

# 명품의존 유통가, 시식회 열고 조형물 세우고 '외출소비 공략'

## 코로나 팬데믹-엔데믹 시기 비교

작년 4월, 명품 보복소비 본격화  
봄 정기세일 百 평균매출 45% ↑  
올 4월, 2년만에 오프라인 마케팅  
'벨리곰' 관람객 2주간 200만여명  
메이크업쇼·시식코너 등도 부활

코로나19의 풍토병(엔데믹)화로 '길거리 경제'가 활기를 띠면서 유통업체들의 얼굴도 밝아지기 시작했다. 지난해 이맘때까지만 해도 유통가는 온라인 매출에 의존 하는 고난을 겪었다. 1년 만에 완전히 바뀐 일상 속의 유통가 변화를 지난해 팬데믹 시기 4월과 엔데믹 시대가 도래한 지난달 두 시기를 비교해봤다.

### ◆2021년 4월, 명품 보복소비 확인... "명품 없이는 어렵다"

지난해 4월은 명품 보복소비가 본격화하면서 유통가 명암이 뚜렷하게 엇갈리며 수치로 나타나기 시작한 때다. 1월 에르메스를 시작으로 인기 명품 브랜드들이 최대 15%까지, 심지어 루이비통은 한 달에 2번까지 가격 인상을 단행했다. 결국 물건의 가격이 오르는 데도 수요가 높아지는 '베블런 효과'를 부추겼고 '명품 오픈런'이 일상화 됐다.

백화점 업계는 1월 신년 정기세일을 건너뛰고 연 4월 봄 정기세일에서 처음으로 명품 보복소비의 구체적인 매출을



지난 6월30일, 명품 브랜드 사넬을 구입하기 위해 백화점 개점 시간 전부터 대기 중인 오픈런족들의 모습. /뉴스시스



완연한 봄 날씨에 오후 서울 송파구 롯데월드타워 잔디광장에서 시민들이 벨리곰과 함께 사진을 찍는 모습. /뉴스시스

확인했다.

당시 백화점업계는 약 2주 간의 봄 정기세일에서 평균 45% 매출이 상승했다. 신세계백화점 51%, 롯데백화점 40%, 현대백화점 44%, 갤러리아 45%로, 코로나19 발생 전인 2019년 봄 정기세일과 비교해서도 신세계백화점 34%, 현대백화점 22%, 롯데백화점 19%, 갤러리아백화점 64% 치솟았다. 세일 첫 주말 매출 신장률도 기록적이었다. 현대백화점은 주말 동안 71.3%에 달하는 매출 신장률을 보였다.

여세를 몰아 백화점은 온라인 강좌로 대체하기 어려우면서 동시에 소인원에게 적합한 체험형 문화센터 강좌를 고안하고 골프, 캠핑 등 다수가 아닌 소수가 즐기는 아웃도어 스포츠 브랜드 편 집습을 열었다.

대형마트는 아이러니한 모습을 보였다. 소매유통업체들은 향후 경기를 긍정

적으로 전망했지만 실제로 실적이 크게 개선되지는 못했고, 점포 구조조정이 본격화 하면서 노조 저항을 맞닥뜨렸다.

대한상공회의소가 조사한 지난해 2분기 소매유통업 체감경기 경기전망지수(RBSI)에서 대형마트는 95포인트(p)를 기록했는데 전 분기 대비 52포인트(p) 오른 수치였다. RBSI는 100에 가까울수록 유통업체가 다음 분기 소매유통업 분기를 긍정적으로 예측한다는 의미다.

당시 업계 관계자들은 코로나19 백신 접종이 시작한 것을 원인으로 꼽았다. 그러나 실제로 당시 대형마트의 수익성은 크게 개선되지 않았다. 산업통상자원부가 발표한 지난해 4월 주요 유통업체 매출동향에서 백화점 매출은 전년 동기 대비 34.5% 오른 반면 대형마트는 -2.8% 줄었다. 특히 식품군 매출이 3개월 연속 두 자릿수 감소세를 보였다.

마트 업계는 비식품 분야에서 매출을 지키던 리빙 매출까지 떨어지자 홈술 열풍에 탑승해 유명 브루어리 와인을 쏟아냈다. 이때 폭발적으로 늘어난 주류 품목을 통한 수익은 12월 연말까지 계속 이어졌다.

### ◆2022년 4월, 드디어 시작한 엔데믹... 오프라인 이벤트에 옴니채널 효과도

올해 4월 1일 약 2년 만에 오프라인 마케팅 이벤트가 등장했다. 서울 잠실 롯데월드타워에 설치된 15m 크기의 롯데홈쇼핑 마스크트 '벨리곰'이 주인공이었다. 2주 동안 200만 명의 관람객을 끌어 모은 벨리곰의 뒤를 이어 '월리를 찾아라'의 월리 조형물(현대백화점), '당당운동회'를 포함한 펫페스티벌(신세계 스타필드) 등이 쏟아졌다.

유통가는 방역 규제 전면해제를 맞아 수백만 명을 부르는 대형 오프라인 마케팅 이벤트를 열고 2년 만에 메이크업쇼,

시식코너 등을 선보였다. 코로나19 사태가 오기 전과 달라진 것은 높은 물가에도 꺾이지 않는 소비심리와 긍정적인 경기 전망뿐만이 아니었다. 지난 2년간 e커머스가 바뀌놓은 유통지형이 있었다.

유통가에서는 온·오프라인 채널을 융합하는 옴니채널이 새로운 성장동력으로 떠올라 이를 정교화 하는 작업이 계속 이어졌다. 지난달은 유통가가 온·오프라인 전방위로 펼치는 마케팅 쇼에 가까웠다.

전년도와 가장 달라진 곳은 백화점 업계다. 이번해 4월에도 진행된 봄 정기세일에서 백화점업계는 또다시 큰 실적을 올렸지만 매출을 견인한 품목이 바뀌었다.

이번 정기세일에서 각 백화점은 전년 동기 대비 ▲신세계백화점 28.2% ▲롯데백화점 20% ▲현대백화점 20.1% 매출 상승을 기록했다. 지난해 3사 평균 73.6% 수준의 매출 신장세를 보인 명품은 외출복을 중심으로 한 리오프닝 품목 뒤에 섰다. 지난해 봄 가장 높은 명품 매출 신장세를 보인 신세계 백화점의 주요 매출 상승 품목은 아웃도어(45.3%)를 선두로 남성패션(29.7%), 여성패션(28.4%), 명품(22.7%), 생활(18.3%) 순이었다.

백화점 업계는 방역규제 해제 수혜를 크게 받을 것으로 보이는 상품목을 중심으로 프로모션을 진행했다. 대표적으로는 웨딩, 아웃도어 스포츠, 뷰티 등 상품군이다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

>> 1면 'DSR규제 유지'서 계속

## 항공수요 늘었지만... 고유가·PCR 비용 등에 '울상'

### 항공업계 '리오프닝' 바람

유류할증료 7년만에 가장 높은수준  
'입출국 제한' 항공수요에 큰영향  
"항공 넘어 여행·호텔 등 생태계 위해  
PCR, 신속항원 검사로 대체해야"

사회적 거리두기 해제를 시작으로 '엔데믹(감염병의 풍토병화) 시대'가 본격적으로 열리고 있다. 이에 항공업계는 이른바 '리오프닝' 바람을 타기 위해 다양한 할인 이벤트를 내놓고 있지만, 엄격한 출입국 방역 규제로 항공 정상화에 어려움을 겪고 있다고 입을 모았다.

### ◆유류할증료 '역대급'인데 PCR 비용까지... 업계 "과도하다"

항공업계는 여행수요가 점차 상승하는 중이지만 사람들의 지갑을 열기에는 상황이 좋지 않다고 보고 있다. 고유가 속에 높아진 항공료 부담과 PCR 검사 비용이 큰 부담으로 작용한 셈이다.

이번 달 대한항공 국제선 유류할증료는 지난달 14단계에서 3단계 오른 17단계로, 거리에 따라 3만3800원~25만6100원이 부과된다. 국내선 유류할증료도 지난달 9900원보다 오른 1만4300원을 기록했다. 2016년 7월 유류할증료에 거리비례구간제가 적용된 이후 가장 높은 수준이다.

이런 와중에도 코로나19로 급감했던



방역조치 완화 이후 인천공항 이용객이 점차 증가해 지난해 대비 123% 오른 것으로 나타났다. /뉴스시스

인천국제공항의 하루 이용객 수가 3만 명을 넘어서 여행수요가 가파르게 증가하고 있음을 알 수 있다. 3일 인천공항공사에 따르면 인천공항의 지난달 이용객수는 64만9753명으로 코로나19가 정점에 있던 지난해 같은 기간 17만9847명과 비교해 261.3% 증가할 수 있다.

지난달 인천공항과 해외 지역으로 이동한 승객은 ▲동남아가 22만6919명으로 가장 많았고 ▲미주 18만2915명 ▲유럽 8만1446명 ▲중동 4만6322명 순으로 집계됐다. 평소 이용객 수가 많았던 ▲일본은 3만7411명 ▲중국은 1만4469명에 그쳤다.

이러한 수치만 보더라도 각 나라가 채택하고 있는 입출국 제한 조치가 항공수요에 큰 영향을 미치고 있다는 것을 알 수 있다. 대부분 동남아시아 국가는 관광용 유치를 위해 백신 접종을 마쳤다면 PCR을 면제하거나 신속항원

검사로 대체하기로 했다.

3일 제24차 관광산업위원회에 대한상공회의소(대한상의)에 모인 항공·관광업계 관계자들도 한국의 엄격한 방역 절차와 규제가 세계적인 추세와도 역행하고 있다고 의견을 모았다. 우기흥 대한항공 사장은 관광산업위원장으로 참석해 "향후 급격히 늘어날 것으로 보이는 글로벌 관광객을 적극 유치하고, 장기적인 관광산업 성장전략을 함께 모색해 나가야 한다"고 말했다. 이어 "호텔, 관광업, 면세점, 항공 등 오늘 참석한 산업에서 가장 기본은 내국인이 해외여행을 해야 하고, 외국인이 한국에 관광을 와야 한다"며 "결립돌 자체는 다른 나라들은 완화하고 있는 PCR 검사"라고 강조했다.

우 사장은 "한국 사람이 나가서 PCR 양성이면 들어오지도 못하기 때문에 위험을 감수하기 싫으니 안 나가게 되는

것"이라며 "신속항원검사로 대체하는 방안 등을 마련해야 한다"고 덧붙였다.

이어 우 사장은 관광 기반의 생태계가 무너질 수 있다고도 경고했다. "(업계에서) 종업원 신규채용을 안 한지 3년째인데 이대로 가다가는 항공업뿐만 아니라 여행, 호텔, 종업원, 종사자 생태계가 무너질 수 있다"고 말했다.

실제로 문화체육관광부가 발표한 통계에 따르면 2020년 관광업체 수는 2019년 대비 1310개가 감소했으며, 종사자 수는 전년 대비 30.7% 감소, 총 매출액은 69.4% 감소를 기록했다. 관광산업 생산지수 역시 2019년 12월 111에서 2020년 2월 87.7로 떨어진 이후 80~90수준에서 회복되지 못하고 있는 상황이다.

### ◆"할인해 드립니다!" 승객 모으기에 사할 건 항공사들

항공업계와 관광업계는 하루빨리 PCR 검사 음성확인 절차를 폐지하고 항공노선 정상화를 요구하며 여행 수요 회복을 위해 각종 할인 이벤트에 발 벗고 나선 모습이다.

대한항공은 '대한항공카드' 출시 2주년을 맞아 대한항공 마일리지와 특별 기획상품(굿즈) 등 다양한 혜택을 제공하고 있고, 아시아나항공은 호텔 스타트업과의 신규 제휴를 기념해 추가 마일리지 적립 혜택을 제공하고 유럽 노선 이용객을 위한 가격할인과 기내 와이파이 이용권 증정 이벤트도 9일부터 진행한다. /하정윤 기자 zelkova@

## "결국 서울엔 살지 못해 前 정부와 다르지 않아" 사회초년생 "배신감"

이 돈으로 구매할 수 있는 주택 가격은 LTV 70~80% 기준 1억8000만~2억원 선이다. 사실상 수도권 내에서 주택 구매가 불가능한 셈이다.

사회초년생들은 불만을 넘어 배신감을 토로하고 있다. 앞선 정부와 다르지 않다는 얘기다. 서울 중위 아파트값이 10억원에 달하는 등 지난 5년간 집값은 크게 뛰었다. 문재인정부는 집값 상승을 이유로 대출을 제한했다. 이 탓에 청년층은 부동산 불장에서 어떤 이득도 취하지 못했다. 청년층의 불만은 정권 교체로 이어졌다. 하지만 새 정부에서도 DSR 유지 등으로 불만의 목소리가 나온다.

서울에 중랑구에 사는 조모(29)씨는 "새 정부는 다를 줄 알았는데 똑같다. 대출이 안 되면 집을 어떻게 사라는 거냐"며 "결국 서울에 살지 말고 경기 외곽으로 나가라는 건데 배신감이 크다"고 했다.

전문가들은 소득수준을 반영할 때 확대해서 보거나 대출 기간을 크게 늘리는 등의 대책이 필요하다고 조언한다. DSR 규제로 소득에 비례해 대출한도가 결정되기 때문에 소득수준을 확대해서 보면 그만큼 대출한도가 늘어날 수 있다. 또 대출기간을 늘려 연 원리금 상환액을 줄게 해 한도를 키우는 방안도 있다. /양희문 기자 yhm@