용사업공제조합과 공조해 연내 전체 PB 상품의 등급 표시를 100% 적용할 계획이다. /신원선 기자

해양생태계 보호인증 '동원 참치회 선물세트'

동원산업, 총 28종 구성

동원산업이 미래 세대를 위한 지속가능한 수산업을 위해 해양관리협의회(MSC)의 '해양생태계 보호인증' 참치를 담은 '동원 참치회 선물세트'를 출시했다고 14일 밝혔다.

동원산업은 국내 수산기업 최초로 참치를 조업하는 선망어업과 연승어업에 대한 MSC 인증을 획득했다. MSC는 지속가능수산물 분야에서 가장 권위 있는 글로벌 비영리기구로, 해양생태계와 어

종 보호 등 조업 과정 전반의 30여 가지 요소를 평가해 MSC 인증을 부여한다.

동원산업 선물세트는 총 28종으로 ▲참치회 선물세트 10종 ▲참치·연어 혼합 선물세트 1종 ▲연어 선물세트 4종 ▲신선 수산물 선물세트 13종으로 구성됐다.

동원산업은 MSC 인증 참치로만 구성된 '동원 참치회 에코라벨 세트' '동원 참치회 시그니처 세트' '동원 참치회 정성 세트' 등 3종을 선보인다. MSC 인증 참치는 국내 최대 수산기업 동원산업이 직접 어획하고 영하 60℃에서 급속 동결해



동원 참치회 선물세트.

/동원그룹

더욱 신선하며, 가공부터 유통까지 직접 관리해 믿고 먹을 수 있다. 동원산업 설 선물세트는 현대백화점, 할인점(메가마트, 트레이더스)을 비롯해 동원몰, 11번가 등 각종 온라인몰에서 구매할 수 있다. /조효정 기자 princess@

이마트24, 거스름돈 계좌입금 서비스

한은과 MOU... 1만원 미만 입금

편의점 이마트24에서 현금결제 후 남은 거스름돈을 현금IC카드 또는 모바일 현금카드 통해 입금 받게 된다.

이마트24는 전국 매장에서 거스름돈 계좌입금 서비스를 시행한다고 14일 밝혔다. 이마트24는 지난 4월 말 한국은행 본부에서 '거스름돈 계좌입금서비스 활성화'를 위한 업무협약(MOU)을 체결했다.

이번 거스름돈 계좌입금서비스는 한국은행의 교통카드 등 선불전자지급수단을 통한 1단계 적립서비스(동전없는 사회 시범사업)에 이은 2단계에 해당한다.

기존에는 이마트24에서 1000원 미만의 잔돈 발생 시 교통카드 또는 SSG페이(쓱페이) 앱을 통해 거스름돈 만큼의 충전(적립)이 가능했다면 거스름돈 계좌입금서비스가 본격적으로 도입됨에 따라 1만원 미만의 거스름돈을 본인의 계좌로 직접 입금받을 수 있게 됐다.

현금 IC카드의 경우 거스름돈 발생 시 매장 직원에게 직접 실물 카드를 건네면 되며, 모바일 현금카드는 모바일 앱 '모바일 현금카드'의 '잔돈적립'을 눌러 생성된 QR코드 또는 바코드를 통해 거스름돈 입금이 가능하다.

'모바일 현금카드'는 애플 앱스토어, 구글플레이스토어에서 '모바일 현금카드'를 내려받은 뒤 본인 인증을 거쳐 은행 계좌를 등록하면 만들 수 있다. 14일 기준 농협, SC, 우리, 신한, 기업, 국민, 수협, 전북, 대구, 경남, 부산, 제주, 광주, 농축협 등 15개 기관에서 발급한 계좌를 사용하는 고객이라면 거스름돈 계좌입금 서비스 이용이 가능하다.

한편, 결제 수단이 다양해지며 편의점에서 현금 결제 비중은 점점 낮아지는 추세다. 이마트24가 최근 3년간 결제 수단별 매출을 분석한 결과, 현금 결제 비중은 2018년 12월 33.7%, 2019년 12월 30.7%, 2020년 12월 21.5%로 나타났다. /신원선 기자