

지역 소비자들, 월동준비 ‘분주’

지역 소비자들이 겨울철 상품 구매를 서두르고 있다. 최근 기온이 급격하게 낮아지면서 월동준비가 분주해진 가운데 어려운 경제상황을 반영한 알뜰상품들이 인기몰이 중이다.

17일 광주지역 이마트에 따르면 최근(지난 11일부터 15일까지) 겨울 상품 매출을 살펴본 결과 전년 동기 간 대비 전기히터 123.7%, 온수매트 57.8%, 겨울의류 54.4%, 내복 42.5%, 난방보조용품 34.2% 신장했다.

실제 난방가전과 내복 10월 판매 신장율은 해마다 증가하고 있다. 난방가전은 2017년에 비해 87.1% 신장하고 있으며 겨울의류 역시 73.7% 신장했다.

전기히터의 경우 석유/가스히터와 달리 환기나 통풍의 번거로움이 없으며 전기 온풍기에 비해 사물을 직접 가열, 빠르게 가까운 거리 난방에 적합해 인기가.

의류의 경우 남·녀, 유·아동 겨울 의류 모두 매출이 늘어났다. 특히 여성 의류는 전년에 비해 54% 가량 늘었으며, 원피스·레깅스와 같은 하체를 따뜻하게 보호해주는 제품들이 87.9% 늘었다.

남성의류는 전년 같은 기간보다 14.7% 가량 늘었으며, 양에서 채워진 촉감이 부드럽고 솜털의 플리스 소재의 지속적인 인기로 니트류 제품 매출이 전년대비 33.5% 늘었다.

아동의류의 경우는 추위를 대비하기 위한 내복류의 매출이 주를 이뤘다.

문종지와 틈막이 같은 난방보조용품은 일반적으로 실내온도가 1도씨 내릴 때마다 5~7%정도 난방에너지가 절약될 수 있는 장점과 최대 20~35%의 난방비를 절약할 수 있는 다양한 에너지 절약제품들이 출시돼 소비자들의 구매가 늘고 있다.

특히 전통적으로 인기품목인 문풍지 외에 유리용 보온시트, 외풍차단 특수비닐, 물먹는 항균 테이프 등 기존 제품들에 기능과 효과를 증진시킨 신제품들도 출시됐다.



최근 밤·낮 기온이 급격하게 떨어진 가운데 모델들이 ‘이마트 일렉트로맨 히터’를 선보이고 있다.

난방가전 59.5%·겨울의류 54.4% 신장 알뜰상품 ‘인기몰이’…신제품들도 출시

또한 실내공기청결로 자동차월동 준비를 하면서 차량월동준비도 10월로 빨라지고 있다.

이는 갈수록 미세먼지가 일상화된 환경에 ‘제2의 집’이라 불리는 자동차 안에서 쾌적하고 청결하게 보내기 위한 것으로 분석됐다.

자동차는 주행 중 배기가스뿐만 아니라 미세먼지, 황사까지 더해져 공기 중 유해물질 유입될 가능성이 높다. 차량용 필터는 차량 내부로 유입되는 공기를 여과시켜 주며 설명서를 보고 5분이면 간편하게 교체 가능하다. 최근에는 초미세먼지를 99% 이상 제거하는 초미세먼지 전용인 ‘초미세먼지 집진 에어컨·히터 필터’까지 등장했다.

자동차 청결을 위한 세차도 실내 세차에 더욱 신경을 쓰고 있다.

요즘 출시되는 세차관련 용품은 전문적인 세차장을 이용하는 고객들보다 셀프 세차를 하는 알뜰 고객을 위한 상품들이 출시되고 있다.

올인원 세차세트는 세차에 필요한 용도에 맞는 10개의 용품들로 구성되어 있으며 실의 세차뿐만 아니라 실내세차까지 가능하게 구성돼 있다.

이번 겨울이 길고 혹한과 폭설이 예상되어짐에 따라 현재 이마트에는 자동차 겨울용품모음전 등을 준비해 알뜰하고 다양한 상품들을 구매할 수 있다.

한편, 이마트는 부쩍 쌀쌀해진 날씨를 맞아 가정비가 뛰어난 ‘일렉트

로맨 히터’ 2종을 선보인다. ‘일렉트로맨 베이직 히터’는 1만9천800원에, ‘일렉트로맨 선풍기형 히터’는 3만9천800원에 판매한다.

‘일렉트로맨 베이직 히터’의 경우 1인 가구를 타겟으로 한 초저가 히터로 불필요한 기능을 삭제하고 기본 기능과 핵심 가치에 집중한 상품이다. 2단 온열 조절 버튼으로 원하는 온도 설정이 가능하며, 안전 스위치가 있어 과열 방지 기능도 포함됐다.

‘일렉트로맨 선풍기형 히터’의 경우 대량 매입을 통해 합리적인 가격에 선보일 수 있었으며, 좌우 회전, 상하각도 조절 및 시간 선택, 온도 조절 등이 가능하다.

정승기 이마트 상무점장은 “올해도 추위가 일찍 찾아와 이로 인해 고객들이 추위를 극복하려는 준비를 서두르고 있다”며 “앞으로도 다양한 난방용품과 난방보조용품 모음전 등을 준비하고 있다”고 말했다. /임후성기자

가짜 체험기·인플루언서광고 주의

식약처, 고의·상습 허위광고 업체 12곳 적발

식품의약품안전처는 사회관계망서비스(SNS)에서 다이어트·부기제거·숙면 등에 효과가 있다고 가짜 체험기를 유포하거나 인플루언서(온라인에서 영향력이 있는 사람)를 이용해 고의·상습적으로 허위·과대광고를 해 온 업체 12곳을 적발, 행정처분·고발 조치할 예정이라고 17일 밝혔다.

이들 업체는 올해 상반기에도 허위·과대광고로 적발됐으나, 위반사항을 시정하지 않고 반복적으로 소비자를 속이다 더 큰 처벌을 받게 됐다.

적발 내용은 ▲ SNS를 통한 가짜 체험기 유포(1건) ▲ 인플루언서를 활용한 제품 공동구매(1건) ▲ 키 성장 등 검증되지 않은 효능·효과로 건강기능식품 표방 등 광고(5건) ▲ 다이어트 광고(2건) ▲ 탈모 예방(3건) 등이었다.

건강기능식품을 유통하는 A사는 폐

이스북·인스타그램 등에서 광고대행사를 통해 스폰서 광고를 하면서 다이어트·부기제거·변비·숙면·탈모 효과 등 가짜 체험기를 유포하다 적발됐다.

스폰서 광고는 SNS 이용자 중에 광고를 볼 대상자를 설정해 자연스럽게 영상이나 이미지를 노출하고 구매를 유도하는 광고 형태다.

식약처는 1천61개 사이트를 통해 다이어트·키 성장·탈모 등에 효과가 있다고 허위·과대광고 한 326개 판매업체(249개 제품)도 적발하고 사이트 접속을 차단했다.

식약처 관계자는 “제품을 직접 판매하지 않더라도 허위·과대광고나 가짜 체험기가 포함된 사진, 영상 등을 게시하거나 활용해 광고할 경우 인플루언서, 유투버, 블로거 누구든지 형사처벌을 받을 수 있다”고 경고했다. 이 /임후성기자

지역 최대규모 ‘나이키 매장’ 오늘 오픈

롯데아울렛 수원점, 50% 할인

지역 최대규모의 나이키 매장이 광주 수완지구에 생긴다.

17일 롯데아울렛 수원점에 따르면 기존 60평대의 나이키 매장이 200평대의 무려 3배 이상 매장을 넓혀 ‘나이키 메가샵’으로 18일 새롭게 문을 연다. ‘메가샵’은 나이키의 매장 중 100평 이상 규모의 매장을 지칭하는 매장들을 말한다. 이번 롯데아울렛 수원점 A관 1층에 위치한 ‘나이키 메가샵’은 이 지역 최초 최대규모의 매장으로 차별화 제품을 앞세워 인기 농구화 라인, 축구, ‘조던’ 의류 및 NSW(Nike Sports Wear) 라인을 추가로 선보인다.

일반 매장에서는 취급하지 않는 ‘QS(Quick Strikte, 한정판·기습발매 상품)’ 상품들도 전개한다.

또한 기존 나이키 매장은 정상상품, 즉 세일을 하지 않은 상품위주로 판매를 진행했다면 새롭게 세 단장한

‘나이키 메가샵’은 정상상품 상시 10%할인과 이월상품은 최대 50%까지 할인이 가능한 상품들로 구성됐다.

상품의 구성은 6:4비율로 정상상품 60% 이월상품 40%의 구성력을 갖춰 다양한 연령대가 다양한 상품을 한 곳에서 만나 볼 수 있다.

이밖에 새단장 오픈을 기념해 최대 10~50%할인과 ‘오픈축하상품전’을 마련해 진행하고, 일부품목 ZOOM WINFL06(남/여) 런닝화 5만9천원, AIR MAX TINY90 키즈 운동화를 4만원에 한정 수량으로 판매한다. 구매고객 대상으로 고급 파우치도 증정한다.

이동호 롯데아울렛 수원점장은 “지속적인 스포츠 제품의 인기로 고객들에게 좀 더 다양하고 합리적인 가격의 제품을 선보이고자 새롭게 세 단장하게 됐다”며 “고객의 관심에 빠르게 반응해 향후에도 고객에게 큰 사랑을 받을 수 있는 브랜드를 선보이겠다”고 말했다. /임후성기자

‘신라면건면’ 출시 250일 만에 5천만봉 팔려

농심은 ‘신라면건면’이 출시 250일 만에 누적 5천만봉이 넘게 팔렸다고 17일 밝혔다.

농심은 “건면 시장에서 올해 3분기까지 650억원의 실적을 거둬 지난해 490억원보다 32.6% 성장했다”며 “소비자에게 건면에 대한 호감을 끌어내며 성공적으로 시장에 안착했다”고 설명했다.

신라면건면은 전체 라면 시장에서도 11위를 기록하는 등 좋은 반응을 얻고 있다.

특히 튀기지 않아 개운하다는 입소문이 나면서 건강을 생각하는 40~50대 소비자를 중심으로 신라면건면에 대한 선호가 커지고 탄탄한 고객층이 쌓였다고 농심은 분석했다. /연합뉴스

롯데홈쇼핑, ‘심마니’ 서비스 도입

목표 수량 달성하면 할인

롯데홈쇼핑은 목표한 수량 만큼 구매자가 모이면 최대 30% 할인해주는 ‘심마니’ 서비스를 모바일에 도입한다고 17일 밝혔다.

스타트업과 중소기업의 아이디어 상품 등을 선정해 일정한 기간 목표 수량이 달성되면 온라인 최저가보다 최대 30% 할인된 금액에 판매한다.

롯데홈쇼핑은 고객은 합리적인 가격에 제품을 살 수 있고 스타트업과 중소

기업은 판로를 개척할 수 있어 소비자와 생산자 모두가 ‘윈윈’할 수 있다고 설명했다.

지난달 26일부터 1차로 선보인 16개 제품의 경우, 목표 대비 최대 22배 이상의 판매량을 달성하는 등 인기를 끌었다.

특히 35~45세 고객 비중이 35%로 가장 높아 평균적으로 45~55세가 가장 많

았던 롯데홈쇼핑 전체 고객보다 젊은 고객의 반응이 높은 것으로 나타났다.

박재홍 롯데홈쇼핑 e커머스 부문장은 “판로 개척과 홍보에 어려움을 겪고 있는 스타트업과 중소기업 제품을 소비자에게 직접 알리기 위해 이번 서비스를 도입했다”며 “향후 클라우드핀 플랫폼으로 발전시켜 나갈 계획”이라고 말했다. /임후성기자

풍암동, 동부 센트레빌, 근린상가, 매매/임대

- 서구 풍암동 664-6번지, 상가 1층 4거리 코너 800세대 APT 정문 앞
- 분양평수 50평, 실평수 36평 (기타 서비스 공간 10평 있음)
- 매매 - 7억원(대출 2억5천만 포함)
임대 - 보5천만원에 월세 350만원 문의. 010-6834-7400

