

‘엄지족 더 늘었다’...10월 온라인쇼핑 누계액 ‘역대 최대’

2019년 10월 온라인쇼핑 동향...모바일비중 65% 사상 최고
연간 109조 돌파...지난해보다 증가속도 빨라



‘엄지족’ (모바일쇼핑 거래)의 폭발적인 증가에 힘입어 전체 온라인쇼핑 거래액이 역대 최대를 기록했다. 10월까지 누계액도 109조원을 넘어서 지난해 같은 기간보다 빠른 증가세를 보였다.

통계청이 3일 발표한 ‘2019년 10월 온라인쇼핑 동향’에 따르면 올해 10월 온라인쇼핑 총 거래액은 11조8055억원으로 전년동월대비 17.3% 증가했다. 이는 2017년 통계 집계 이후 역대 최대 규모다.

특히 모바일쇼핑 거래액은 전체 온라인쇼핑 거래의 65%를 차지할 정도로 성장했다. 10월 모바일쇼핑 거래액은 7조6762억원으로 전년동월보다 23.2% 증가해 전체 온라인쇼핑 거래 증가율을 웃돌았다. 전체 온라인쇼핑 중 인터넷 거래액이 4조1292억원인 반면 모바일쇼핑 거래는 이에 1.86배에 달했다.

상품별로 보면 음식서비스와 음식료품, 화장품, 가전제품 판매가 크게 늘었다.

10월 온라인쇼핑을 통한 음식서비스 거래액은 9089억원으로 전년동월보다 4057억원(80.6%) 증가했다. 이중 모바일쇼핑 거래액이 8526억원으로 전체 음식서비스 거

래의 93.8%를 차지해 비중이 큰 것으로 나타났다.

중국 등 외국인 관광객 증가로 온라인 면세점 판매가 증가하면서 화장품 판매도 크게 늘었다. 10월 화장품 온라인쇼핑 거래액은 1조1468억원으로 전년동월대비 2523억원(28.2%) 증가했다. 가전제품·통신기기의 경우 스마트폰 출시와 공기청정기 등 생활가전 판매가 늘면서 전년동월대비 2281억원(23.2%) 증가한 1조2106억원을 기록했다.

모바일쇼핑이 급성장하면서 올해 누계 거래액은 벌써 100조원을 넘어섰다. 1~10월까지 집계된 온라인쇼핑 거래액은 109조2381억원

으로 조사됐다. 지난해 11월 100조원을 넘어섰던 것을 감안하면 증가속도가 한 달 정도 빠른 셈이다.

온라인쇼핑이 급성장하면서 전체 소매판매액에서 차지하는 비중도 22%로 역대 최고를 찍었다. 올해 10월 각종 서비스판매를 제외한 온라인쇼핑 상품 거래액은 8조9375억원으로 전체 소매판매액 40조7116억원의 22%를 차지했다.

양동희 통계청 서비스업동향과장은 “음식배달이 늘고 화장품, 가전판매가 늘면서 온라인쇼핑 거래가 역대 최대를 기록했다”며 “올초부터 증가추세가 지속돼 왔다”고 말했다.

뉴스1

의도된 스포일러...소비자 호기심 유발 노려 ‘요즘’ 마케팅

공식 출시 전 SNS로 미리 일부 정보 노출



“옛날 같았으면 비밀정보 유출로 아마 처벌을 받았을 겁니다. 그런데 지금은 신제품 정보를 보고 깜짝 놀랐습니다. 하지만 얼마 후 정보가 유출된 것이 아니라 일부러 흘린 것이란 설명을 듣고 가슴을 쓸어내렸습니다.”

식품업체 A부장의 말이다. 인터넷을 검색하다 아직 출시도 안된 자사제품 정보가 떠 있는 것을 보고 깜짝 놀랐다. 하지만 얼마 후 정보가 유출된 것이 아니라 일부러 흘린 것이란 설명을 듣고 가슴을 쓸어내렸다.

식품업체가 SNS를 통한 ‘스포일러’ 마케팅에 적극 나서고 있다. 과거 출시와 함께 제품 정보를 공개한 것과 달리 출시 전 미리 일부 정보를 흘려 소비자의 기대감을 높이는 전략이다.

3일 업계에 따르면 해마로푸드서비스가 운영하는 치킨·버

거 브랜드 맘스터치는 신제품 ‘힐렛 포테이토버거’, ‘불고기 포테이토버거’ 2종을 출시하기 이틀 전인 26일 해당 제품 출시 소식을 알리며 28일까지 이벤트를 진행했다.

이에 앞서 22일 맘스터치는 신제품 출시 예고 게시물을 올린데 이어 24일 감자가 담긴 카트가 움직이는 이미지를 올려 신제품에 대한 정보를 일부 노출하는 방식으로 소비자의 흥미를 유발했다.

맘스터치와 같은 마케팅 전략은 이미 다수의 업체에서 활용하고 있다. 오리온에서는 아이스크림 브랜드 ‘베스킨라빈스’와의 협업 소식을 지난달 28일 SNS 계정을 통해 알렸다. 12월 출시 예정이었으나 약 3일 먼저

일종의 ‘예고편’을 선보인 것이다.

오리온은 지금까지 단종됐던 제품을 다시 선보일 때에도 먼저 일부 정보를 공개해온 바 있다. ‘배배’의 경우 공식 출시 보도가 나오기 8일 전인 10월14일 마케터 책상에 올려놓은 배배를 발견했다면서 ‘재출시 확정’ 계획을 알렸고 치킨팝 역시 출시 전 SNS를 통해 소식을 알렸다.

풀무원의 한결을 더 나아가 ‘얇은피참살 팥초만두’의 출시 계획을 ‘얇피만두’ SNS 계정인 ‘얇피스타그램’에 올리고 이벤트를 진행한 데 이어 오프라인 채널에 유통되기 전 온라인 쇼핑몰에서 먼저 판매를 개시했다.

이에 대해 업계에서는 신제품을 출시하고 알리는 마케팅 방식이 과거와 달라졌다고 설명한다. 신제품에 대한 정보를 아예 숨기기보다 소비자에게 일부를 공유하는 일종의 ‘스포일러’ 전략으로 기대감을 불러일으키며 이목을 끄는 것이다.

그 이전에는 해당 제품에 대한 반응을 미리 살피고 소비자들의 흥미를 유발해 스스로 입소문을 내게 만들려는 의도도 깔려있다.

뉴스1

기아차, 2020년형 ‘레이’ 출시...1350만원 부터



기아자동차는 3일 다양한 안전 사양과 고객 선호 편의사양을 적용해 상품성을 강화한 ‘2020년형 레이’를 출시한다고 밝혔다.

2020년형 레이에서는 전방충돌

방지보조(FCA)와 차로이탈 방지보조(LKA), 운전자 주의경고(DAW) 등 첨단 지능형 주행안전 기술(ADAS)을 묶은 ‘드라이브와이즈’ 옵션을 전 트림에서 선택

할 수 있다.

프로젝션 헤드램프, LED리어 콤비네이션 램프, 블랙 럭셔리 알로이 휠 등이 포함된 ‘스타일 패키지’와 전자식 톱마러, 운전석 전동식 허리지지대, 2열 히트드 시트 등이 포함된 ‘컨비니언스 패키지’도 전 트림에서 옵션으로 선택 가능하다.

기아차는 2020년형 레이에 컬러 LCD클러스터를 적용해 운전 중 차량정보를 확인하기 편하게 했다. 8인치 디스플레이 오디오와 8인치 스마트 내비게이션을 ‘멀티미디어 패키지’로 선택할 수도 있다.

뉴스1

광주지역 백화점·대형마트 판매액지수 3년동안 지속 감소

광주지역 백화점과 대형마트 등 대형소매점의 소비판매지수가 3년 연속 감소세를 보였다. 전체적인 판매액은 소폭 증가했지만 물가상승률에 비해서는 판매증가율이 따라가지 못했다는 의미다.

3일 호남지방통계청이 내놓은 대형소매점 판매동향 자료에 따르면 2018년 광주지역 대형소매점 판매액지수는 96.3을 기록했다.

이는 3년 전인 2015년(기준치 100) 대비 3.7% 감소한 수치로

2015년 이후 지속적으로 감소 추세를 보이고 있다.

소매판매액지수는 소비동향을 파악하기 위해 작성되는 지표로, 백화점, 대형마트 등지에서 매월 판매금액을 조사해 작성하는 통계다. 최종수요자에게 판매된 실적에 근사하다는 점에서 소비동향을 잘 보여주는 통계수치다.

광주지역 대형소매점 판매액지수 추이는 2016년 -0.4%, 2017년 -1.6%, 2018년 -1.7%로 감소폭도 꾸준히 증가하는 상황이다.

2015년 대비 전국 7개 특·광역시 대형 소매점의 2018년 판매액지수는 울산이 -13.5%를 보였고, 인천 -4.9%, 서울 -4.5%, 대전 -4.5%, 광주 -3.7%, 부산 -3.4%, 대구 4.3%다.

호남지방통계청 관계자는 “광주지역 대형소매점의 전체 판매액은 소폭 늘었지만 물가상승률에 비해서는 판매증가율이 따라가지 못해 판매액지수는 감소세를 보여주고 있다”고 설명했다.

뉴스1

살기 좋고, 기업하기 좋은
광주에 투자하십시오

친환경 자동차·에너지·문화산업 육성

에어가전 및 공기산업 클러스터 구축

AI 중심 산업융합 집적화 단지 조성

풍부한 우수인력 및 연구개발 적극 지원

GWANGJU