

# 휴점, 휴점 또 휴점... '코로나19' 확산에 유통업계 비상

### 롯데·신세계·현대백 '임시 휴점' 잇달아... 대형마트·면세점도 비상

### 코로나19 쇼크에 2월 매출 감소, 5천억원 웃돌 듯

'코로나19' (신종 코로나바이러스 감염증) 확산으로 백화점과 대형마트 등의 휴점이 이어지면서 유통가의 한숨도 깊어지고 있다. 안 그래도 고객 발길이 줄었는데, 매장 문까지 닫게 되면서 손실이 눈덩이처럼 불어나고 있다.

매출 감소 규모만 어림잡아 5000억원을 넘어설 전망이다. 문제는 코로나19로 인한 피해가 언제까지 이어질지 예측하기 힘들다는 점이다.

23일 롯데백화점은 신종 코로나바이러스 감염증 확진자 방문 여파로 이날 영등포점의 '임시 휴점'을 결정했다.

대전지역 두 번째 확진자가 지난 19일 영등포점 지하 1층을 방문한 사실을 확인하고, 선제 조치 차원에서 전관 임시 휴점에 돌입

했다.

신세계백화점 강남점도 코로나19 확진자가 지난 19일 식품관을 방문한 것으로 확인하고, 이날 지하 1층 식품관 임시 휴점에 나섰다. 다만 현장조사팀과 협의를 거쳐 전관이 아닌 방문 구역(식품관)만 임시 휴점을 결정했다.

이마트 과천점 역시 이날 임시 휴점했다. 신천지 교회와 같은 건물에 위치한 것을 고려해 과천시가 임시 휴점을 권고했기 때문이다.

이외에 롯데백화점 명동본점과 전주점을 비롯해 현대백화점 대구점, 이마트 성수·마포공덕·군산·부천·고양킨텍스점, 홈플러스 전주 효자점, 롯데마트 송천점 등도 임시 휴점 후 영업에 나섰다. 롯데면세점(서울·제주)과

신라면세점(서울·제주), CGV 영화관 등도 문을 닫았다.

휴점이 이어지면서 유통가에서는 당장 올 상반기 실적 격차가 커지고 있어서다. 더욱이 코로나19로 인한 '고객 감소'가 언제 회복될지도 예측하기 힘들다.

실제 코로나19 쇼크로 서울 대형 백화점의 경우, 2월 한 달 매출이 반 토막 날 것이란 전망에 힘이 실리고 있다. 롯데백화점 명동본점의 경우, 이달에만 700억원가량 손실이 발생하는 셈이다. 백화점업계에서는 대형 3사(롯데·신세계·현대)의 2월 매출 감소가 2000억원을 웃돌 것으로 예상했다.

여기에 면세점 매출 감소액도 1000억원 이상이다. 중국 관광객



의 발길이 끊기면서 그야말로 비상 상황이다.

또 대형마트와 영화관 등의 휴점, 고객 감소를 고려하면 이달에만 유통업계의 매출 손실은 5000억원이 넘을 것으로 보인다.

한 유통업계 관계자는 "문 닫을 수가 없어 영업한다는 말이 거짓이 아니다"며 "지금 상황이라면 어닝쇼크는 불가피하다"고 토로했다. 이어 "이달 내내 코로나19 쇼크가 이어지고, 추가 휴점이 나

오면 매출 감소는 5000억원 이상일 것"이라고 우려했다.

다른 관계자 역시 "말도 하기 힘든 상황"이라며 "손실 규모를 정확히 밝힐 수는 없지만, 시장의 예상치보단 적지 않다"고 말했다.

## “보험안되니 조심해서 써라?”...이통사 ‘눅장’에 갤럭시플립 구매자 ‘분통’

### 출시 때 SKT 제외하고 갤럭시플립 가입 가능 보험 없어... 가장 늦은 KT는 소급 적용



#삼성전자 신규 스마트폰 '갤럭시 Z플립'을 보고 반한 A씨(30)는 발매 첫날인 지난 14일 KT를 통해 갤럭시 Z플립을 구매했다. 165만원짜리 스마트폰을 손에 넣은 A씨는 여느 때처럼 가장 비싼 스마트폰 보험을 들었다.

기본종계 폰을 사용하던 A씨는 20일 폰을 구매한 대리점에서 갤럭시Z플립은 기존 보험으로는 보장이 되지 않고 아직 보험이 출시되지 않았으니 알아서 조심해서 사용하라'는 통보를 받았다. 당분간 보험이 안된다는 말에 A씨는 황당함을 감추지 못했다.

삼성전자의 폴더블 스마트폰 갤럭시Z플립이 일부 이동통신사에서 '휴대폰 보험'이 갖춰지지 않은 상태에서 판매돼 일선에서 혼란을 겪고 있다.

### ◇갤럭시, SKT 2월 14일, LGU+ 2월 20일 보험 출시... KT는 '2월 27일' 출시

현재 갤럭시Z플립의 휴대폰 파손 보험을 갖춘 회사는 SK텔레콤과 LG유플러스 두 곳이다. 이 중에서도 갤럭시Z플립 출시 때부터 보험을 제공한 회사는 SK텔레콤 한 곳뿐이다.

LG유플러스는 출시 첫 주에는 갤럭시Z플립 보험이 존재하지 않았지만 출시 후 일주일 뒤인 지난 20일 폴더형 스마트폰 보험 상품에 '폴드 분실·파손 보험 190'과 '폴드 파손 보험'을 출시해 보험을 제공하고있다.

LG유플러스 관계자는 "단말 파손·분실 보험은 약관 신고 대상이고 이를 위한 전산 개발에 시간이 좀 걸렸다"며 "다행히 보험 출시 전까지 갤럭시Z플립 구매자들

부터 파손 신고가 들어온 건 없었고 보험 가입이 되지 않은 사람들에게는 문자 등을 통해 안내했다"고 설명했다.

아직까지 이동통신 3사 중 갤럭시Z플립 분실·파손 보험이 없는 곳은 KT다. KT는 오는 27일에야 갤럭시Z플립에 대한 보험을 출시할 예정이다.

갤럭시Z플립 출시 당시에는 일선 대리점 등 판매점에서 이와 같은 상황을 정확히 인지하지 못했다. 이에 갤럭시Z플립 구매자들을 기존 휴대폰 보험에 가입을 시켰다가 나중에 보험을 해지시키는 '눅장'이 빚어지기도 했다.

### ◇'폴더블폰 보험', 지난해 갤럭시 기준... 갤럭시플립, 출고가 낮아 대상 안돼

이같은 혼란 상황에 대해 이동통신사들이 '폴더블 폰'이라는 새로운 품목을 판매하면서도 이를 위한 서비스 측면에서는 기반하게 대응하지 못했기 때문이라는 지적이 제기된다.

앞서 지난해 9월에도 국내에서 처음 발매된 폴더블 폰인 삼성전자가 '갤럭시폴드'가 239만 8000원의 역대 최대 출고가로 출시됐다.

당시 이동통신 3사는 각각 '폴더블 디스플레이'와 '초고가'라는

갤럭시 폴드의 특성을 반영한 '폴드형 스마트폰' 전용 보험상품을 내놓으며 폴더블 폰 구매자들의 자사 가입을 유도했다.

폴드형 스마트폰 보험의 '가입 가능 출고가'가 갤럭시 폴드를 기준으로 삼다보니 다소 높게 책정된 것이 이번 갤럭시Z플립 출시에 문제가 됐다.

SK텔레콤의 'T 올케어 250'와 KT의 '슈퍼안심 폴더형 전용 보험'은 기기값 200만원 이상, LG유플러스의 '폴드분실·파손 보험 240'은 기기값 범위가 190만원에서 240만원 사이였다.

이같은 상황에서 '폴더블 폰' 갤럭시Z플립의 출고가가 165만원으로 정해지면서 기존 보험 상품 중에는 가입할 수 있는 상품이 없었다.

이 외에도 삼성전자가 갤럭시Z플립을 예상보다 이른 지난 14일에 출시한 것도 또 다른 변수가 됐다. 이동통신사들이 보험 상품의 약관 신고 및 전산 처리 과정에서 대응할 시간이 부족했을 가능성도 제기된다.

결국 미리 준비하지 않은 일부 이동통신사를 통해 갤럭시Z플립을 구매한 소비자들만 '보험공백'을 겪게 된 셈이다.

### ◇소비자를 미고 지된 '보험공백'에 분통... KT '소급 적용해 공백 없도록 하겠다'

'보험 공백' 상황에 대해 소비자들은 분통을 터트리고 있다.

A씨는 "20일 대리점에서 연락 와서 보험을 해지하겠다고 할 땐 당장이라도 계약 해지하고 변호사 등을 하고싶은 기분이었다"며 "27일에 보험이 출시되기 전까지는 그냥 기다리라고만 하면서 그때까진 조심해서 사용하라고만 했다"고 분통을 터트렸다.

이에 대해 KT 측은 "대리점 측에서 안내 과정에서 실수가 있었던 것 같다"며 "현재 마련된 분사 지침은 갤럭시Z플립 구매자 중 원하는 사람들에게는 기존 폴더블 폰 전용 보험을 일단 적용하고 27일 새로운 보험이 출시가 됐을 때 변경하고 싶어하는 사람들에게는 차액을 돌려드리는 것"이라고 설명했다.

또 "27일 보험 출시 후 가입하는 사람들에게도 소급 적용해 보험 공백기간 없이 보상이 가능하도록 시행 할 예정"이라고 강조했다.

## 올 봄, '지속가능한 패션'으로 전환

### 최근 패션계에서는 버려진 폐페트병으로 만든 옷을 입거나 동물 학대 없이 채취된 털로 만든 상품을 구매하는 것이 트렌드로 떠올랐다.

최근 패션계에서는 버려진 폐페트병으로 만든 옷을 입거나 동물 학대 없이 채취된 털로 만든 상품을 구매하는 것이 트렌드로 떠올랐다. '패스트 패션'이 환경과 피의 주범으로 떠오르면서 이른바 '지속가능한 패션'에 대한 관심이 확산되면서 나타난 현상이다.

22일 업계에 따르면 올해 패션계 트렌드로 '친환경'이 지목됐다. 실제로 지난해 '맥킨지 뉴에이지 컨슈머 미국 소비자 설문조사' 결과에 따르면 응답자 가운데 66%(밀레니얼세대 75%)이 제품구매 시 '지속가능성'을 고려한다고 답한 것으로 나타났다.

### ◇아웃도어 업계 '지속가능한 패션' 선두주자로

노스페이스는 매년 친환경 상품군을 늘리고 있다. 최근에는 '페트병 리사이클링 원단 및 천연 울 소재'를 적용한 친환경 산발을 선보였다. 대표 제품인 '발키리 보아 2 어택'의 경우 갑피(어퍼)에 페트병 리사이클링 원단을 적용했다.

실제로 노스페이스는 친환경 소재를 활용한 제품 생산뿐 아니라 공정·포장·마케팅에도 친환경 기술을 심었다. 그간 제품 구매시 제공해오던 포장용 종이 상자 대신 다목적으로 사용 가능한 천 소재의 '다회용 슈즈백'을 제공하기로 했다.

K2도 버려진 페 페트병으로 만든 상품을 내놔다. 대표 상품인 '시그니처 플리스'를 비롯해 다양한 상품에 페트병·페트물에서 추출한 소재를 사용한다. 물·화학제를 사용하지 않은 '드라이다이' 기술을 적용한 '블루트리'도 선보일 계획이다.

이처럼 아웃도어업계가 '친환경'에 눈을 돌리는 이유는 '소재 우수성'에 있다. 친환경 소재는 방수·투습·방풍 기능이 뛰어나 기능성 의류인 아웃도어 상품에 적합하다. 이미지 제고 효과도 있다. 실제 지속가능한 상품을 지향하는 '그린슈머'의 등장으로 친환경 인증 상품의 선호도가 높고있다.

### ◇국내 패션계 점령한 '친환경 소재'

최근에는 아웃도어·스포츠 등



기능성 의류 뿐 아니라 남성복·여성복 브랜드 할 것 없이 친환경 상품을 선보이고 있다.

삼성물산 패션부문의 빈폴은 올해를 친환경 출시의 원년으로 삼고 100% 재활용이 가능한 소재를 적용한 친환경 상품 '비 사이클' 라인을 선보였다. 특히 빈폴의 경우 '소재개발팀'과 페트병을 재생한 충전재를 개발해 일부 제품에 적용했다.

아울러 이번 시즌 동물 학대 없이 윤리적으로 다운을 채취한 'RDS' (책임다운기준) 인증 상품을 선보이는 브랜드 대열에 합류했다. 빈폴은 RDS 인증을 받은 '드러커 점퍼'를 시작으로 올 가을겨울(FW) 시즌 다양한 상품을 출시할 계획이다.

친환경 상품을 선보일 또 다른 브랜드는 'LF'다. 지난 시즌 헤지스틀 통해 '에코폴 라인'을 선보인 데 이어 '엡코너'를 통해 친환경 소재를 선보였다. LF는 엡코너를 통해 '에코 컬렉션'을 선보이며 착한 소비를 추구하는 고객들의 이목을 사로잡을 계획이다.

대표적인 제품은 친환경 데님 소재를 사용한 '세렌티 핏 데님'이다. 소재 공정시 물과 천연가스를 절약하는 방식으로 생산돼 '친환경 소재'로 알려진 터키의 보싸 데님 사용했다. 가죽 소재와 비슷한 느낌을 구현한 '에코 레더' 라인도 선보였다.

업계 관계자는 "친환경 패션의 선두주자인 '파타고니아'가 이런 철학으로 지속가능한 경영의 성공 사례로 꼽힌다"며 "국내에 친환경 개념이 도입된지 1~2년밖에 되지 않은 만큼 당장 매출 증대보다는 사회공헌 차원에서 실행하는 추세이지만, 향후 친환경 상품이 더욱 늘어나면 패션계 주요 카테고리 자리잡을 것"이라고 말했다.

새봄 특별기획: 3월 1주 동행복권

제 899 회차 당첨결과 (2020년 2월 22일 추첨)

8 19 20 21 33 39 + 37

순위	당첨개수	1인당 당첨금액	당첨기준
1등	6	3,359,356,063원	당첨번호 6개 숫자 일치
2등	53	63,384,077원	당첨번호 5개 숫자 일치+보너스 숫자 일치
3등	2,402	1,398,567원	당첨번호 5개 숫자 일치
4등	121,900	50,000원	당첨번호 4개 숫자 일치
5등	1,993,765	5,000원	당첨번호 3개 숫자 일치

당첨금 지급기준: 지급계시일로부터 1년 후유일인 경우 익명입출