

롯데마트, '여름 바캉스 상품 행사'...최대 50% 할인 판매

롯데마트가 26일까지 전점에서 '여름 바캉스 상품 할인 행사'를 연다. '인텍스 돌고래 라이드온 튜브'와 '돌핀클럽2 아쿠아물총' 등 물놀이용품을 최대 50% 할인 판매한다. 또 캠핑용품도 저렴하게 판매해 '마운틴이큘먼트 3초 팝업텐트'를 5만9800원에, 간편하게 어디서든 사용 가능한 '마운틴이큘먼트 베이직체어'를 2만9800원에 내놔다.



유아용품시장 여는 황금열쇠 아세요?

(Gold Keys)

육아시장 이끄는 8가지 키워드

저출산에 'VIB'·'1베이비 10포켓' 현상
글로벌·럭셔리·편집숍 제품 수요 증가
유희로 트렌드 상품과 키즈 카페도 인기



트렌드

'골드키즈(Gold Keys)'

최근 일고 있는 유아용품 트렌드다. 글로벌 유통환경(Global), 오가닉 열풍(Organic), 럭셔리 제품(Luxury item), 디자이너 브랜드(Designer Brand), 키즈 카페(Kids cafe), 편집숍(Editorial boutique), 유희로(Yolo), 개성(Swag)을 뜻하는 영어단어의 첫 글자를 조합한 단어.

●'VIB' 출현과 '원 베이비 텐 포켓' 현상

이는 VIB(Very Important Baby·매우 소중한 아이)와 '원(1) 베이비 텐(10) 포켓'으로 대변된다. 'VIB'는 출산율이 하락해 아이 한 명에게 가족의 관심이 집중되면서 좋은 것만 챙겨주려는 소비층의 자녀를 뜻하는 신조어. '원(1) 베이비 텐(10) 포켓'은 아이 한 명에 부모 뿐 아니라 할머니, 할아버지, 이모·고모·삼촌, 사촌, 친구 등 10명의 주머니에서 돈이 나온다는 뜻으로, 출산



글로벌 유통, 오가닉 열풍, 럭셔리 제품, 디자이너 브랜드, 키즈 카페, 편집숍, 유희로, 개성, 요즘 유아용품 트렌드를 좌우하는 8가지 핵심 키워드다. '골드키즈(Gold Keys)'라고 불리며 육아맘들의 마음을 파고들고 있다. 사진은 최근 경기도 고양시 소재 킨텍스에서 열린 '제25회 맘앤베이비엑스포'.

사진제공 | 맘앤베이비엑스포

율 저조로 태어나는 아기는 매년 줄고 있지만 유아 관련 시장은 매년 성장하고 있는 아이러니한 상황이 펼쳐지고 있는 것도 이 때문이다.

상황이 이렇다보니 글로벌 트렌드에 관심이 높은 해외직구족 육아맘이 등장하는가 하면, 프리미엄 키즈용품 및 럭셔리 제품에 대한 수요도 증가하고 있는 모습이다.

또 독특하고 감성적인 디자인의 옷을 구매하려는 수요가 늘면서 '타이니플레이스' 등 디자이너 브랜드들이 입점한 편집숍의 인기도 날로 커

지고 있다. 여기에 '스웿' 넘치는 유·아동 액세서리 상품도 핫 아이템으로 급부상했다. '쁘띠마르송'에서 전개하는 '썬앤도터스의 XO 프레임 선글라스'가 그 예다.

●'유희로' 열풍부터 '키즈카페'까지

2017 트렌드인 '유희로' 가치관을 지닌 부모가 증가한 것도 눈에 띈다. '인생은 한 번 뿐'을 모토로 피크닉·캠핑 등 아웃도어 라이프를 즐기는 가운데, 자연스레 관련 유·아동용품 수요도 커졌다.

더불어 아이를 위한 복합문화공간 산업도 발전하고 있다. 최근 백화점 등 쇼핑공간에서 키즈카페가 새로운 유아 타깃 아이템으로 각광받고 있는 것. 경향 타임스퀘어 내 어린이 직업 체험관 '키즈앤키즈'와 롯데몰 은평에 위치한 '롯데월드키즈파크'가 그 예로, 키즈 카페가 단순한 놀이터가 아닌 부모와 아이들의 복합문화공간으로서 기능하고 있다는 게 유통업계 관계자들의 전언이다.

홍주영 아가방앤컴퍼니 상품기획실 상무는 "저출산 시대에 '골드키즈(Gold kids)'를 위한 소비트렌드는 유아동 업계가 시장을 선점해 나갈 '골드키즈(Gold keys)'가 될 것"이라며 "향후 트렌드에 맞는 다양한 상품과 서비스를 출시하겠다"고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

경제현장.jpg

케이뱅크 "출범 100일 축하해요"



케이뱅크가 11일 출범 100일을 맞은 가운데, 고객 40만명 유치·여신 6100억원·수신 6500억원을 기록하는 등 순항 중이다. 심성훈 케이뱅크 은행장은 "금융·정보통신기술 융합을 토대로 상품 라인업을 더욱 확대해 혁신적인 금융상품 서비스를 지속적으로 제공하겠다"고 했다. 심 은행장(가운데)과 직원들이 11일 서울 중로구 소재 케이뱅크 사옥에서 출범 100일 맞이 기념 촬영을 하고 있다.

정정욱 기자·사진제공 | 케이뱅크

'2015년 면세점 선정' 관세청이 조작했다

심사점수 왜곡해 롯데 불리하게 선정
감사원, 관세청 직원 4명 등 수사요청

한때 '황금알을 낳는 거위'로 불리던 면세점의 사업자 선정이 불합리했다는 감사원 감사결과가 나와 업계가 큰 충격에 빠졌다. 감사원은 국회의 감사요구를 받아 '면세점 사업자 선정 추진실태'를 감사한 결과, 관세청이 2015년 7월과 11월 면세점 사업자를 선정하면서 호텔롯데에 불리하게 점수를 산정해 탈락시킨 사실이 드러났다. 또한 2015년 12월 서울 시내 면세점 수가 늘어난 것도 박근혜 대통령이 경제수석실에 지시해 관세청이 기초 자료를 왜곡한 것으로 확인됐다. 감사원은 2015년 7월 면세점 특허 심사의 경우 관세청이 서울 시내 3개 신규 면세점 선정심사를 하면서 3개 항목 점수를 부당하게 산정해 호텔롯데의 총점을 190점 적게, 한화갤러리아타이민월드는 240점 많게 계산했다고 지적했다. 이로 인해 당시 신규 면세점으로 한화갤러리아타이민월드가 선정됐다.

2015년 11월에도 관세청은 롯데월드타워

점 특허심사에서 호텔롯데에 대해 2개 계량항목의 점수를 부당하게 산정해 정당한 점수보다 191점을 적게 받게 했다. 당시 심사에서 롯데월드타워점이 면세점 특허를 갱신하지 못하고 두산이 새로 선정됐다.

심지어 관세청은 심사 당일 심사위원장이 심사위원 앞에서 "시내면세점 시장의 독과점 구조를 해소해야 하니 고려해달라"는 공정위 공문을 낭독토록 해 호텔롯데에 불리한 분위기를 조성했다.

감사원은 당시 심사에 관여했던 전 서울세관 담당과장 A씨 등 관세청 직원 4명을 허위 공문서 작성 및 동행사, 위계에 의한 공무집행 방해 등 혐의로 검찰에 수사를 요청했다. 사업 계획서 등 심사자료를 업체에 되돌려주거나 파기하도록 결정한 전홍욱 관세청장도 공공기록물법 위반 혐의로 검찰에 고발됐다. 천 청장은 2015년 당시 관세청 차장으로 재직했다.

또한 감사원은 2016년 서울 시내 면세점 신규특허 발급 최종 책임자인 김낙희 당시 관세청장과 무리하게 특허발급을 추진한 최상목 기획재정부 전 1차관에 대해 인사처에 관련 내용을 인사자료로 통보했다.

김재범 기자

中금한령·北미사일실험...관광위기 최악

관광공사·지자체 등 공동 대책회의
국내여행촉진 캠페인 등 대안 논의

"현재의 위기가 연말까지 계속되면 2015년 메르스 사태 때 시장 침체보다 5배 더 심각할 수 있다."

중국의 사드배치 보복으로 인한 한국관광 급지조치(금한령)와 북핵·미사일로 인한 한반도 위기설이 겹치면서 방한관광시장이 큰 위기를 맞고 있다. 이에 한국관광공사(NTO)를 비롯해 17개 지자체, 지방관광공사(RTO) 등 관광산업 현장의 책임자들은 11일 오전 서울 프레스센터에서 공동 대책회의를 열었다.

'관광산업 복합위기 극복 대책회의'라는 테마로 열린 이날 논의에서 참석자들은 현재의 상황이 심각하다는데 인식을 같이했다. 방한관광시장은 현재 3월 중국의 '한국여행 금지 7대 지침'(금한령) 이후 중국인 관광객이 급감하는 가운데, 4월부터 대두된 북핵·미사일 실험으로 인한 위기설로 다른 국가 방한 관광객도 감소하는 복합위기가 계속되고 있다. 한국관광공사 국제관광전략실 안덕수 실장은 "금한령 이후 한국을

방문한 외래객이 전년 대비 3월(-11.2%), 4월(-26.8%), 5월(-34.5%) 등 감소폭이 계속 늘어나고 있다"며 "자칫 관광부문에 L자형 장기 침체가 닥칠 수도 있다"고 우려했다.

한국관광공사는 2015년 메르스 사태 때 방한 관광객 감소가 전년 대비 97만명(6.8% 감소)을 기록한데 비해, 현재 복합위기가 연말까지 계속될 경우 전년 대비 최대 469만명(27.2% 감소)까지 떨어질 수 있다고 예측했다.

이날 참석자들은 역대 최악의 관광위기 상황 극복을 위한 다양한 대책을 제시했다. 우선 한국관광공사는 계속 늘어나는 해외여행 수요를 국내로 전환하기 위해 '근로자 휴가확산+국내로 여행 촉진' 캠페인을 실시하고, 둘째 인바운드 시장 변화에 따른 몽고, 카자흐스탄 등 잠재시장 개척 방안을 논의했다. 특히 양적 성장에서 질적 성장으로 관광산업의 근본적인 체질개선을 위해 한국관광품질인증제 확대 및 고품질 콘텐츠 발굴 방안 등을 협의했다. 이와 함께 정부에 숙박제도 정비 및 규제완화, 근로자 국내여행비용 제도적 지원, 동남아 관광객 대상 비자조건 완화 등을 공동 정책건의로 제시했다.

김재범 기자 oldfield@donga.com

"기업광고에 CJ만의 컬러가?"

글로벌 라이프스타일 광고...한미 온에어

CJ그룹이 '세계인의 일상'편 TV광고를 시작했다. 지난 '패러다임의 변화'편에 이은 CJ그룹의 2017년도 두 번째 TV광고이다.

광고는 "CJ, 지금 어디야?"를 묻는 남자의 목소리로 시작된다. 이어 전 세계의 사람들이 CJ의 콘텐츠를 즐기는 모습이 생동감있게 보여진다. LA의 비비고, 멕시코의 오소펄, 호치민의 푸레주르, 파리의 Mnet, 카이로의 CJ E&M 등이 보여진다. 마지막엔 CJ가 계속 해오고 있는 일, "문화를 만듭니다" 슬로건과 "Live New"가 순차적으로 노출되며 광고가 마무리된다.

이번 광고에서 주목할 점은 기존에 보던 그룹 광고 형태가 아니라는 점이다. 지금까지 국내 대기업 그룹광고들은 그룹의 사회적 가치를 강조하기 위해 감성을 자극하거나 감동을 끌어내는 데에 중점을 두어 왔다. 하지만 CJ의 이번 그룹광고는 마치 CJ가 소비자의 친구가 된 것처럼, 함께 먹고 즐기고 경험하는 세계인의 일상을 실향하게 보여줌으로써 타 그룹광고들과 차별화된다. 7월1일 온에어된 이번 광고는 국내뿐 아니라 미국에서도 동시에 온에어되고 있다.

원성열 기자

카카오 앱 사용자 최대...구글·네이버 순

국내 사용자들이 가장 많이 사용하는 모바일 애플리케이션(이하 앱)을 보유한 회사는 카카오톡이다. 모바일 앱 분석 업체 와이즈앱은 지난 6월 한 달 동안 전국 2만3135명의 안드로이드 스마트폰 사용자의 앱 사용 표본조사를 실시한 결과 이같이 나타났다고 11일 밝혔다. 회사 그룹별 사용자 수는 카카오가

3500만 명으로 1위를 차지했으며, 구글(3400만명) 네이버(3200만명)가 뒤를 이었다. 이어 삼성전자와 SK, KT의 순이었다. 회사 그룹별 사용시간에서도 카카오는 333억분으로 1위에 올랐다. 이어 구글은 260억분, 네이버는 225억분으로 나타났다. 이어 삼성전자, 페이스북, 넷마블 순이었다.

김명근 기자

뉴스디자인 | 신하늬 기자

건강 기능식품

한국건강기능식품협회 GMP 인증

관절 및 연골건강에 도움을 줄 수 있는 -

삼성 MSM 100

건강 기능 식품

계단만 보면 한숨이 절로...

관절-연골

유기황 MSM 이란?

MSM은 연골, 인대, 연결조직 등을 구성하는 물질로 식약처로부터 기능성, 안전성을 인정받은 소재입니다.

전화주시면 30정 1통을 무료로 보내드립니다.

용량 : 500mg X 30정

※택배비 2,500원 본인부담

30정 1통 무료

▶ 이런분들께 권해드립니다.

- ◎ 노화로 관절건강에 이상이 있으신 분
- ◎ 하루종일 서서 일하시는 분
- ◎ 계단을 오르내릴때
- ◎ 관절사용이 많으신 분
- ◎ 무릎, 허리가 불편하신 분
- ◎ 과체중으로 관절건강에 유의해야 하는 분

유기황 MSM 30정 1통 무료신청 ☎ 02-906-3755 / 02-906-3756