

“집에 있는 시간도 늘었는데... 공기청정기 안 팔린다” 왜?

가을 같이 맑은 봄하늘, 공기청정기 판매량 24% ↓ 과장광고 철폐 교훈에 ‘코로나19’ 마케팅 제한적

최근 몇년 사이 이맘 때 보기 힘들었던 청명한 날씨가 이어지면서 공기청정기 업계가 울상을 짓고 있다. 중국을 비롯한 전세계 공장들이 가동을 중단하면서 봄철 불청객이었던 미세먼지가 자취를 감춘 것이다. ‘코로나19의 역설’에 황사까지 뜸하면서 매년 두 배씩 성장해온 공기청정기 시장이 주춤하는 모양새다.

16일 전자랜드에 따르면 올해 2~3월 공기청정기 판매량은 전년 동기 대비 24% 감소한 것으로 나타났다. 지난 2018년 114%, 2019년 85% 성장한 것과 비교하면 올해 판매량 저조는 예상 외 결과다.

업계에서는 올해 공기청정기 판매가 이처럼 저조한 것은 이례적으로 청명한 날씨 영향으로 보고 있다. 환경부에 따르면 지난해 12월부터

올해 3월까지 초미세먼지 평균 농도는 전년도 같은 기간과 비교해 27% (334 $\mu\text{g}/\text{m}^3$ → 244 $\mu\text{g}/\text{m}^3$) 감소했다. 같은 기간 고농도 일수 또한 지난해 18일에서 올해는 2일로 급감했다.

이는 중국과 국내 공장가동률이 크게 떨어지면서 미세먼지가 줄어든데다 ‘사회적 거리두기’ 운동으로 대외활동을 자제하면서 자동차 매연도 감소한 영향으로 풀이된다. 대기질이 크게 개선되자 소비자들이 공기청정기 필요성을 크게 못 느낀다는 분석이다.

한 렌탈업체 관계자는 “최근 몇년 간 공기청정기 시장 성장세를 감안하면 올해도 큰 폭 판매량 증가가 예상됐지만 오히려 1분기 판매량이 소폭 감소했다”며 “코로나19로 집안에 머무는 시간이 많아지

는 점도 호재로 판단했는데 예상 외의 부진”이라고 말했다.

B업체 관계자는 “2월과 3월은 공기청정기 판매 성수기로, 매년 평균 50% 정도 판매량이 늘어왔지만 올해는 20% 가량 느는데 그쳤다”며 “시장 점유율이 높은 업체일수록 정체 또는 매출이 줄고 있다고 한다”고 전했다.

공기청정기 업계는 판매량을 끌어올리기 위해 고심하고 있지만 자칫 코로나19 사태 속에 잊속을 챙기는 기업이란 이미지를 심어줄 수 있어 마케팅에도 조심스럽다.

또한 과거 바이러스 제거나 세균 감소율 등을 경쟁적으로 내세웠다가 공정거래위원회의 과장광고 제재를 받은 경험도 몸을 사리게 만든다.

앞서 공정위는 지난 2018년 ‘바



이러스 99.99% 제거’, ‘세균 감소율 99.9%’ 등 표현문구를 사용한 공기청정기 판매·렌탈 메이저 업체 7개사에 시정조치와 함께 15억6300만원의 과징금을 부과한 바 있다.

C업체 관계자는 “초미세먼지를 대부분 걸러내는 공기청정기 필터 기술이 발전하면서 코로나19 바이러스 입자도 거르는 것이 일부 가능하다”면서도 “생활·실내 환경

과 공기청정기 사용 패턴에 따라 효과에 차이가 큰 만큼 적극적으로 코로나19 마케팅을 펼치는 것은 힘들다”고 말했다.

조인호 기자

GS리테일, 전남 어가 돕는다...“수산물 소비 촉진 행사 열어”



GS더프레시 직원이 전라남도 수산물 촉진 행사 대표 상품인 완도광어회를 들고 포즈를 취하고 있다.

GS리테일이 코로나19 영향으로 어려움을 겪는 어가 돕기에 나섰다.

GS리테일은 전라남도 300톤(100억원) 규모의 구매 약정서를 체결하고, 오는 28일까지 슈퍼마켓인 GS더프레시에서 ‘전라남도 우수 수산물 소비 촉진 행사’를 연다 고 지난 16일 밝혔다.

이번 활동을 통해 전라남도 어

가는 안정적인 판로를 확보하고 GS리테일은 고객들에게 더욱 신선한 상품을 알뜰한 가격으로 제공할 수 있게 됐다.

GS더프레시를 통해 선보이는 상품은 완도광어회300g, 완도우럭(탕거리용/대2마리 팩), 고흥바지락(800g/봉), 신안갯벌김(4g*16봉) 등 10여종이다.

전라남도 유명 산지의 수산물을

한자리에서 즐길 수 있는 종합 행사로, 가격은 시중가 대비 20%~40% 저렴하다.

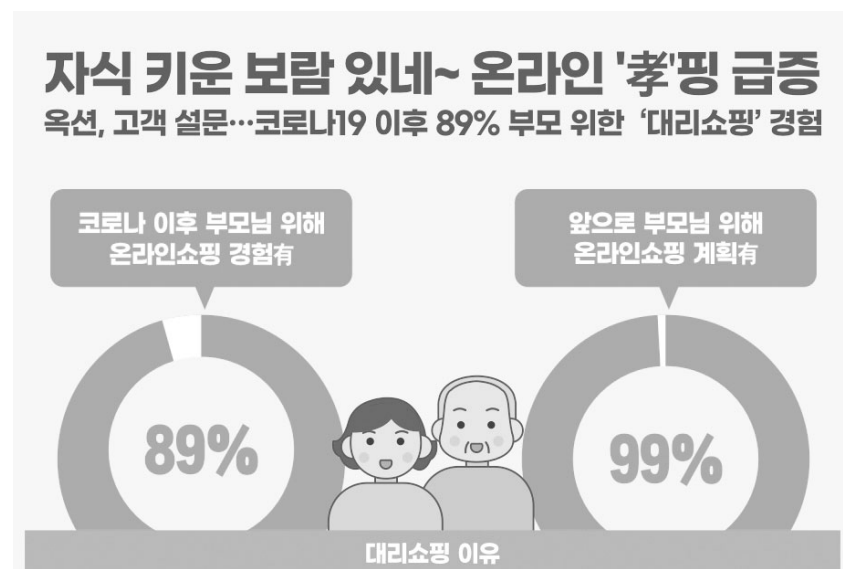
특히 완도광어회300g은 국내에서 플랑크톤이 가장 풍부한 지역 중 한 곳인 울돌목과 남해안의 한류 접경 해역에서 양성돼 다른 지역의 광어회보다 우수한 육질과 식감을 자랑한다. 가격은 1만5800원이며, 행사 기간 내 GS리테일의 결제 수단인 팍카드 또는 국민·삼성·NH농협카드로 구매 시 4000원 할인가에 살 수 있다.

한편 GS리테일은 이번에 전라남도와 체결한 구매 약정서 외에도 충청남도·밀양시·울릉도·산청군·고창군·안성시 등과 MOU를 맺고 지역 농·축·수산물 소비 촉진에 앞장서고 있다.

김중수 GS리테일 MD본부장(전무)은 “코로나19와 소비 침체로 경영난을 겪고 있는 어가의 판로 확보를 돕고자 대규모의 수산물 구매 약정서를 체결하고 소비 촉진 행사를 기획하게 됐다”며 “산지의 생산자와 고객 모두에게 도움이 되는 상생 활동을 꾸준히 이어갈 방침”이라고 말했다.

허성은 기자

코로나19에 부모 대신 온라인 쇼핑하는 ‘대리孝핑’ 늘었다



육성은 코로나19로 외출이 어려워지면서 부모님 대신 온라인으로 필요한 물건을 구매해드리는 ‘온라인 대리孝(孝)핑’이 늘고 있다고 지난 16일 밝혔다.

이베이코리아가 지난달 28일부터 이달 4일까지 육성 20~40대 방문고객 2564명을 대상으로 ‘부모님을 위한 온라인 대리孝핑 경험’에 대해 설문한 결과, 응답자 10명

중 9명(89%)이 관련 경험이 있다고 답했다.

부모님을 위한 대리孝핑의 이유는 ‘부모님께서 온라인쇼핑에 익숙지 않아서’라는 응답이 35%로 가장 많았다. 이어 △외출이 어려운 요즘, 부모님의 안전을 위해 (23%) △나에게 필요한 물건을 구매하면서 부모님 것도 같이 구매(21%) △사용해보고 좋은 제품을 추천해

드릴 겸(11%) 등의 이유로 대리孝핑을 했다는 응답이 뒤를 이었다.

또 응답자 전체에 가까운 99%가 앞으로도 부모님을 위해 온라인쇼핑을 대신해 드릴 계획이 있다’고 답했다. 코로나19가 진정돼 외출에 대한 부담이 해소되기 전까지 당분간 이러한 현상은 지속될 것으로 보인다.

코로나 사태 이후 부모님이 먼저 대리孝핑을 요청한 경우도 80%에 달했다. 요청 품목을 살펴보면 ‘생필품’과 ‘식품’이 각각 28%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 건강·의료용품(20%), 의류·패션잡화(6%), 디지털·가전(5%), 뷰티(5%) 등의 순이었다.

육성의 판매 증감을 자료에서도 ‘온라인 대리孝핑’ 트렌드는 그대로 나타났다. 육성이 코로나19 이슈가 본격화된 지난 1월20일~4월13일 전년 동기 대비 20~40대 고객의 카테고리별 판매량을 조사한 결과, 생필품 구매가 14%, 식품은 24%, 건강·의료용품은 110% 증가했다.

미국 온라인 쇼핑몰 ‘아마존’에 전라도 브랜드관 개설

5년간 750만 달러 이상 수출 목표

전라도는 코로나19로 인한 대내외 환경변화에 대응하고 전 세계적인 식품시장의 온라인 트렌드에 맞추기 위해 오는 5월 미국 아마존에 ‘전라남도 브랜드관’을 개설한다고 지난 16일 밝혔다.

현재 미국 온라인 쇼핑몰 ‘아마존’에서 판매중인 전라남도 농수산물품은 총 23개 품목으로, 추가로 8개 품목이 새롭게 입점될 예정이다. 도는 개별적으로 판매된

전라남도 제품을 ‘전라남도 브랜드관’에 통합, 집중 홍보함으로써 ‘전라남도’ 마케팅 효과를 극대화할 방침이다.

전라도는 아마존 내 브랜드관 개설을 위해 지난해 11월 미국특허청에 ‘Jeollanamdo’ 상표등록을 신청했고, 5월 최종 승인을 앞두고 있다. 또 ‘전라남도 브랜드관’의 체계적인 운영을 위해 미국 내 아마존 판매대행 전문기업 Kreassive LLC를 운영사로

선정, 브랜드관 마케팅과 도내 농수산물품의 아마존 입점 확대를 추진할 계획이다.

Kreassive LLC는 정관장, 더 페이스샵, LG 생활건강, 아모레퍼시픽 등 유수의 대기업 제품을 포함한 총 1000여 개의 제품을 아마존에 판매해 연간 3000만 달러의 매출을 올리고 있다.

이상진 도 국제협력관은 “향후 5년간 미국 아마존에 200개 이상의 전남 제품 입점과 750만 달러 이상 수출을 목표로 전라도 브랜드관을 운영할 계획”이라고 말했다.

제주항공, 김포~여수·여수~제주 노선 신규 취항



제주항공이 오는 4월29일 김포~여수, 여수~제주 노선에 신규 취항한다고 16일 밝혔다.

업무 등 목적으로 국내 이동을 해야 하는 승객들에게 항공 서비스

선택지를 제공해 편의를 제공하기 위함이다.

김포~여수 노선 및 여수~제주 노선은 각각 매일 1회 운항한다. 김포~여수 노선의 경우 김포공

항에서 오전 8시55분 출발한다. 여수공항에서는 오후 6시30분 출발하게 된다.

여수~제주 노선의 경우는 여수출발은 오전 10시30분, 제주출발은 오후 5시10분이다.

제주항공은 여수 노선 신규 취항을 기념한 특가 이벤트를 이날 오후 2시부터 진행한다. 출발일이 오는 29일부터 5월31일까지인 항공권에 대해 편도 총액임인 기준 김포~여수 2만8100원, 여수~제주 1만2200원부터 판매한다. 최대 5000원의 할인 쿠폰도 제공한다.

특가 항공권은 오는 27일까지 제주항공 홈페이지와 모바일 웹 또는 애플리케이션에서 예약 가능하다. 예약 상황에 따라 조기 마감될 수 있다.

신봉우 기자

3월 수출 전년동월비 0.7% 감소...무역수지는 98개월 연속 흑자

3월 한달간 수출이 전년 동월 대비 0.7% 감소한 467억 달러를 기록했다. 수입은 0.3% 증가한 421억 달러로, 무역흑자 46억 달러를 올렸다. 2012년 2월 이후 98개월 연속 흑자다.

16일 관세청에 따르면 주요 수출품목 중 승용차(7.2%)·자동차 부품(0.9%) 무선 통신기기(15.1%)는 증가한 반면 반도체(-3.0%) 석유제품(-10.9%) 선박(-32.4%) 가전제품(-10.4%)은 감소했다.

승용차 수출이 3개월 만에 증가로 전환했고, 무선통신기기·자동차

부품 수출도 전월에 이어 증가세를 지속했다.

미국(16.8%), EU(9.5%), 일본(13.1%), 중동(8.2%) 등으로의 수출은 증가한 가운데 중국(-6.2%), 베트남(-1.5%), 홍콩(-2.7%) 등으로의 수출은 줄었다.

주요 수입품목 중 가스(7.2%)·제조용 장비(129.9%)·조제식품(3.0%)은 증가한 반면 원유(-16.1%) 기계류(-5.5%) 승용차(-3.9%)는 감소했다.

국가별 주요 수입국대중국 중에서는 중국(1.6%), EU(9.6%), 미국(7.3%), 일본(1.9%) 등에서의

수입은 증가한 가운데 중동(-23.9%), 캐나다(-19.6%) 등은 감소했다.

수출입 특이사항은 3월 수출액은 전년 동월 대비 감소(-0.7%)했으나 수출 중량(순중량)은 석유제품·선박을 중심으로 전월에 이어 2개월 연속 증가했다.

동위품목별 승용차 수출이 3개월 만에 증가로 전환하였고, 무선통신기기·자동차 부품 수출도 전월에 이어 증가세 지속했다.

원유 수입단가는 국제유가 하락으로 전년 동월 대비 14.4% 하락했다.