

# “15조 대목 잡아라”... 유통가, ‘연중 최대 행사’ 커밍순

11월, 대규모 쇼핑행사 자리매김  
온라인 거래액 연평균 20% 올라

네이버·롯데쇼핑, 행사 조기개시  
11번가·이베이코리아, 준비 만전  
물류대란에 해외상품 배송 ‘근심’

미국 블랙프라이데이(11월 26일), 중국 광군제(11월 11일) 등 연말 쇼핑 대목을 앞두고 국내 유통가도 대대적인 할인 행사를 연다.

통계청 자료에 따르면 지난해 11월 온라인 쇼핑 거래액은 약 15조631억원으로 전년도 동월 12조7576억원에 비해 26.3% 상승했다. 11월 온라인 쇼핑 거래액은 매년 평균 20%가량 상승 중으로 다른 달이 매년 11~18%가량 거래액이 상승하는 데 비해 높은 상승률이다. 통계청은 이런 원인으로 매년 블랙프라이데이와 광군제의 영향을 받은 국내 유통가의 대대적인 할인행사가 이때 진행되는 것을 꼽고 있다.



유통업계는 미국 블랙프라이데이와 중국 광군제 등 쇼핑 대목이 우리나라에도 큰 영향을 미치며 매년 10~11월이면 온·오프라인 할 것 없이 대대적인 할인행사를 열고 있다. 세일기간에 북적이는 명동거리 모습. /뉴시스

11월이 쇼핑 대목으로 자리 잡으면서 유통가는 발 빠르게 할인행사를 준비 중이다. 이미 할인전을 시작한 곳도 있다. 17일 업계에 따르면 네이버는 24일까지 ‘네이버쇼핑 페스타’를 열고 1200개 브랜드와 셀러가 참여하는 대대적인 할인전을 벌이고 있다. 최대 할인율은

90%에 달하며 네이버 페이를 이용하면 최대 12% 적립 혜택도 준다.

롯데쇼핑은 18일부터 27일까지 ‘롯데온세상’ 행사를 진행해 롯데백화점, 마트, 호텔, 놀이공원 등 계열사에서 최대 20% 할인받을 수 있는 쿠폰을 제공한다. 롯데쇼핑은 셀러들의 행사 참여

를 격려하고자 할인 쿠폰 비용 50% 등을 지원했다.

신세계 그룹은 30일부터 31일 이틀간 ‘쓱데이’를 진행한다. 이번 쓱데이는 신세계 계열사끼리 경쟁해 더 큰 혜택을 준다는 콘셉트로 진행되는데, 온라인 플랫폼 외 이마트 등 오프라인 유통 계열사까지 전부 참여해 최대 70%까지 할인한다. 할인 품목도 대폭 늘어 온라인의 경우 50%까지 확대했다.

11번가는 매년 11월 1일부터 11일까지 진행되는 ‘십일절’ 행사 준비에 여념이 없다. 매달 11일에도 십일절 할인을 진행하지만 11월의 십일절은 여느 달보다 훨씬 높은 할인율과 많은 품목을 자랑한다. 올해는 80여 개 브랜드가 할인 행사를 진행할 예정이다. 8월 아마존과 협업해 연 ‘아마존 글로벌 스토어’도 행사에 참여한다.

이베이코리아는 11월 1일부터 12일까지 G마켓과 옥션에서 ‘빅스마일데이’를 열 계획이다. 빅스마일데이는 이베이코리아가 매년 진행하는 연중 최대

규모 행사다.

유통업계는 최대 규모의 할인전을 준비하며 기대가 크지만, 시름도 깊다. 코로나 사태 후 선박과 항만 노동자 부족으로 일어난 ‘물류대란’이 아직 해결되지 않은 탓이다. 베스트바이, 아마존 등 해외 유통업체들은 물류대란을 피하고자 10월 초부터 ‘얼리 블랙프라이데이’ 행사를 진행 중이기도 하다. 11번가와 함께 블랙프라이데이 행사를 벌일 예정인 아마존은 국내 직구족을 위해 항공기를 통한 운반까지 준비했다.

그러나 미국 내 상품이 부족하면 별다른 도리가 없다. 유통업계 관계자는 “국내 생산 상품들은 큰 문제가 없겠지만 원자재 등을 수입하는 일부 상품이나 해외 기업 상품은 물류대란을 피하기 어려울 것”이라며 “그러나 물량 확보에 특별히 신경 쓰고 있고 해외에서도 물류대란을 의식해 할인전을 시일을 조정 중인 상황이기 때문에 잘 될지 안 될지를 속단하기는 어렵다”고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 벌써 한파... 신세계백 “아우터 장만하세요”

아우터 수요 급증에 할인전 기획  
팝업스토어 열고 최대 70% 할인  
SSG닷컴에선 아웃도어 특집전

신세계 백화점이 인기 아웃도어 행사, 프리미엄 패딩 팝업 매장 등 겨울 대비 아우터 판매전에 나선다고 17일 밝혔다.

지난주 서울 기준 기온이 5도 이하로 떨어지면서 아우터 수요가 부쩍 늘었다. 신세계백화점이 매출 신장률을 살펴본 결과, 여성 모피의 경우 23.0%라는 높은 신장률을 기록했으며 노비스 등 프리미엄 패딩 팝업 매장의 매출 역시 계획 대비 40% 이상 달성한 것으로 확인됐다. 지난 10월 초까지 늦더위가

이어지며 가을·겨울 신상품 판매가 부진했으나 기온이 급격히 강하한 지난 10일부터 매출이 대폭 올랐다.

아우터 상품 수요가 늘면서 신세계백화점은 다양한 행사를 기획했다.

먼저 프리미엄 아우터 브랜드 팝업 매장을 잇달아 선보인다. 강남점은 캐나다 프리미엄 패딩 ‘카눅’의 팝업스토어를 준비했다. 캐나다 현지에서 100% 수작업 생산해 선보이는 프리미엄 패딩 브랜드로 올 연말까지 7층에서 만날 수 있다.

본점과 강남점, 센텀시티점, 대전 신세계 아트& 사이언스에서는 노비스, 머레이알란 등 다양한 프리미엄 패딩의 팝업 스토어도 마련했다.

스포츠·아웃도어 브랜드의 이색 팝업과 아우터 할인 행사도 있다.

대전 신세계 아트&사이언스에서는 라이프 스타일 브랜드 디스커버리 ‘트레블러 팝업’을 진행한다. 이번 팝업은 이월 상품 최대 50% 할인 혜택도 있다. 이어 광주신세계는 ‘블랙야크&네프그립전(15일~21일)’, ‘컬럼비아&아이더 연합전(22일~28일)’을 연이어 준비했다. 최대 70% 할인 혜택을 받을 수 있다.

SSG닷컴에서도 기획전을 마련했다. 18일부터 24일까지 SSG닷컴 내 신세계몰에서는 K2, 밀레, 컬럼비아 등 인기 아웃도어 장르의 아우터 특집전이 열린다.

/김서현 기자



삼겹살 수요가 세분화 되면서 일반 삼겹살의 3배 두께를 자랑하는 두툼삼겹살과 반대로 아주 얇게 썬 대패삼겹살이 동시에 인기를 얻고 있다.

## 얇거나 두껍거나... 삼겹살 두께 ‘양극화’

이마트, 두툼삼겹살 매출 64% 증가  
지방 적은 슬림삼겹살·대패 큰 호응

삼겹살 수요가 다양해지면서 두께 양극화 현상도 일어나고 있다.

이마트는 20일까지 일반 삼겹살의 3배 두께인 ‘두툼삼겹살’을 20% 할인된 가격에 판매한다고 밝혔다. 두꺼운 삼겹살에 대한 폭발적인 수요에 힘입은 결과다.

이마트는 지난해 3월 에어프라이어가 대중화되자 두툼삼겹살을 출시했다. 이마트에서 판매하는 일반 삼겹살이 8mm인 반면 두툼삼겹살은 25mm에 달하는 두께다.

이마트가 올 들어 3월부터 9월까지

실적을 분석한 결과, 두툼삼겹살 매출이 전년 동기 대비 63.8% 증가한 것으로 나타났다. 이는 같은 기간 삼겹살 전체 매출신장률 15.3%를 크게 상회하는 수치다.

얇은 삼겹살도 함께 인기다. 2mm 내외 얇은 두께로 자른 ‘대패삼겹살’과 지방 함량을 대폭 낮춘 슬림 삼겹살도 큰 호응을 얻고 있다. 올 1월부터 9월까지 이마트 대패삼겹살매출은 전년 동기 대비 94.5%의 큰 폭으로 증가했다.

삼겹살에 대한 고객들의 수요가 세분화된 결과다. 통삼겹살, 무항생제 삼겹살 등 삼겹살 전체 매출에서 특화 삼겹살들이 차지하는 비율도 36.1%까지 올랐다.

/김서현 기자

세븐일레븐-청년농업인 맞손  
‘허니 복숭아 에이드’ 선보여

세븐일레븐이 우수 청년농업인과 손잡고 ‘세븐셀렉트 허니복숭아에이드’를 출시했다고 17일 밝혔다.

세븐셀렉트 허니복숭아에이드는 강원도 치악산 일대에서 청년농업인 신승빈씨가 직접 재배한 황야 복숭아의 착즙을 사용한 음료수다. 황야 복숭아는 과육 향기가 풍부하고 당도가 우수한 품종이다. 2대에 걸쳐 복숭아농가를 운영 중인 신승빈씨는 치악산 복숭아 품평회에서 대상을 받은 바 있다.

세븐일레븐은 지난 8월 농촌진흥청과 ‘국내 육성품종 및 지역특화 농산물의 유통 판매 활성화’를 위한 MOU를 체결했다. 농촌진흥청이 우수 청년농업인을 추천하면 세븐일레븐이 그와 함께 상품을 선보이는 방식이다. 이번 상품은 7월 협약 전 미리 출시한 ‘사인머스켓 에이드’에 이은 두번째 상품이다. /김서현 기자

## 현대홈쇼핑, 남성 브랜드 ‘마틴발’ 론칭

모델에 도시적 이미지 배경남 발탁

현대홈쇼핑이 18일 프리미엄 남성 패션 브랜드 ‘마틴발(Martyn Bal)’을 론칭한다.

마틴 발은 메종 마르지엘라, 버버리 등 명품 브랜드의 남성복 디자인 디렉터로 활동했던 네덜란드 출신의 패션 디자이너다. 지난 2008년 자신의 이름을 딴 남성 패션 브랜드를 론칭했다. 마틴발의 국내 론칭은 이번이 처음이다.

현대홈쇼핑은 브랜드가 갖는 도시적이고 클래식한 콘셉트를 고려해 모델 겸 영화배우 배경남을 모델로 선정했다.

론칭 당일인 18일에는 저녁 7시 40분부터 9시 45분까지 마틴발 론칭 특별 방송을 진행할 예정이다. 이날 방송에서는 울 블렌디드 카라 니트 3중 세트(13만9000원)와 베지터블 가죽 점퍼(29만9000원)를 선보인다.



현대홈쇼핑은 18일 프리미엄 남성 패션 브랜드 ‘마틴발(Martyn Bal)’을 론칭하고 모델 겸 영화배우 배경남을 모델로 선정했다.

현대홈쇼핑은 이번 방송을 시작으로 마틴발 상품을 연내 10여 종으로 확대할 예정이다. 양모 무스탕, 라쿤털 구스다운 등 고가의 소재를 사용한 프리미엄 상품을 연이어 선보인다는 계획이다.

/김서현 기자

## “U-23 아시안컵, 쿠광플레이서 즐기세요”

쿠광플레이가 오는 25일부터 싱가포르에서 열리는 2022 아시아축구연맹(AFC) U-23 아시안컵 예선 경기 중 대한민국의 대표팀 출전 3개 경기를 모두 독점 생중계한다.

U-23 대표팀은 예선 H조에 배정돼 25일 필리핀, 28일 동티모르, 31일 싱가포르와 차례로 맞붙는다.

전체 11개조로 나뉘어 치러지는 예선

에서 각 조 1위와 2위 팀이 다시 우열을 가려 상위 4개 팀이 내년 6월 우즈베키스탄에서 개최되는 2022 AFC U-23 아시안컵 본선에 출전한다.

쿠광플레이는 H조의 예선전 첫 경기인 25일 오후 7시 필리핀전을 시작으로 대한민국 대표팀이 출전하는 전 경기를 실시간 라이브로 중계한다.

/김서현 기자