겨울 시베리아 횡단열차타고 바이칼 기행 8일
정태언 문학박사(모스크바국립대학교)와 함께하는 겨울기행
1차 2월 5일(월)~12일(월)
2차 2월 20일(화)~27일(화)
블라디보스토크, 바이칼, 알혼섬, 이르쿠츠크 문의:02-730-2270

‘가성비’ 위에 ‘가심비’

〈가격 대비 성능〉 〈가격 대비 만족〉






2018 무술년 소비트렌드로 워라밸 세대가 이끄는 ‘가심비’가 뜨고 있다. 현대백화점 압구정본점에 오픈한 ‘황금 개의 해 기념 기프트 샵’, 롯데마트 인천 송도점의 ‘해빗’ 매장 전경, 홈플러스의 ‘올 어바웃 푸드, 간편식 아시안푸드’.(왼쪽부터)
사진제공 | 현대백화점·롯데마트·홈플러스

2018 무술년 소비트렌드

제품 성능보다 심리적인 만족이 우선
일과 삶 균형 찾는 워라밸 세대 주도
드론·액션캠·게임패키지·웰빙식 인기

유통

2018 무술년 소비트렌드로 ‘가심비’가 뜨고 있다.

제품 구매 시 성능보다 심리적 만족을 더 우선시하는 소비 형태를 일컫는 신조어로, 가격 대비 성능인 ‘가성비’를 넘어 가격 대비 마음의 만족을 일컫는다. 일과 삶의 균형을 외치는 ‘워크 앤 라이프 밸런스’(Work&Life Balance), 일명 워라밸 세대가 주도하고 있다. 개인의 욕구가 크게 반영됐거나 당장의 만족도가 뚜렷하게 느껴지는 경험 소비에 지갑을 여는 게 특징. 100만원을 호가하는 고가의 드론을 비롯해, 영상물을 선호하는 만큼 전문가 사양의 액션캠 수요가 늘 것으로 예측된다. 또 각종 게임 패키지상품 등 게임 용품 기기도 인기를 끌 것으로 보인다.

패션 분야에서는 내가 좋으면 그만이라는 ‘놈 코어 룩(Norm core look)’이 대중적인 스타일로 자리 잡을 것으로 예상된다. 화려함보다는 평범한 디자인을 우선으로, 착용 시 느끼는 편안함에 주목한다. 보여주기식의 디자인보다는 개인의 편의와 실속에 더 치중하는 모양새다.

소비자가 애정을 갖고 있는 캐릭터를 형상화한 ‘캐릭터 협업’ 역시 가심비 소비의 대표 사례다. 제품 소비를 통해 마음에 안정을 찾고 스트레스를 해소할 수 있기 때문. 또 캐릭터 특유의 친근함을 앞세워 고객에게 친숙하고 부담없이 다가갈 수 있고, 강력한 연상 작용과 함께 제품 인지도 향상에도 효과가 크다는 장점도 있다. ‘만화 속 주인공이 입는 똑같은 옷’이라는 재미 요소를 가미해 탄생한 이랜드월드 스파오의 짱구 파자마가 대표적 예다. 또 현대백화점이 11일까지 압구정본점에 ‘황금개의 해 기념 기프트 샵’ 팝업스토어를 열고 다양한 황금개 관련 캐릭터 상품을 선보이는 것도 같은 맥락이다.

먹거리에서는 개인의 건강과 편의를 강조한 웰빙 간편식 및 프리미엄 간편가정식이 뜰 것으로 전망된다. 전문식당 및 외국 현지에서 즐길 수 있는 수준 높은 맛과 품질을 구현한 홈플러스의 ‘올 어바웃 푸드, 간편식 아시안푸드’가 대표적 사례. 또 롯데마트가 프리미엄 건강 라이프 PB브랜드인 ‘해빗’을 통해 고객에게 ‘건강가치’를 최우선에 두고 건강한 습관을 제안하는 상품 개발에 박차를 가하는 것도 눈에 띈다.

유통업계 관계자는 “2018 무술년에는 가심비와 워라밸 등 개인의 만족을 강조하는 분위기와 함께 새로운 양상의 소비 패턴이 자리잡을 것”이라며 “가치소비를 추구하는 소비 트렌드가 확고해지면서 개인 기호에 맞춘 제품들이 인기를 끌 것”이라고 전망했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com



유통업계는 지금 ‘딸기의 계절’

편의점, 제철시즌용 딸기샌드위치 출시
스파오, 딸기우유 색감 패션상품 선보여

본격적인 딸기철과 함께 유통업계의 ‘딸기 마케팅’이 한창이다. 우선 편의점 업계가 딸기 시즌에만 맛볼 수 있는 별미 제품을 출시 중이다. GS25는 제철 딸기를 사용한 ‘유어스 딸기샌드위치’를 내놓았다. 식빵에 생딸기와 생크림으로 토핑해 딸기와 생크림의 달콤하고 상큼한 풍미를 느낄 수 있는 과일 샌드위치다. 딸기 수확 시기인 1~4월 판매하며, 당일 수확한 딸기만을 사용해 가장 신선한 상태로 제조한 것이 특징이다.

세븐일레븐도 10일 제철 딸기를 활용한 디저트 샌드위치 ‘듬뿍듬뿍 딸기 샌드’를 선보인다. 빵 가득 생딸기를 토핑해 상큼하고 달콤함이 특징. 여기에 커스타드 생크림을 듬뿍 발라 고소하고 부드러운 식감을 느낄 수 있다. 김희재 세븐일레븐 조리빵 담당 상품기획자는 “딸기철에 한정 출시하는 딸기 샌드위치는 향긋함과 상큼함으로 젊은 여성 소비자들의 입맛을 사로 잡을 것”이라며 “향후 신선한 제철 과일을 활용한 색다른 시즌 메뉴로 새로운 먹거리 트렌드를 만들겠다”고 했다.

딸기는 패션 아이템으로 활용된다. 이랜드월드 SPA브랜드 스파오가 서울우유와 협업한 ‘스파오X서울우유 달달한 콜라보레이션’에서 엿볼 수 있다. 서울우유의 특징을 잘 녹여 패션에 접목시킨 것이 특징으로 의류뿐 아니라 신발, 에코백, 미니백 등을 함께 출시했다. 대표 상품으로 컬러풀 셋업 아이템이 꼽히는데, 딸기우유, 바나나우유, 초코우유 등 파스텔톤의 달콤한 색감을 적용했다. 이랜드월드 측은 “가성비와 특별한 것에 가치를 투자하는 소비심리가 맞물리면서 재밌는 협업 상품이 인기를 끌고 있다”고 분위기를 전했다.

정정욱 기자

◀딸기우유 색감을 적용한 이랜드월드 ‘스파오X서울우유 달달한 콜라보레이션’. 사진제공 | 이랜드월드

위메프 “50·60대는 e커머스 큰 손”

50대 이상 시니어 소비자가 e커머스 시장의 큰 손으로 주목 받고 있다. 위메프는 지난 2015년부터 2017년까지 50대 이상 고객 구매 패턴을 분석한 결과 1인당 평균 구매액이 매년 빠르게 증가했다고 9일 밝혔다. 모바일을 활용하는 50·60 소비자도 크게 늘었다. 지난해 50대 이상 고객 1인당 평균 구매 금액은 2015년보다 78% 증가했다. 전체 고객 1인 평균 구매액 증가율(42%)을 크게 웃도는 수치다. 50대 이상 구매고객의 지난해 전체 매출은 2016년에 비해 65.5% 늘어났다. 위메프 전체 매출 가운데 이들이 차지하는 비중은 2015년 4.5%에서 2017년 6.88%로 지속적으로 증가하고 있다. 50대 이상 고객들이 쇼핑 수단으로 모바일 기기를 사용하는 비중이 늘어난 것 또한 눈에 띈다. 2017년 위메프 50대 이상 고객 가운데 89%가 모바일로 쇼핑을 즐긴 것으로 나타났다. 위메프는 50대 이상 소비자들을 위해 ‘위메프 텔레마트’를 시범 운영하고, 전화 안내를 원하는 고객들에게 메신저나 문자로 특가 상품 카탈로그를 발송한다.

삼성 냉장고 원클릭으로 11번가 쇼핑

SK플래닛 11번가는 삼성전자 스마트냉장고를 통해 원클릭 쇼핑을 선보인다. 올해 2분기 출시할 삼성전자의 ‘2018형 패밀리허브 냉장고’에 11번가 ‘바로오더’ 서비스를 탑재할 예정이다. 냉장고 스크린 패널에 11번가 추천상품이 노출되고 바로주문 버튼을 누르면 11페이 결제로 주문이 완료되는 식이다. 11번가는 특가상품을 제공하는 한편 빅데이터 분석 기술로 과거 상품 구매성향과 빈도를 반영해 필요로 하는 상품을 먼저 추천하는 개인화 추천 기능도 추가할 예정이다. 또 향후 배달과 홈서비스 등 다양한 온오프라인연결(O2O) 서비스까지 주문할 수 있는 생활형 사물인터넷(IoT) 홈 서비스로 발전시킬 방침이다.

김명근 기자

“평창올림픽 관람티켓 주인공 되세요”



P&G 한국P&G가 14일까지 소셜커머스 위메프에서 ‘특가대표 응원전’(사진)을 연다. ‘특가대표가 국가대표를 응원합니다!’라는 테마 아래, P&G 올림픽 기획전 제품 구입 고객들이 국가대표팀에게 응원 메시지를 남기는 방식으로 참여 가능하다. 추첨을 통해 평창올림픽 경기 관람 티켓 총 50매(25인 각 2매), 평창올림픽 공식상품 등을 증정한다. 기획전 참여 고객들이 작성한 응원메시지를 소책자로 제작, 평창올림픽 기간 중 대한민국 국가대표 선수들에게 선물로 전달할 예정이다. 김주연 한국P&G 대표이사는 “국내에서 열리는 동계올림픽을 위해 최선을 다하고 있을 대한민국 국가대표 선수들에게 큰 힘이 될 수 있도록 국민과 소비자 여러분의 큰 관심과 참여를 부탁한다”고 했다.

정정욱 기자

롯데제과, 아이스크림 업체 ‘하브모어’ 인수

롯데제과는 8일(현지시간) 인도 현지에서 인도 아이스크림 업체 ‘하브모어’(HAVMOR) 인수식을 갖고 공식적으로 인수작업을 마무리했다고 밝혔다. ‘하브모어’는 1944년 설립된 회사로 현지에서는 시장 점유율 1위를 차지한 기업이다. 현재 아이스크림 전문점 사업도 함께하고 있다. 롯데제과는 ‘하브모어’의 사업 역량과 기존 초코파이 판매루트를 연계할 경우 시너지 효과를 기대하고 있다. 롯데제과는 이번 인도 아이스크림 시장 진출을 통해 서북부에 머물던 ‘하브모어’의 시장 지배력을 인도 전역으로 확대한다는 계획이다. 또한 하브모어의 인수를 통해 기존의 초코파이, 캔디, 껌 등의 건과 사업과 해외 빙과 사업을 확대해 글로벌 식품회사로서의 위상을 제고할 것으로 기대하고 있다.

원성열 기자

편집 | 이수진 기자

한 눈으로 보는 경제

9일

코스피지수	2510.23	▼	-3.05
코스닥지수	829.99	▼	-9.52
日 닛케이 지수	2만3849.99	▲	+135.46
中 상하이 종합	3413.90	▲	+4.42
국고채 금리 (3년물, 연%)	2.15	▲	+0.01
환율 (원 · 달러)	1067.70	▼	-0.30
국내금값 (원/그램 g)	4만5275.87	▲	+24.26

오늘의 얼굴

밀레니엄 서울힐튼 총지배인에 이종헌 씨



밀레니엄 서울힐튼 신임 총지배인으로 이종헌(사진) 씨가 부임했다. 한국인 총지배인은 호텔 개관 35년 만에 처음이다. 이종헌 신임 총지배인은 신라호텔 국빈 VIP 담당 지배인과 마이스 팀장, 서울클럽 부총지배인, 반얀트리 클럽 앤 스파 서울 상무이사, 리츠칼튼 서울 마케팅 본부장, 서울 가든호텔 총지배인, 스탠포드 코리아 대표이사 겸 총지배인, 차움 라이프 센터 총지배인을 역임한 바 있다. 또한, 문화관광부 복합리조트 선정 심사위원, 관광협회 중앙회 호텔 등급 심사위원을 역임한 바 있는 관광 호텔업 전문가이다. 이종헌 신임 총지배인은 취임사에서 “정직·공평·투명성과 대화·소통을 기본으로 고객, 직원 그리고 호텔의 소유주가 하나 되어 윈윈 하도록 하겠다”고 말했다.

비즈 TALK TALK

● **“3000억원 규모의 ‘코스닥 스케일업 펀드’ 조성해 저평가된 코스닥 기업에 집중 투자하겠다”** (최종구 금융위원장, 9일 여의도 한국거래소에서 열린 코스닥 시장 활성화 현장간담회에서)

● **“가상통화가 금융당국이 무시하기에는 너무 큰 위험이 됐다”** (김용범 금융위원회 부위원장, 현지시간 8일 스위스 바젤에서 열린 글로벌 금융규제 논의체인 FSB(금융안정위원회) 운영위원회에 참석해 가상통화와 관련 국제적인 금융리스크가 증가하고 있다며)

● **“세계 경제는 올해 3.5%, 내년 4.0% 성장이 가능할 것이다”** (경제 전망 전문가 앨런 사이나이 박사, 19일 세계경제연구원 주최로 열린 ‘2018년 미국과 세계 경제·금융·전망’ 초청 강연에서 3% 이상의 성장 가능한 ‘뉴 뉴노멀(new new normal)’ 시대가 돌입했다며)

데이터 경제

삼성전자, 영업이익 50조 시대 개막

삼성전자가 반도체 호황에 힘입어 지난해 연간 매출 239조6000억원, 영업이익 53조6000억원의 사상 최대 실적을 기록한 것으로 잠정 집계됐다. 연간 매출은 전년 대비 18.69%, 연간 영업이익은 전년 대비 83.31% 각각 증가했다. 이번 잠정 실적은 한국채택국제회계기준(IFRS)에 의거해 삼성전자가 추정해 9일 발표했다.

삼성전자 연도별 실적

