



설 명절 연휴를 맞아 반려동물 시장이 대목을 맞았다. (왼쪽부터 시계방향으로) 한복을 입은 강아지, 자가용에서 카시트를 이용 중인 강아지, 설 연휴 기간 반려동물을 맡길 수 있는 애견호텔. 사진제공 | 이즈독, 코카스빈, 펫앤펫

꼬까옷 입고 설 쇠러 가는 강아지들

설 대목 맞은 반려동물 시장

반려견 설빔 한복 주문 폭주... 없어서 못 팔 정도 연휴 기간 애견호텔 예약·펫시터 고용도 잇따라



‘준비가 필요해!’
설 명절 연휴가 임박한 가운데, 반려동물 시장이 대목을 맞았다. 반려동물을 위한 특별한 선물을 구매하는가 하면 애견호텔 등 연휴 동안 반려동물을 돌봐줄 곳을 찾느라 분주한 모습이다. 이는 온라인 쇼핑 매출 변화에서도 확인할 수 있다. 24일 G마켓에 따르면 지난 12~19일 반려동물 용품 판매율이 전년 동기 대비 36% 상승했다. 세부항목으로 강아지 간식 19%, 고양이 간식 84%, 장난감 54%, 외출용품 20%, 강아지 리우패션이 26% 증가했다.

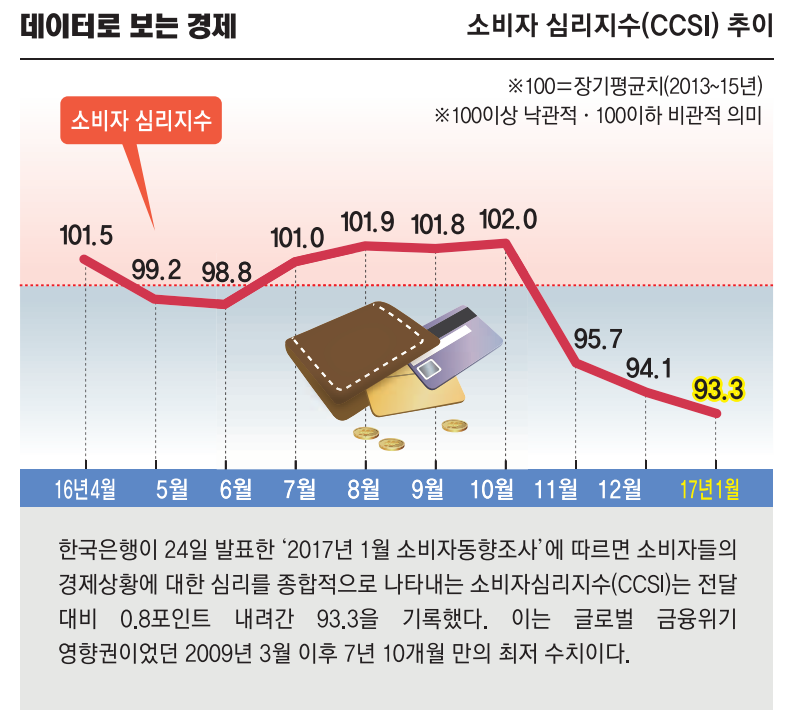
● 새해맞이 꼬까옷부터 실용적 선물까지 인기
한복이 반려견 설빔으로 인기다. 반려동물 의류전문 사이트 ‘이즈독’은 설 명절을 앞두고 최근 3주간 한복만 800벌 정도가 판매됐다고 밝혔다. 일반 의류가 1만

원대인 것에 비해 10만원이 훌쩍 넘는 고가이지만 없어서 못 팔 정도라는 게 관계자의 설명. 가족과 같은 반려동물에게 한복을 입혀 함께 명절을 보내려는 사람들이 많아졌기 때문으로 분석된다. 뿐만 아니라 선물하기 좋은 간식이나 장난감 등의 매출도 증가했다.

● 반려동물과 떠나는 장거리 여행
반려동물과 함께 귀성길에 오르는 보호자들은 안전한 외출을 위해 만반의 준비를 한다. 자가용을 이용해 여행을 떠나는 반려인의 경우 애견카시트를 설치한다. 애견카시트 속 보조 줄을 반려동물의 목줄과 연결하면 운전 중 반려동물의 돌발 행동을 막을 수 있고, 사고 시 밖으로 튕겨나가는 것을 방지할 수 있다. 대중교통을 이용할 때는 반려동물 이동가방을 필수로 사용해야 한다. 이동가방은 반려동물을 안전하게 이동하는데도 효과적이지만 다른 승객에게 불편함을 주지 않도록 막아준다. 또 반려동물과 함께 장거리를 떠날 경우, 말미에 대비해야한다. 동물병원에서 약을 처방받는 방법도 있지만 말미가 심한 반려동물일 경우 약보다 애견호텔을 이용하는 게 좋다.

● 호텔에서 명절 쇠는 반려동물들

설 연휴 동안 반려동물과 함께하지 못하는 반려인의 경우 애견호텔을 많이 찾는다. 애견전문가가 상주해 강아지들을 전문적으로 돌봐주는 것은 물론 스파와 미용 케어를 진행하는 매장도 있어 다수의 반려인들이 선호하는 추세다. 애견호텔 펫앤펫 관계자는 “설 연휴 두 달 전부터 애견호텔을 이용하려는 예약문의 전화가 계속 오고 있다”며 “이미 명절 2주 전에 예약이 100% 완료된 상황”이라고 했다. 강아지가 낮가림이 심한 경우, 펫시터를 고용하기도 한다. 반려동물을 집중적으로 돌볼 수 있는 장점이 있다. 다만 자질이 부족한 펫시터의 경우 오히려 안전사고가 발생하는 경우가 있으니 사전 조사를 철저히 해야 한다. 명절이면 동물병원도 비상등이 켜진다. 구토나 설사 등 음식을 잘못 먹어 탈이 나거나 장시간 이동으로 멀미가 심해 찾는 경우도 있다. 이 때문에 수의사들은 반려동물들도 명절 중후군을 겪고 있다며 보호자들의 주의가 필요하다고 강조한다. 최인영 러브펫코리아 원장은 “명절의 경우 반려동물이 사람 음식을 집어먹을 가능성이 많아 탈이 나기 쉽다”며 “평소 보지 못했던 낯선 사람들이 갑자기 많이 찾아오는 것도 반려동물들에게 스트레스가 될 수 있으니 세심한 보호가 필요하다”고 조언했다.



펫앤, 프리미엄 애견 간식 '뉴 더 그린' 리뉴얼
반려동물 업체 펫앤은 프리미엄 애견 간식 '더 그린'을 '뉴 더 그린'으로 리뉴얼 출시했다. 풍부한 영양과 효능이 특징으로, 글루텐이 없는 감자를 주성분으로 제조해 아토피에 민감한 반려견에게 좋다. 100% 유기농 재료들로 만들어 면역력을 증강시키고 풍부한 영양을 공급한다. 혼합 스틱·화이트 스틱·그린 스틱·해조류 스틱·로즈본 스틱 등 총 5종류로 구성됐다. 펫앤 측은 “고객들에게 더 좋은 모습을 보여드리기 위해 업그레이드 된 '뉴 더 그린'을 선보였다”며 “반려동물의 건강까지 생각한 제품”이라고 했다. 김현진 객원기자

네츄럴코어, 친환경 반려동물 샴푸·코롱 선봬
반려동물 업체 네츄럴코어가 강아지·고양이 모두에게 사용 가능한 '네츄럴센츠 샴푸 & 코롱'을 내놓았다. 모발의 뿌리부터 끝까지 영양분을 골고루 공급해 이미 손상된 모발에도 윤기가 나게 만든다. 또 건조 시 열로부터 반려견의 모발을 보호해 손상을 최소화시키는 효과도 있다. 고농축 샴푸로 물과 샴푸를 6:1로 희석해 사용하는 것을 권장하지만 반려동물 모질에 따라 원액을 몸에 얇게 도포한 뒤 마사지 하듯 문질러 씻어주면 탁월한 세정 효과를 볼 수 있다. 투스칸 올리브·핑크 자스민·데저트 야구베·레몬글라스 앤 베베나 등 총 4종으로 구성됐다. 김현진 객원기자

정관장, 설 연휴 전날까지 '당일배송' 서비스
KGC인삼공사는 설 연휴를 앞두고 미처 선물을 준비하지 못한 고객을 위해 일반 택배 배송이 종료된 후에도 설 연휴 전날인 26일까지 '당일배송' 서비스를 실시한다. 정관장 '당일배송' 서비스를 희망하는 고객은 26일 정오까지 전국 정관장 매장에서 배송 가능 지역 여부를 확인 후 신청하면 된다. 전국 정관장 매장에서 신청 가능하며, 20만원 이상 구매 고객에게는 무료로 '당일배송' 서비스를 제공한다. 원성열 기자

락앤락 '팬시 보온 죽통' 내놔
락앤락이 '팬시 보온 죽통'을 내놨다. 밝고 경쾌한 레인보우 색상과 귀여운 디자인이 특징. 콤팩트한 사이즈로 따뜻한 수프부터 밥·죽·디저트 등 다양한 음식의 보관과 휴대가 가능하다. 특히 예쁜 미니 화분을 연상시킬 만큼 독특한 라인이 살아있는 디자인은 손으로 잡았을 때 더욱 안정적인 그림감을 구현했다. 여성과 남성, 혹은 개인 식사량에 따라 제품을 선택할 수 있도록 용량은 280mL와 400mL 두 가지로 구성했다. 정정욱 기자

롯데마트 '테' 패션 한복 9종 출시
롯데마트 PB의류 브랜드 '테'는 설을 맞아 한복 디자이너가 직접 디자인한 패션 한복 9종을 내놓았다. 가격대가 10만원 안팎으로 디자이너가 직접 만든 한복이 약 70만원 수준인 점을 감안하면 저렴한 게 특징이다. 최근 젊은 층을 중심으로 한복에 대한 관심이 높아지고 있는 점을 고려해 명절뿐 아니라 평소에도 입고 다닐 수 있도록 현대적인 디자인을 접목했다. 활동성과 세탁 용이성까지 신경 써 제작했다. 정정욱 기자



중국 춘제 연휴 기간에 방한하는 '싼커' 고객을 잡기 위한 유통업체의 움직임이 분주하다. 롯데백화점 본점 사은행사장에서 사은품을 수령하고 있는 중국인 관광객들(왼쪽)과 최근 아이파크몰 사은행사장에서 사은품을 수령하고 있는 중국인 관광객들(오른쪽). 사진제공 | 롯데백화점, 아이파크몰

'싼커'가 몰려온다...춘제 특수 잡아라

(젊은 중국인 관광객)



‘싼커를 잡아라!’
2017년 연시, 유통업체 2라운드 대전의 막이 올랐다. 1라운드가 설 명절이었다면 2라운드는 중국 최대 명절인 춘제 연휴(1월27일~2월2일)가 타깃이다. 14만명의 중국인 관광객들이 한꺼번에 몰려올 것으로 전망되는 가운데, 중국인들의 ‘통큰 씬쌔’를 기대하는 유통업체의 움직임이 분주하다. 하지만 큰 변수가 있다. 중국 정부가 ‘고고도 미사일 방어체계(사드) 한반도 배치’를 문제 삼아 경제적 보복 조치에 나서면서 춘제 연휴에 단체 관광객 수가 줄어들 것이라는 전망이 지배적이다. 다만 일명 ‘싼커’라 불리는 젊은 중국인 개별 관광객 수는 꾸준히 늘고 있어 유통업체는 싹새 공략을 강화하고 있는 모습이다. 24일 중국 온라인 여행사 씨트립에 따르면, 지난해 한국을 방문한 전체 중국인 개별관광객 중 80년대생(30~39세)이 47%, 90년대생(18~29세)이 27%에 달한 것도 이를 방증한다.

선두주자는 현대백화점. 싹새를 불러 모으기 위해 중국인 관광객을 대상으로 진행하는 할인 행사 및 VIP 프로그램 적용 대상 점포를 기존 2개점(압구정본점·무역센터점)에서 총 9개점으로 확대했다. 또 중국인이 주로 사용하는 SNS 채널인 위챗 공식 계정을 이달 말 오픈하고 이를 활용한 마케팅에 적극 나선다. 중국의 온라인 유명인사인 ‘왕홍’ 카드를 꺼내는 경우도 있다. 왕홍은 ‘온라인상 유명인사’를 뜻하는 ‘왕위홍’의 줄임말로 사회관계망서비스(SNS)와 동영상 사이트 등에서 주로 활동한다. 우리로 말하면 일종의 파워블로거 격이다. 롯데백화점이 대표적으로, 최근 2030 싹새 공략을 위해 중국의 왕홍을 초청해 뷰티 관련 인터넷 생방송을 진행했다. 인기 화장품 브랜드 매장에서 신제품을 소개하고 메이크업 쇼도 곁들였다. 아이파크몰도 최근 총 250만명의 팔로어를 보유하고 있는 왕홍을 초청해 쇼 필름을 직접 둘러보는 모습을 중국 현지에서 생방송으로 중계했다.

현대백-VIP 적용 확대 신세계·황금알 이벤트 롯데백·아이파크몰도 왕홍 SNS 마케팅 돌입

다채로운 이벤트는 덤이다. 신세계백화점은 31일까지 중국인 개별관광객이 많이 찾는 본점에서 ‘황금알 뽑기’ 이벤트를 연다. 인형뽑기를 하듯 뽑기 기계 안에 들어있는 황금알을 뽑는 행사다. 회사 측은 “예로부터 중국에서 황금알이 행운을 의미한다는 것에 착안한 행사”라며 “경품 수도 중국인들이 가장 좋아하는 숫자 8을 응용해 888개 준비했다”고 했다. 두타몰은 내달 5일까지 ‘행운의 룰렛 이벤트’를 연다. 당일 10만원 이상 구매고객 대상 사은행사로 참가자 모두에게 즉석 경품을 제공한다. 1등 당첨자 2명에게는 200만원 상당의 황금닭 골드바를 선물한다. 이완신 롯데백화점 마케팅부장은 “백화점을 방문하는 개별 관광객이 꾸준히 증가하면서 중국인 고객의 연령대도 낮아지고 있다”며 “향후 한류콘서트, 인터넷 웹 연계서비스 등 연령대가 낮은 싹새를 대상으로 다양한 마케팅을 진행할 계획”이라고 했다.

정정욱 기자 jay@donga.com 편집 | 고창일 기자 ico@donga.com

■ 신간
● 손자병법 - 삶은 왜 전쟁인가(손무 저·이현서 편저 | 동아일보사)
중국 춘추시대 손무가 지은 손자병법은 현존하는 병법서 중 ‘최고(最古)’이자 ‘최고(最高)’로 일컬어진다. 중국의 일곱 가지 병서인 ‘무경칠서’ 가운데 당당히 첫 번째로 꼽힌다. 약 5900자의 본문 안에는 병학의 정수가 모두 담겨 있다고 해도 과언이 아니다. 조조와 마오쩌둥에서부터 나폴레옹과 빌 게이츠에 이르기까지 세기의 리더들이 손자병법을 가까이 두고 즐겨 읽었다. 이 책은 전체 13장으로 된 손자병법 원문 가운데 조직생활과 연관성이 깊은 부분을 선별해 현대적으로 해석하고 풀어 썼다. 읽다보면 과연 손자병법이 결코 고리타분한 고전이 아니라는 것을 실감하게 된다. 변화와 흐름에 민감하게 대응하고, 달라진 환경에 민첩하게 대처하는 것이야말로 손자가 가장 중시하는 부분이었다. 현대인의 삶은 전쟁과 별반 다르지 않다. 손자병법은 일상이라는 이름의 전쟁터로 나아가는 독자들에게 생각과 지혜의 힘을 길러준다. 양형모 기자