

무더위·올림픽 ‘더블 특수’ 유통업계

에어컨·아식·홈쇼핑 매출 급증

에어컨 판매 전년 대비 50% 증가
열대야·올림픽에 잠 못 이루는 밤
편의점 아식·홈쇼핑 매출도 쑥

기록적인 폭염이 계속되고 있다. 여름 휴가기간은 보통 유통업계엔 비수기다. 하지만 예년에 비해 쪼뚝뚝이 기승을 부리면서 오히려 효자 노릇을 톡톡히 하고 있다. 무더위 탓에 에어컨 등 계절가전의 수요가 늘어난 것은 물론 올림픽이라는 스포츠 빅 이벤트까지 겹치면서 간식과 맥주 등 먹을거리 판매도 증가했다.

먼저 더위로부터 벗어나기 위한 에어컨의 수요가 예년에 비해 늘었다. 롯데하이마트에 따르면 7월과 8월 에어컨 판매량은 지난해 같은 기간에 비해 50% 급증했다. 8월에 접어들면 판매가 크게 감소하던 예년과는 확연히 다른 추세다. 제조사들도 바쁘다. LG전자는 8월에 접어들면서 보통 생산을 마무리 하던 경남 창원 휘전 에어컨 생산라인을 지난해보다 2주 연장해 8월 중순에도 가동하고 있다고 최근 밝혔다. 가동률이 100%를 넘는 풀가동은 4월4주부터 8월3주까지 총 16주(8월1주 휴무)로 지난해보다 4주 가량 길어졌다.

잠 못 이루는 열대야가 계속되면서 먹을거리도 인기를 얻고 있다. 리우 올림픽도 한 몫을 했다. 편의점 세븐일레븐에 따르면 8월1일부터 14일까지 매출은 지난해 같은 기간에 비해 10.7% 증가했다. 특히 밤 10시부터 새벽 4시까지 심야 시간대 매출이 17.4%나 올랐다. 품목으로 보면 늦은 시간 허기를 달래주는 야식의 매출 증가가 두드러졌다.

심야 시간대 냉장식품 매출은 47.0% 증가했다. 도시락 등 푸드류와 냉동식



방점을 설치해 하는 기록적인 폭염과 리우 올림픽 중계 덕에 비수기에 속하는 여름 시즌의 유통업계 매출이 늘었다. 최근 먹을거리 판매가 크게 늘어난 세븐일레븐은 이날 말까지 롯데카드로 구매시 30% 할인해주는 행사를 벌인다.

사진제공 | 세븐일레븐

품은 각각 37.1%, 18.0% 올랐다. 맥주도 13.1% 증가했다. 세븐일레븐은 이에 ‘한 여름 밤 아식 파티’ 기획전을 마련하고 이달 말까지 롯데카드로 구매시 30% 할인 판매한다. SK플래닛 11번가의 경우도 지난달 30일부터 이달 5일까지 관련 상품 매출이 급증한 것으로 나타났다. 과자와 간식 매출은 25%, 만두, 피자, 떡볶이, 튀김 등의 간편 가공식품은 77% 올랐다.

세백 음원을 위한 무알콜 음료와 아침대용의 간편 가정식 매출 역시 각각 52%, 44% 증가했다.

홈쇼핑 매출이 늘었다는 점도 눈길을 끈다. 무더위로 쉽게 잠을 못 드는 데다 올림픽 경기를 기다리는 사람들이 틈틈이 채널을 돌렸기 때문으로 분석된다. 실제로 주요 경기 전후에 진행된 생방송 매출이 특히 많이 늘어난 것으로 나타났다. CJ오쇼핑에 따르면 지난 11일

진종오 선수가 금메달을 딴 전후 시간에 방송한 ‘LG 정수기 렌탈’의 주문량은 전 주보다 2배 증가했다. 같은 날 한국 축구 대표팀 예선 경기 전후 시간에 방송한 구스다운과 알파카 코트 등 역 시즌 패션상품 판매의 경우도 3시간 30분 동안 총 7400여 세트를 판매해 4억5000만원의 매출을 올렸다. 이는 전주 같은 시간대보다 무려 4배 높은 매출이다.

김영근 기자 dionys@donga.com

여름 보양식의 왕, 삼계탕보다 해산물?

G마켓, 복날 보양식 판매량 조사
장어·전복 등 해산물이 1위 올라

해산물이 무더위 여름 보양식으로 인기를 끌고 있다. 오픈마켓 G마켓에 따르면 말복을 일주일 앞둔 5일부터 11일까지 해산물 판매량이 지난해보다 25% 증가했다. 특히 문어는 432% 증가해 5배 이상 늘었다. 전복과 문어 등 온라인에서 잘 수 있는 신선식품 영역이 확대됐기 때문으로 분석된다.

실제로 G마켓이 복날 인기 보양식의 품목별 판매량을 조사한 결과 지난해 처음으로 해산물이 삼계탕을 제치고 1위에 오른 것으로 나타났다. 2013년부터 2015년까지 3년간 말복 일주일 전 판매량을 기준으로 집계한 결과다. 대표 보양식으로 꼽히는 삼계탕과 해산

물, 오리고기, 한우로 나눠 조사했다. 해산물엔 장어, 낙지, 전복 등 보양식 인기 품목을 포함했다.

그 결과 2013년 말복 직전 판매량은 삼계탕(68%), 오리고기(17%), 해산물(10%), 한우(5%) 순이었다. 하지만 2014년엔 해산물 판매량이 2013년 같은 기간에 비해 2배 가까이(92%) 증가하며 오리고기를 제치고 2위에 올라섰다. 비중도 22%로 증가했다. 또 지난해 말복을 앞두고는 2014년과 비교해 60% 이상 높은 성장세를 기록하며 삼계탕을 제치고 1위에 올라섰다. 지난해 보양식 판매비중은 해산물(38%), 삼계탕(37%), 오리고기(19%), 한우(6%) 순으로 나타났다. 세부품목별로는 전복과 장어가 2014년과 비교해 각각 27%, 179% 증가하며 판매량 1·2위를 기록했다.

김영근 기자

추석선물 미리 짚하세요

11번가 등 사전 예약 기획전 한창

민족의 명절 추석을 한달 앞두고 온라인몰들이 얼리버드 고객들을 위한 선물 기획전을 여는 등 예년보다 빨라진 특수 잡기에 나섰다. SK플래닛 11번가는 얼리버드 고객들을 잡고자 실속형 선물부터 프리미엄 선물까지 다양한 라인업을 갖춘 ‘추석선물 사전 예약 기획전’(사진)을 21일까지 실시한다. 한우, 미역과 다시마 등 신도불이 제품과 함께 화장품 세트 등 해외 브랜드 기획전도 연다. 11번가는 추석선물 사전 예약자에 한해 1만원 이상 상품 구매시 사용할 수 있는 20% 할인(최대 3000원)쿠폰을 준다. 5만원 이상 구매 고객은 5000원 할인쿠폰, 10만원 이상 구매 고객은 1만원 할인쿠폰을 지급한다. 티벳



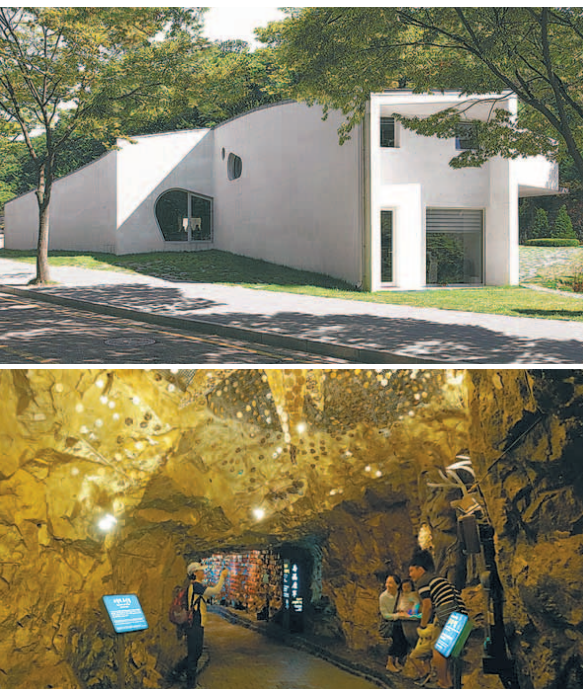
몬스터는 생활용품과 식품 등의 선물세트부터 귀성길 차량점검, 외식이용 쿠폰까지 명절과 관련한 상품을 최대 20% 할인하는 ‘추석 파워세일’ 프로모션을 다음달 16일까지 진행한다. 추석전용관 상품에 적용 가능한 5만원 이상 구매시 6000원, 2만원 이상 구매 시 3000원이 할인되는 쿠폰을 준다. 국민과 신한, 롯데, 비씨&우리카드 등 4대 신용카드로 결제시엔 10만원 이상 2만원 할인 혜택을 받을 수 있다.

김영근 기자

레저



스테이케이션족의 구미를 당기게 하는 서울 근교의 핫 플레이스들.(왼쪽부터 시계 방향으로)다양한 분야 20여만 권의 장서와 함께 책 읽는 이에 대한 배려가 돋보이는 파주 출판단지 지혜의 숲. 시원한 공간이 인상적이다. 안양예술공원에 위치한 친환경 예술작품 공간 안양 파빌리온. 금을 캐던 광산에서 착안해 40m 길이에 조성한 광명동굴 황금길.



박물관·도서관으로 피서 떠나요

가족과 함께 더위도 잡고 교양도 쌓고
밤새 독서 삼매경…동굴 이색 체험도

■ 서울 근교 스테이케이션 명소

휴가 때 멀리까지 않고 도심이나 가까운 근교, 아니면 아예 집에서 여유롭게 지내는 ‘스테이케이션’(Stay(머물다)+Vacation(휴가))은 이제 여가의 여러 트렌드 중 하나로 당당히 자리 잡았다. 스테이케이션의 핵심은 이동시간이나 이동거리가 짧고 일정도 부담스럽지 않은 곳에서 즐기는 것이다. 특히 스테이케이션족은 일정이 여유로운 만큼 한번 보고 지나가는 형식의 ‘구경’보다는 긴 시간을 갖고 느끼고 경험하는 체험형 프로그램을 선호한다. 요즘 서울 근교에는 예술전시회부터 다양한 체험 활동까지 취향에 따라 선택할 수 있는 명소들이 있다.

●자연과 예술의 만남, 안양예술공원

안양예술공원의 안양파빌리온은 1회 안양공공예술프로젝트(APAP)를 통해 지은 건축물이다. 공공예술 전문서적들

이 꽃혀있는 서가, APAP 아카이브 등 다양한 공간으로 구성했고, 다양한 문화예술프로그램을 연중 운영한다. 안양 예술공원에는 2005년부터 실시한 안양 공공예술프로젝트를 통해 설치한 세계적인 예술 거장들의 작품을 자연 속에서 만나볼 수 있다. 전문 도슨트의 해설과 함께 감상할 수 있는 APAP 투어도 진행하고 있다.

●무더위 잊고 라스코 동굴벽화 감상도… 광명동굴

버려져 있던 폐광을 자연관광 콘텐츠로 탈바꿈해 서울 근교의 명소로 자리 잡았다. 빛의 공간, 식물공장, 동굴 예술의 전당, 황금폭포, 황금궁전, 동굴의 제왕 등으로 나누어 폭염이 기승을 부리는 요즘, 시원한 동굴 바람을 즐기며 더위를 잊을 수 있다. 9월까지 열리는 ‘프랑스 라스코 동굴벽화 국제순회전’과 광산이란 역사적 배경에 착안한 사

금채취, 광산모자 만들기 등의 체험 프로그램 등이 인기다.

●과학도 꿈꾸는 아이들의 성지, 국립과학관

2008년 개관 이후 매년 200만여 명이 찾는 곳이다. 기초과학뿐 만 아니라 천문과 해양, 자연사, 로봇 등 모든 과학영역이 한데 모여 있어 관심 있는 분야를 선택해 즐길 수 있다. 700여 개의 과학 전시물과 이와 연계된 교육을 일년 내내 진행하고 있다. 1,2층으로 구성된 상설전시관 중 기초과학관에서는 생활 속 과학 원리를 체험할 수 있어 수학과 화학 등의 기초이론을 몸으로 쉽게 익힐 수 있다.

●열대야 피해 찾아가는 24시간 도서관, 파주 출판단지 지혜의 숲

개관 2주년을 맞은 파주 출판단지 지혜의 숲은 20만권 정도의 다양한 도서를 구비하고 있다. 누구나 책을 읽을 수

있는 독서공간이자 전시, 인문학 강연 등을 즐길 수 있는 복합문화공간이다. 1~3관 중 2관에는 어린이 책 코너가 별도로 있고, 3관은 24시간 개방해 밤새 시원한 공간에서 책을 읽을 수 있다. 도서관 위에는 숙박시설인 게스트하우스도 있어 숙박하며 밤늦게까지 책을 읽거나 공부하는 것도 가능하다.

●아이부터 엄마 아빠까지 환영, 부천 한국만화박물관

체험존에는 만화가의 주요 작업도구인 라이트박스를 이용해 만화 캐릭터를 그려보는 프로그램이 준비되어 있다. 1층에는 다양한 무대공연도 가능한 애니메이션 전용상영관을 갖추고 있다. 국내 최대규모의 만화전문도서관이 있어 일반 열람실뿐 만 아니라 어린이를 위한 아동열람실과 애니메이션 감상이 가능한 영상열람실을 보유하고 있다.

김재범 전문기자 oldfield@donga.com

느리게 가는 편지, 추억을 선물합니다

아시아나항공 고객 참여 서비스
기내서 쓴 편지 6개월 뒤에 발송

여백 있는 서비스로 고객의 감성을 자극한다. 국내 항공사들 사이에 기내 특화 서비스 경쟁이 갈수록 치열해지고 있다. 고객의 마음을 사로잡기 위한 다양한 아이디어들이 등장하는 가운데, ‘빠를수록 좋다’는 서비스의 통념을 깬 색다른 특화서비스가 사랑받고 있다.

아시아나항공 오즈 러브레터팀이 진행하는 ‘느리게 가는 편지’(사진)는 다른 특화 서비스가 기내에서의 이색체험이나 색다른 편의를 제공하는데 초점을 맞춘 것과 달리 잊고 있던 아날로그 감성을 자극하는 고객 참여형 서비스다. 기내에서 이 서비스를 신청하면 특별 제작한 편지지, 봉투, 엽서, 스티커 등이 제공된다. 고객이 이를 이용해 연인, 가족, 친구 또는 자신에게 편지를 쓰면 승무원들이 착륙 전에 회수한다. 이렇게 기내에서 모은 편지를 6개월 뒤에 발송하는 것이 이 서비스의 핵심이다. 여



행, 출장, 유학 등 저마다의 사연으로 아시아나항공을 이용했던 사람들이 쓴 편지를 6개월 후에 받아보며 새로운 추억을 만드는 특별한 경험을 할 수 있다. 현재 아시아나항공에는 바리스타 자격증을 가진 승무원이 실시하는 바리스타 라떼 아트를 비롯해 승무원 체험, 온보드 세트, 전통문화체험, 각테일, 포토제니, 딜라이터스, 매직, 차밍, 차일드, 오즈 러브레터 등 16개의 특화서비스가 있다.

김재범 전문기자

한국테마관광 88선 유쿠 영상 내일 공개

한국관광공사는 18일 아시아 최대 온라인 영상채널 YOUKU(유쿠)의 ‘친애하는 옷장-한국특별편’ 3편을 통해 ‘중화권시장 맞춤형 대표 테마관광상품 88선’(이하 ‘88선’)을 소개한다. 진행자인 중국의 톈톈 리아이(李艾)가 한국을 방문해 체험하는 형식으로 중국 도시 거주 18세~45세의 젊은 여성층을 대상으로 한다. 1편과 2편이 각각 2000만 뷰, 4000만 뷰를 기록했다. 7월 촬영을 마친 3편에서는 그를 ‘제국의 아이들’ 멤버 동준이 출연해 리아이에게 방한관광 ‘88선’을 소개한다. ‘88선’은 중화권 관광객을 겨냥해 한국관광공사가 한식, 한류, 스포츠 등 25개 테마로 개발해 운영하는 88개의 방한여행상품이다.

원마운트 이용객에 스노우파크 무료 개방

경기도 고양의 테마파크 원마운트가 워터파크 입장 고객에게 스노우파크를 무료 개방한다. 이달 말까지 원마운트 워터파크를 방문하는 고객은 물놀이 휴식 시간에 상관없이 스노우파크에 무료입장할 수 있다. 당일 워터파크 입장 영수증을 스노우파크 입구에서 제시하면 된다. 원마운트 스노우파크는 북유럽 산타마를을 컨셉트로 조성한 겨울 테마파크로다. 얼음썰매, 동물썰매, 스케이트를 즐길 수 있다. 스노우파크에서 착용할 방한복, 방한신발, 장갑 등은 무료 대여한다. 체온유지 및 휴식을 위한 힐링센터(만 15세 이상)와 키즈센터(전 연령 입장 가능) 입장이 가능하다.

편지 | 고창길 기자 ico@donga.com