

“명품백 빌려쓰고, 오픈런 없이 명품을 내 손에”

# MZ, 명품 렌탈·중고에 폭 빠지다

명품 브랜드 가격 인상 커지면서 렌탈·중고시장 대안으로 떠올라 지난해 중고명품 매출 264% ↑ 명품입문자는 전시상품 등 주목

하이엔드급 명품 브랜드의 가격 인상이 이어질 것으로 보이면서 ‘명품은 오늘 사는 게 가장 싸다’는 인식에 중고 명품 거래가 명품 판매·구매의 대안으로 떠오르고 있다.

2일 업계에 따르면 연초부터 명품 시계 브랜드 톨렉스가 대표 제품들의 가격을 8~16% 가량 인상했다. 제품 2~3개를 제외한 대부분 모델의 가격이 올랐다.

가방 브랜드 중 최고가를 자랑하는 에르메스의 경우 매년 1월 가격 인상을 단행한 터라, 가까운 시일 내에 가격이 오를 것으로 전망되고 있다. 최근 매년 가격을 1~3회 인상해온 샤넬, 루이비통 등 명품 브랜드들의 인상 속도도 빨라지는 추세다.

명품 가격이 비싸지는 만큼 합리적으로 명품을 경험하려는 트렌드가 확산되고 있다. 특히 젊은 세대인 MZ세대(밀레니얼+Z세대)를 주축으로 명품 렌탈 및 중고(리셀) 업체를 이용하는 사례가 늘고 있다.

명품 렌탈 서비스 렌트잇은 지난해



강카스백화점에 진열된 에르메스 버킨백과 켈리백 등 인기 제품들. /강카스백화점

매출이 전년 동기 대비 3배 이상 신장했다. 렌트잇은 국내 최초로 명품을 단기 렌트로 체험하거나 정기 구독형식으로 대여할 수 있는 서비스를 선보인 회사다.

이밖에 렌트더런웨이, 스투드업과 같은 명품계 대여 플랫폼들이 고성장을 하고 있다.

MZ세대들이 명품을 부의 과시용이 아닌 개인의 표현 수단으로 이용하면서 중고 명품 시장 역시 확대되고 있는 것으로 나타났다.

SSG닷컴에서 작년 한해 동안 중고 명품 매출을 분석한 결과, 20대 매출 신장률이 전년에 비해 264%로 집계됐다. 중고 거래 플랫폼 번개장터에서도 최근월 전체 거래액의 10% 이상을 명

품이 차지할 정도로 활발하게 거래되는 품목으로 자리 잡으며 비중이 높아지고 있다.

신생 백화점 중 하나인 강카스백화점은 전시상품이나 미사용 명품 등을 저렴하게 판매하며 명품 입문자들에게 가격 장벽을 낮췄다는 평가를 받으며 시장에 안착하기도 했다.

입소문이나면서 서울 압구정에 위치한 본점인 강남 매장에 이어 작년에 대구 동성로에 새 직영 지점을 출점했다.

한 명품업계 관계자는 “국내 중고시장 규모가 5조원에서 최근 20조원으로 급성장함과 더불어 명품 렌탈과 중고 명품 시장 성장세가 올해 더욱 커질 것으로 보인다”고 설명했다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

# 임인년 흑호 기운 쭉쭉 ‘호랑이 골드바’ 선보여

이마트24 ‘금 선물세트 5종’ 직전 거래소 시세보다 할인

이마트24는 임인년, 검은 호랑이해를 맞아 한국금거래소와 협업해 1월 21일까지 호랑이 문양 골드바 10돈(37.5g) / 1돈(3.75g) 등 총 5종의 금 선물세트를 판매한다.

판매가격은 직전(12월 31일) 한국금거래소 동일 상품 시세보다 할인된 가격으로 책정했다.

금 상품 구매를 원하는 고객들은 전국 이마트24 매장을 직접 방문해 주문 및 결제(현금결제만 가능)할 수 있다.

주문한 상품은 다음 날부터 우체국 안심택배를 통해 순차적으로 고객이 원하는 곳으로 무료로 배송된다.

한편 이마트24는 지난 2021년 설 소문양 골드바를 직전 시세 대비 할인 된



지난 2일, 성동구 소재 이마트24 본사 경영주 상생아카데미에서 모델이 호랑이 골드바 등 순금 상품을 소개하고 있다. /이마트24

가격으로 판매해 5000돈 이상을 판매한 것으로 알려졌다. /김서현 기자 seoh@

# 쿠팡, 건강 필수템 ‘헬스케어 전문관’ 운영

건강측정·마스크·브랜드관 등 테마별 카테고리 한 눈에 확인

쿠팡이 ‘헬스케어 전문관’을 운영 중이라고 2일 밝혔다. 코로나19 사태 여파로 건강에 관심이 높아진 고객을 겨냥해서다.

헬스케어 전문관은 쿠팡 홈페이지 카테고리에서 ‘테마관’을 통해 만날 수 있다.

쿠팡은 고객 쇼핑 편의를 위해 각종 헬스케어 상품을 여러 테마 카테고리로 나눠 배치해 원하는 제품을 쉽게 찾을 수 있게 했다.

‘외출 필수품 마스크’ 테마에선 코로나19 탓에 필수템이 돼버린 마스크를 KF 차단 지수, 크기, 색상, 수량 등에 따라 검색 가능하다. 특히 유아용 마스크부터 필터 교체용 마스크까지 다양하게 준비한다.

‘건강 측정 용품’ 테마는 가정과 사

무실, 식당 등 어디서든 필요한 체온계를 종류별로 내놓는다. 혈압 측정기, 혈당 측정기, 체지방 등 건강 관리 기기도 한눈에 비교할 수 있다.

‘추천 특가 상품’에선 헬스케어 상품을 할인 판매한다. ‘쿠팡 와우 멤버십’ 회원은 ‘와우 할인기’를 통해 혜택을 제공받을 수 있다.

이 밖에도 혈압계, 당뇨 관리 용품, 체온계, 보호대, 찜질·안마기, 테스트·진단키트, 네블라이저, 밴드·습윤드레싱·반창고, 마스크, 렌즈 관리 용품, 실버 용품, 면봉·위생용품, 반창고, 건강 기능식품 등 테마로 분류했다.

브랜드관도 있다. ‘아에르’ ‘웰킵스’ ‘참존’ ‘오므론’ ‘브라운’ ‘휴비디’ ‘아바나리’ ‘이비에’ ‘옵티프리’ ‘리뉴’ ‘메디폼’ 등 총 11개 참여 브랜드별 전용관을 통해 고객 선호도에 따라 각 브랜드 상품을 쉽게 검색하도록 했다.

/신원선 기자 tree6834@

# “새해 맞이 ‘작심삼일’, CU가 응원합니다”

새해 목표 응원 ‘딱 3일만 챌린지’ 관련 상품 구매시 챌린지 스탬프

CU가 신년을 맞아 1일부터 31일까지 고객들의 새해 목표 달성을 응원하는 ‘딱 3일만 챌린지’를 진행한다. ‘딱 3일만 챌린지’는 고사성어 ‘작심삼일(作心三日)’에서 따온 이벤트다.

딱 3일만 챌린지는 다이어트, 물 마시기, 채식, 절주, 근검절약, 화내지 않기 등 누구나 일상에서 바로 실천할 수 있는 6가지 챌린지들로 이뤄졌다.

이벤트 참여 방법은 CU의 멤버십 앱인 ‘포켓CU’에서 자신이 도전하고 싶은 챌린지를 신청하고 대상 상품을 구매 후 CU멤버십 포인트를 적립하

면 된다. 대상 상품 한 개당 스탬프가 한 개 발급되며 총 3개의 스탬프를 적립하면 챌린지 성공으로 인정된다.

챌린지 대상 상품은 도전 목표와 관련된 상품들로 구성됐다. 다이어트는 The건강식단 시리즈 및 샐러드, 물 마시는 HEYROO 미네랄 워터, 채식은 채식주의 간편식 시리즈, 절주는 논알콜 맥주, 근검절약은 높은 가성비 GET커피, 화내지 않기는 당을 충전할 수 있는 초콜릿과 초코맛 우유 등이다.

CU는 이번 챌린지 목표 달성 고객 중 추첨을 통해 이코진 미니헬스장(다이어트), LG 퓨리케어 정수기(물 마시기), LG 티운오브젝트렉션(채식), 오쏘물 이문(절주), 일리 프란시스 커피



CU가 신년을 맞아 ‘3일만 챌린지’를 연다.

머신(근검절약), 하얏트호텔 100만원 상품권(화내지 않기)을 증정한다.

한편, CU는 임인년 호랑이 해를 맞아 호랑이 캐릭터 ‘토니’가 마스크인 시리즈 브랜드 ‘켈로그’와 협업한 ‘호기로운 간편식 시리즈’를 이달 1일부터 순차적으로 선보인다. /김서현 기자

# 티몬, 화상환자 지원 위한 ‘소셜기부’ 진행

참여형 사회공헌 활동 진행

티몬의 참여형 사회공헌활동 ‘소셜기부’ 파트너에 화상 환자 지원 전문 ‘베스티안재단’이 합류한다.

티몬은 베스티안재단 합류를 기념해 16일까지 화상환자들을 위한 소셜기부를 진행한다.

베스티안재단은 2011년 설립된 화상 전문재단으로 저소득 화상환자의 의료비 지원과 화상예방·인식개선 교육, 정서 지원사업 등을 펼치는 공익재단이다.

티몬은 기존 취약계층 지원과 더불어 화상으로 고통받는 환자 지원을 더해 보다 많은 이들에게 도움의 손길을 전한다는 목표다.

티몬은 베스티안과 함께 하는 첫 소셜기부 활동에서 화상 사고로 수 차례 이상 수술을 받아야 하는 ‘생후 9개월 별이’와 저온화상으로 고통받는 ‘김영수 어르신’ 등 화상환자들을 위한 소셜기부를 진행한다. 2000원부터 1만원까지 자유롭게 기부할 수 있으며, 모금액은 수수료와 사법비 등을 제하지 않고

전액 전달한다.

기부된 상품들은 ‘기빙플러스’ 오픈라인 매장을 통해 소비자들에게 판매되며, 수익은 장애인과 취약계층의 사회적 일자리 지원과 경제적 자립을 돕는데 사용된다. 현재까지 10여개 파트너가 위생용품과 생활용품 등 3억원 상당의 상품들을 기부하며 성과를 내고 있다.

재고상품 기부 캠페인은 기업의 기부 활동도 되면서 보관과 관리에 비용이 발생하는 재고 부담과 소각, 폐기에서 발생하는 환경오염 및 비용을 줄일 수 있다.

/김서현 기자

# 반려동물 덴탈검 ‘잇썬’, 흡쇼핑 완판행진

핏펫 방송 2회 연속 매진

반려동물 헬스케어 솔루션 스타트업 핏펫이 개발한 반려동물 덴탈검 ‘잇썬’이 지난 12월 GS SHOP(GS흡쇼핑) 1, 2회차 방송에서 연속으로 전량 매진을 기록했다 1일 밝혔다.

잇썬은 앞서 12월 1일 진행된 론칭 방송에서 준비된 ‘핏펫 마니아 세트’ 물량이 방영 직후 매진을 기록했다. 이어 24일 크리스마스를 맞아 특집 편성된 2회차에서도 방송중 전체 매진으로 방송이 조기 종료되는 등 2회 연속 완판을 달성해 ‘반려가구 필수템’다운 인기를 입증했다.

핏펫과 수의사가 공동 개발한 잇썬은 누적 1850만개 이상 판매고를 기록하며 반려가구에 높은 관심을 얻고

있는 반려동물 덴탈검이다. 치약 혹은 영양제를 급여할 수 있는 맞춤형 허더가 있어 껌을 씹는 것만으로 치석 제거에 매우 효과적이며, 반려동물의 건강 상태와 기호성에 따라 함유 성분을 달리 한 것이 특징이다.

▲알리지 유발 성분을 줄이고 면역력 강화에 주력한 ‘엘로우’ ▲구강과 치아 건강 관리에 최적화된 ‘그린’ ▲눈 건강에 도움을 줄 수 있는 ‘브라운’ ▲스트레스와 긴장 완화에 효과를 줄 수 있는 ‘꿀잠썬’ 등 총 4종으로 구성되어 있다.

한편 잇썬의 신년맞이 3차 흡쇼핑 방송은 오는 11일 오후 2시 25분부터 3시 25분까지 총 60분간 GS흡쇼핑 채널에서 방영될 예정이다.

/신원선 기자