지난해 11월 온라인쇼핑 거래액 첫 15조 돌파…'역대 최대'

소매판매액 중 온라인쇼핑 상품 거래액 비중 최고

모바일쇼핑 거래액 10조2598억…10조 처음 돌파

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 3차 유행으로 지난해 11월 온라인쇼핑 거래액이 역대 최대를 기록했다.

사회적 거리두기 격상으로 가정에서 보내는 시간이 많아지면서 생활용품, 가전·전자·통신기기, 배달음식 등 음식서비스 거래 증가가 전체 온라인쇼핑 거래액을 끌어올렸다.

통계청이 5일 발표한 '온라인쇼핑 동향'에 따르면 지난해 11월 온라인쇼핑 거래액은 1년 전(12조8521억원)보다 17.2% 증가한 15조631억원으로 집계됐다.

온라인쇼핑 거래액이 15조원을 넘어선 건 2001년 관련 통계가 작성된 이후 이번이 처음이다.

전체 소매판매액(41조5825억원) 중 온라인쇼핑 상품 거래액은 12조1461억원으로 통계 작성 이래 가장 많았다.

소매판매액에서 차지하는 비중 역시 30%에 육박한 29.2%로 역대 최고다.

온라인쇼핑 상품 거래액에는 여행 및 교통·문화 및 레저·e쿠폰·음식·기타 등 서비스 거래액은 포함되지 않는다.

상품군별로 보면 코로나19 영향으로 식품 및 생활 관련 용품 거래 증가가 두드러졌다.

간편조리식, 식재료, 건강보조식품 등 거래 증가로 음식서비스와 농·축·수산물이 각각 47.1%, 60.1% 증가하면서 식품도 1년 전보다 거래액이 49.7% 늘었다.

가정 내 생활 증가로 생활·주방가전 증가와 휴대폰 판매가 늘어나면서 가전·전자·통신기기 거래액도 전년보다 42.4% 증가했다.

화장실, 세제 등 생필품 거래 증가로 생활용품도 36.0% 증가했다.

서비스거래액은 2조9170억원으로 전년보다 7.1% 감소했다.

배달음식 등 증가로 음식서비스 거래액은 60.6% 늘었으나 사회적 거리두기로 인한 외부활동 자제로 여행 및 교통서비스(-52.0%), 문화 및 레저서비스(-65.8%) 등에서 쪼그라들었기 때문이다.

통계청 관계자는 "코로나19로 실내활동이 증가했고 11~12월 연말이 되면 온라인쇼핑 거래액이 증가한다"며 "지난해 11월1~15일 진행된 코리아세일페스타 영향도 있었다"고 설명했다.

온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액은 전년보다 21.9% 증가한 10조2598억원을 기록했다.

2013년 관련 통계 작성 이래 처음으로 10조원을 넘어선 셈이다.

온라인쇼핑 중 모바일쇼핑 거래액 비중은 68.1%로 전년 동월 대비 2.6% 포인트(p) 상승했다.

음식서비스(96.1%), e쿠폰서비스(86.3%), 가방(79.6%), 여행 및 교통서비스(76.8%) 등에서 모바일쇼핑 비중이 높았다.

운영형태별로 보면 온라인몰 거래액은 11조243억원으로 전년 동월 대비 26.3% 증가했으나 온·오프라인병행몰 거래액은 4조388억원으로 전년보다 2.0% 감소했다.

김민정 기자

'LG 퓨리케어 360° 공기청정기 플러스 출시' LG전자가 5일 바이러스와 세균을 99.9% 제거하는 '퓨리케어 360° 공기청정기 플러스'를 출시했다. 모델들이 LG 퓨리케어 360° 공기청정기 플러스(왼쪽)와 LG 퓨리케어 360° 공기청정기 펫 플러스를 소개하고 있다.

코레일, '인터넷특가' 30%할인 혜택 비회원까지 확대

온라인 발권율 높여 코로나19 장기화·비대면 추세에 대응한다는 계획

한국철도공사(코레일)가 오는 7일부터 승차권을 온라인으로 미리 예약하면 최대 30%까지 할인받을 수 있는 '인터넷특가' 상품을 비회원도 구입할 수 있도록 확대 적용한다고 5일 밝혔다.

'인터넷특가' 할인은 그동안 철도회원에게만 제공되던 혜택으로 열차 출발 2일전까지 홈페이지나 모바일 앱 등 온라인으로 예매하면 열차별 승차율과 예매 시점에 따라 10~30% 더 저렴하게 구입할 수 있는 승차권이다.

코레일은 온라인 예매 혜택을 비회원까지 확대하는 등 언택트 서비스 강화로 온라인 발권율을 높여 코로나19 장기화와 비대면 추세에 대응한다는 계획이다.

현재 승차권 예매고객 중 철도회원은 95% 이상 온라인으로 구입하고 있다.

이번 조치는 비회원 대부분(약 84%)이 역 창구나 자동발매기 등 오프라인 예매를 이용하는 상황을 개선하기 위한 방안이다.

코레일 관계자는 "인터넷 특가 승차권은 열차별로 좌석이 한정돼 있고 미리 예매할수록 할인율이 높으니, 여행일정이 정해지면 서둘러 예매하는 것이 좋다"며 "다만 온라인 할인이 적용된 인터넷특가 승차권을 역 창구에서 변경하면 할인이 취소되는 점에도 주의가 필요하다"고 말했다.

신봉우 기자

삼각김밥 대신 빵…편의점 '프리미엄 베이커리'로 승부

CU 이어 GS25·세븐일레븐도 선봬

코로나 사태 이후 빵 찾는 고객 늘어

편의점이 자체적으로 개발한 프리미엄 베이커리 브랜드를 속속 선보이고 있다.

씨유(CU)가 지난달부터 일부 매장에서 각종 빵 제품을 새롭게 선보인 데 이어 지에스(GS)25와 세븐일레븐도 5일 프리미엄 베이커리 서비스를 시작했다.

편의점 빵 수요가 몇 년 전부터 꾸준히 증가한 것과 함께 지난해 코로나 사태로 편의점에서 간편하게 식사를 해결하려는 사람이 늘었고 식사를 대신할 수 있는 빵을 찾는 고객이 많아진 게 영향을 준 것으로 분석된다.

GS리테일이 GS25와 GS더프레시에서 출시한 프리미엄 베이커리는 브랜드 이름인 '브레디크'(BREADIQUE) 목표가 드러난다.

빵(Bread)과 부티크(Boutique), 유니크(Unique)의 합성어로 높은 품질의 빵을 공급하겠다는 의미가 담겼다.

GS리테일 관계자는 "베이커리 전문점 수준 이상 고품질 베이커리를 제공해 이전에 편의점에 없던 새로운 맛과 다양한 상품을 만나볼 수 있어 만족도가 높을 거로 기대한다"고 했다.

브레디크에서 처음 선보이는 제품은 순우유식빵·순우유스틱빵·순우유모닝롤·레몬큐브파운드 등 4종이다.

세븐일레븐은 식품영양 전문가인 한영실 숙명여대 교수의 맞춤식품연구실과 손잡고 다양한 건강재료를 활용한 프리미엄 베이커리 2종 밤단팥빵·연유크림소보로빵을 내놨다.

밤·현미·찹쌀·감자·땅콩·마 등 여섯 가지 건강재료가 골고루 들어간 게 특징이다.

여기에 1등급 밀가루와 히말라얀 핑크 솔트 등 고품질 원재료도 함께 썼다.

편의점이 빵 품질을 높인 건 그만큼 수요가 있다고 판단했기 때문이다.

2015년부터 2020년까지 GS25 빵 매출은 매년 15% 이상 성장했다.

세븐일레븐에서도 지난해 베이커리 매출은 전년 대비 9.9% 증가했다.

특히 아침시간대(16.4%)와 주택가(29.5%) 매출이 더 크게 증가했다.

지난달 가장 먼저 프리미엄 베이커리를 선보인 CU에서도 비슷한 매출 변화가 나타났다.

특히 코로나 사태 영향으로 빵 수요가 확연히 늘었다.

사회적 거리 두기가 강화된 지난달 1~21일 식사 대용 빵 매출은 전년 동기 대비 115.1% 증가했다.

이에 CU는 건강하고 담백한 맛으로 밥을 대체할 수 있는 곡물빵을 내놨다.

편의점에서 뿐만 아니라 빵 소비 자체가 늘기도 했다.

통계청에 따르면, 빵 및 떡류 가계 소비 지출액은 2015년 대비 2019년에 16.6% 증가했다.

앞으로 GS리테일은 브레디크를 식사 대용, 포켓샌드, 냉장빵, 조리빵, 냉장 디저트 등 5개 부문으로 나눠 상품을 개발해 베이커리 수준을 한 단계 업그레이드 한다는 계획이다.

빵 종류는 오는 3월 말까지 50여 종을 늘릴 예정이다.

세븐일레븐도 메뉴를 꾸준히 늘려간다는 계획이다. 세븐일레븐 관계자는 "편의점 베이커리는 간편하고 포만감도 좋아 간편 한 끼로 인기가 높아지고 있다"고 했다.

김미희 기자

'통화내역 텍스트로' 아틀라스랩스, AI스위치 출시

"AI 음성인식 기술로 사람들 일상에 도움 줄 것"

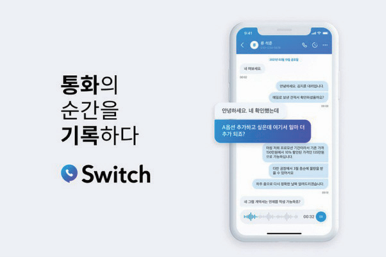
음성인식 인공지능(AI) 전문기업 아틀라스랩스는 통화 내역을 녹음하고 텍스트로 변환해 저장·관리하는 앱(스위치)의 아이폰 iOS 버전을 공식 출시한다고 5일 밝혔다.

이번 스위치 iOS 정식 버전은 ▲기본 전화 기능 ▲전화 녹음 ▲통화 내용의 실시간 대화형 문자 기록 ▲통화기록 조회·분석 등을 지원한다.

PC 연동 기능도 추가됐다. 앱 이용자들은 PC에서도 ▲태그 ▲메모 ▲즐겨찾기 ▲통화 내용 검색·재생 ▲전화 음성·텍스트 파일 다운로드 기능을 활용할 수 있다.

류로빈 아틀라스랩스 대표는 "스위치는 AI 음성인식 기술로 사람들의 일상에 도움을 주고, 'AI 기술의 대중화'를 이루는 것을 목표로 하고 있다"고 말했다.

한편, 아틀라스랩스는 앞서 지난해 8월 시드 투자 단계에서 40억원의 투자를 유치했다. 포스코ICT, 오뚜기, 예스24, KT DS 등이 자사 기술을 전문 솔루션으로 채택하고 있다고 회사측은 전했다.



서선옥 기자

광주글로벌모터스 생산직 신입사원 첫 모집

186명 선발…"젊고 유능한 지역인재 기대"

지역상생형 일자리기업인 ㈜광주글로벌모터스(GGM)가 기술직(생산직) 신입사원 공개채용에 나섰다.

생산직 신입사원 모집은 이번이 처음인 데다 200명 가까운 규모여서 지역 청년들이 양질의 일자리를 구할 수 있는 절호의 기회가 될 것으로 보인다.

광주글로벌모터스는 5일 "생산라인과 생산품질 분야 기술직 신입사원 186명을 공개경쟁 방식으로 채용한다"고 밝혔다.

그동안 공채가 일반직 또는 기술직 경력에 국한된 것과 달리 이번에는 생산직 신입사원 공개선발이어서 광주·전남지역 고등학교나 대학교를 졸업했거나 졸업 예정인 인재들에게 일자리 창출의 계기가 될 것으로 보인다.

원서접수는 채용전문업체인 '마이다스인'을 통해 5일부터 이달 20일 오후 4시까지 진행되며 AI 역량검사는 21일 오후 4시까지 응시해야 한다.

광주글로벌모터스는 AI 역량검사 응시에 어려움이 예상되는 지원자를 위해 별도의 지원 부스를 운영할 예정이며 지원자는 광주고용복지플러스센터 취업지원과를 통해 사전예약 후 이용할 수 있다.

합격자는 AI 역량검사와 서류전형 합격자를 대상으로 면접시험을 거쳐 2월 말 최종 확정, 발표될 예정이다.

광주글로벌모터스 관계자는 "전문기관의 대행과 국가직무능력표준(NSC)에 기반한 블라인드 방식으로 진행돼 공정성과 투명성을 확보했다"며 "특히, 기술직 신입사원을 선발하는 만큼 유능하고 능력있는 지역 젊은이들이 많이 응시하기 바란다"고 말했다.

채용 관련 문의는 전용 홈페이지(https://ggm.recruiter.co.kr) 또는 GGM 홈페이지를 통해 가능하다.

조인호 기자