

1분기 모바일쇼핑 31조 '역대 최대'...소비 회복세 해외 직구도

통계청 '3월 및 1분기 온라인쇼핑 동향' 발표

역직구 전년보다 23.0% 감소...역대 최대 폭 ↓

"소비심리 회복 구매로 이어져...광군제 영향"

3월 여행 패션용품 등 코로나 이후 첫 오름세

지난 1분기 모바일쇼핑 거래액이 처음으로 31조원을 넘어서며 역대 최대를 기록했다. 코로나19 경기 개선에 따른 소비 심리가 회복되면서 해외 직접 구매액 또한 역대 최대 폭으로 증가했다.

통계청이 6일 발표한 '온라인쇼핑 동향'에 따르면 올해 1분기 온라인쇼핑 거래액은 전년 동기(36조8301억원)보다 21.3% 증가한 44조6917억원으로 조사됐다.

이 중 모바일쇼핑 거래액은 지난해 같은 기간(24조7966억원)보다 26.3% 증가한 31조3169억원으로 집계됐다. 이는 2013년 관련 통계가 작성된 이후 역대 최대 규모다.

상품군별로는 여행 및 교통서비스(-20.2%), 화장품(-14.0%) 등에서 감소했으나 음식서비스(77.0%), 가전·전자·통신기기(45.0%), 음·식료품(35.2%) 등에서 증가했다.

이민경 통계청 서비스동향과장은 "간편 결제 시스템 도입으로 많은 사

람이 PC보다는 휴대전화를 통해 쇼핑하기 수월해졌다"면서 "배달 등 음식 서비스도 모바일을 주로 사용하는 영향도 반영됐다"고 설명했다. 이어 "모바일 거래는 앞으로도 계속 증가할 전망"이라고 내다봤다.

상품군별 온라인쇼핑 거래액 구성비는 음·식료품(13.5%), 음식서비스(13.3%), 가전·전자·통신기기(11.7%) 순으로 높았다. 모바일쇼핑 거래액은 음식서비스(18.3%), 음·식료품(14.1%), 가전·전자·통신기기(10.6%) 순으로 비중이 컸다.

1분기 온라인 해외 직접 구매액(역직구)은 1조1782억원으로 전년 같은 분기 대비 23.0% 감소했다. 지난해 4분기에 이어 2분기 연속 마이너스(-)를 보였다. 2014년 통계 작성 이래 최대 감소 폭이다.

해외 직접 구매액의 경우 온라인 면세점이 82.5%로 높은 비중을 차지하는데 코로나19로 외국인 관광객이 현저히 감소하면서 역직구 금액이 감소

한 것으로 분석된다.

국가별 온라인 해외 직접 구매액은 중국(1조176억원), 미국(609억원), 일본(449억원) 순이다. 전년 같은 분기와 비교하면 중국(-23.4%), 아세안(-60.3%) 등은 감소했으나 미국(23.9%), 일본(6.4%) 등은 증가했다.

상품군별로 보면 화장품(9838억원), 의류 및 패션 관련 상품(786억원), 음반·비디오·악기(443억원) 순이다. 전년과 비교하면 화장품(-25.1%), 음·식료품(-65.9%), 의류 및 패션 관련 상품(-11.3%) 등은 감소했으나 음반·비디오·악기(33.3%), 사무·문구(88.5%) 등은 증가했다.

온라인 해외 직접 구매액을 의미하는 '직구'는 전년 동기 대비 44.2% 증가한 1조4125억원이었다. 2014년 통계 작성 이래 사상 최대 금액이다. 증가 폭 역시 역대 가장 컸다.

이 과정은 "살아나는 소비 심리가 온라인 직접 구매까지 영향을 미쳤다"며 "온라인 직접 구매 시장이 점점 커지다 보니 온라인 쇼핑물 운영업체도 빠른 배송 등 직구 서비스를 강화해 소비자 입장에서도 편의성이 좋아져 구매액이 증가한 것으로 보인다"고 말했다.

국가별로 보면 미국(5391억원), 중국(4578억원), 유럽연합(2826억원), 일본(733억원) 순으로 많았다. 특히 중국에서 전년 동기 대비 223.6%나 증가했으며 미국(11.3%), 일본(47.6%)

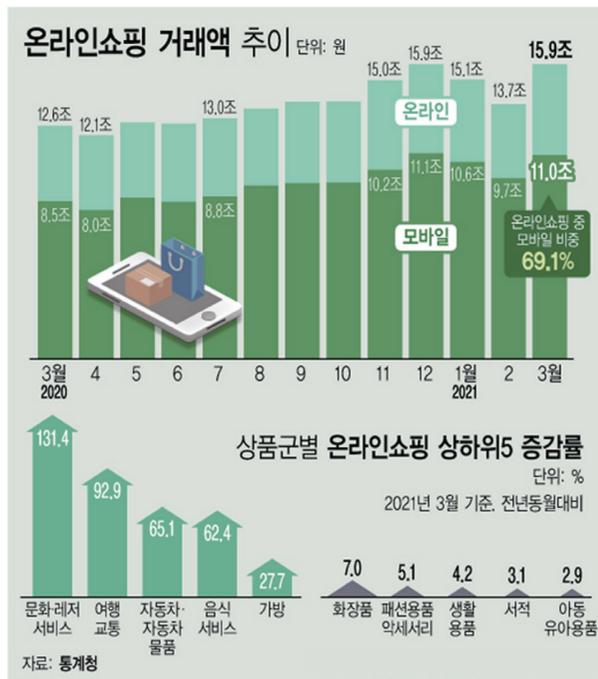
도 오름세를 보였다. 지난해 11월 중국의 최대 쇼핑 페스티벌 '광군제' 직구 영향이 1분기까지 지속된 것으로 분석된다.

상품군별로 보면 의류 및 패션 관련 상품(5042억원), 음·식료품(3296억원), 가전·전자·통신기기(1328억원) 순이었다. 의류 및 패션 관련 상품(33.2%), 음·식료품(21.2%), 생활용품 및 자동차용품(77.0%) 등 모든 상품군에서 증가했다.

이날 함께 발표된 3월 온라인쇼핑 거래액은 15조8908억원으로 일년 전보다 26.4% 증가했다. 전체 소매판매액(42조5102억원) 중 온라인쇼핑 상품 거래액(15조8908억원)의 비중은 29.2%로 30%에 육박했다.

대형 소매점을 중심으로 일반 대중에게 판매되는 상품의 금액을 뜻하는 소매판매액은 유통·소매의 전반적인 동향 파악에 활용된다. 다만 여기에는 여행 및 교통·문화 및 레저·e쿠폰·음식·기타 등 서비스 거래액은 포함되지 않는다.

상품군으로 보면 코로나19 영향으로 배달음식, 간편식 등 음·식료품 거래 증가로 음식서비스(62.4%)와 음·식료품(21.1%) 등이 많이 증가했다. 가전 내 생활이 늘면서 가전·전자·통신기기(22.0%)와 사회적 거리두기 완화에 따른 국내 여행 수요 증가로 여행 및 교통서비스(92.9%)도 증가했다. 패션용품 및 액세서리(5.1%)를 포함



해 모든 상품군에서 오름세를 보였다. 통계청에 따르면 여행 및 교통서비스와 패션용품 및 액세서리 상품군이 전년보다 증가세를 보인 건 코로나19 확산 이후 이번이 처음이다. 소비 심리 회복 및 온화한 날씨 등의 영향으로 외출이 늘어난 영향으로 관측된다.

온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액은 전년보다 29.4% 늘어난 10조9816억원이었다. 온라인쇼핑 거래액 중 모바일 쇼핑 거래액 비중은 69.1%로 전년 동월(67.5%)보다 1.6% 포인트(p) 상승했다.

서선욱기자



'무인 캐리어 운반 로봇' 6일 서울 코엑스에서 열린 온택트 페어 2021(비대면 산업 전시회)를 찾은 관람객들이 전시된 제품을 살펴보고 있다.

아이스크림 최저가 확산...세븐일레븐, 75% 할인

아이스크림 10개 구매 시 개당 245원에 구매 가능



여름 성수기를 앞두고 편의점 아이스크림 최저가 전쟁이 확산되고 있다. 6일 편의점 세븐일레븐은 이달 말까지 스쿠류바, 돼지바, 월드론 등 아이스크림 90여 종에 대해 네이버페이로 결제 시 30% 할인 혜택을 제공한다. 이들 상품은 증정행사 품목이기도 해 중복 할인 적용 시 최대 할인은 65%에 달한다. 예를 들어 1+1 행사 상품인 '흑당버블밀크티콘(3000원)'을 2개 구매하고 최대 할인 혜택을 받으면 최종 구매금액은 2100원(정상이 6000원)이다.

추가로 초코퍼지, 캔디바, 호두마루 등 1000원에 판매되고 있는 인기 아이스크림 10종에 한해서는 10개 이상 구매 시 결제 수단 관계없이 65% 할인을 제공한다. 해당 상품들은 네이버페이 30% 할인 행사와 중복 적용 가능해 10개 구매 시 2450원에 구매할 수 있다. 개당 가격은 245원으로 약 75% 할인된 금액이다. 세븐일레븐이 아이스크림 할인에 나선 이유는 최근 한낮 최고 기온이 20도를 웃돌면서 아이스크림, 컵얼음

등 하절기 상품 매출이 상승세를 나타냈기 때문이다.

세븐일레븐이 최근 기온 20도로 올랐던 지난달 20일부터 이달 5일까지 약 2주간 주요 상품 매출 현황을 전월 대비로 분석한 결과, 아이스크림, 컵얼음, 맥주 등 여름이 주력인 상품들이 해당 기간 일제히 두 자릿수 매출 상승세를 보였다.

아이스크림 매출이 전월 대비 25.9% 올랐으며, 컵얼음은 62.2%, 자사 원두커피 브랜드 세븐카페 ICE도 같은 기간 35.9% 신장했다. 또한 맥주(13.8%), 스포츠음료(21.2%), 파우치음료(67.2%) 등의 상품도 매출이 크게 증가했다.

이에 세븐일레븐은 날씨가 사람들의 소비 심리 변화에 빠르게 작용하는 만큼 하절기 상품들에 대해 할인 행사를 열고 본격적인 여름 맞이에 나선다는 방침이다.

또한 세븐일레븐은 하절기 주요 상품에 대한 할인 이벤트를 마련했다. 혼술대전 콘셉트로 이달 말까지 맥주(6종), 소주(4종)와 소시지, 핫바, 과자 등 안주 10종을 대상으로 롯데카드나 BC카드 결제 시 10% 할인 혜택을 제공한다. 그리고 탄산수달대전을 열고 매주 금요일에서 일요일까지 탄산 및 스포츠음료 9종에 대해 NH농협카드 결제 시 30% 할인 판매한다.

김민정기자

'코로나19 경영난' 광주 패밀리랜드 5년 계약연장

폐업 위기 딛고 2026년까지 6월까지 위탁운영 45억 투입, 카트장 등 신규 놀이시설 등 도입



광주·전남의 대표 위탁시설로 나들이, 체험학습 명소로 각광을 받아 온 광주패밀리랜드가 코로나19로 인한 폐업 위기를 딛고 5년 간 더 위탁운영된다.

6일 광주시 등에 따르면 시는 최근 광주패밀리랜드(주)와의 관리위탁 계약을 오는 2026년 6월까지 5년 간 연장했다.

패밀리랜드는 6월 말 계약 만료를 앞둔 상황에서 코로나19가 호전될 기미를 보이지 않으면서 눈덩이 적자에 폐업 가능성이 제기돼 왔다.

지난해 2월부터 코로나19에 따른 사회적 거리두기로 방문객이 급감하면서 임대료와 인건비, 부대비용 등 손실 규모가 눈덩이처럼 불었고, 급기야 지난해 12월부터는 한 달 남짓 아예 문을 닫기도 했다.

적자폭을 감당하기 힘들게 된 업체 측은 지난해 7월 시에 계약 해지

를 요청했지만, "정당한 계약해지 사유가 안된다"는 이유로 계약 만료일인 6월 까지 울며 겨자먹기로 운영해 왔다.

시가 고등 분담 차원에서 연간 위탁료를 6억9000만원에서 4억 5000만원으로 20% 가량 할인해줬지만 위기를 극복하기엔 턱없이 부족한 실정이었다.

이에 시는 재계약이 최종 무산될 경우 공유재산법에 따라 새 수탁자를 선정할 예정이었다.

벼랑 끝 상황에서 업체 측은 주주들과의 내부 논의를 거쳐 위탁운영을 유지하는 쪽으로 의견을 모았고, 시가 위탁계약 5년 갱신 신청을 받아들인면서 계약 연장이 가능하게 됐다.

업체 측은 공격적인 투자 등을 통해 패밀리랜드가 지역 대표 관광형 놀이시설로 자리매김할 수 있다

록 앞으로 4년간 최고 45억 원을 투입할 예정이다.

기존 수영장 부지를 카트경기장으로 개조하고, 해양전시관과 신규 놀이시설도 추가 도입하기로 했다. 시는 6월 원을 투입해 입구 계보수 작업도 벌일 예정이다.

우치동물원의 경우 지난해 소맹수사를 짓는 등 노후 시설을 절반 이상 교체한 데 이어 올해 10억원을 추가 투입해 큰물새장 등을 정비할 계획이다.

시 관계자는 "코로나로 어려운 상황이지만, 지역 내 대표 놀이·휴식공간으로 안정적으로 운영될 수 있도록 다각도로 노력 중"이라고 밝혔다.

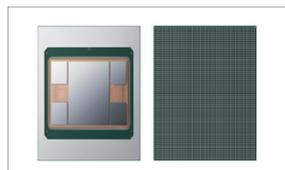
오유나기자

삼성전자, 차세대 반도체 패키지 기술 개발...초미세 배선 구현

로직과 HBM 4개, 한 패키지에 구현... 하나의 반도체처럼 동작

삼성전자가 로직 칩과 4개의 HBM(High Bandwidth Memory) 칩을 하나의 패키지로 구현한 독자 구조의 2.5D 패키지 기술 'I-Cube4'를 개발했다고 6일 밝혔다. 'I-Cube4'는 고대역폭 데이터 전송과 고성능 시스템 반도체를 요구하는 HPC(High Performance Computing), AI·클라우드 서비스, 데이터센터 등을 중심으로 폭넓게 활용될 것으로 기대된다. 삼성전자는 'I-Cube'는 실리콘 인터포저 위에 CPU, GPU 등의 로직과 HBM을 배치해 하나의 반도체처럼 동작하도록 하는 이중 집적화 패키지 기

술이다. 이를 통해 복수의 칩 1개의 패키지 안에 배치해 전송 속도는 높이고, 패키지 면적은 줄일 수 있다. 삼성전자는 'I-Cube4'에 실리콘 인터포저(Si-Interposer)를 적용해 초미세 배선을 구현했으며, 반도체 구동에 필요한 전력도 안정적으로 공급할 수 있도록 했다. 일반적으로 패키지 안에 실장하는 반도체 칩이 많아질수록 인터포저의 면적도 함께 증가해 공정상의 어려움이 커진다. 삼성전자는 100마이크로미터 수준의 매우 얇은 인터포저가 변형되지 않도록 재료, 두께 등 다양한 측면에서 반도체 공정·제조 노하우를 적용했



다. 또한 'I-Cube4'에 몰드를 사용하지 않는 독자적인 구조를 적용해 효율적으로 방출하도록 했다.

삼성전자는 패키지 공정 중간 단계에서 동작 테스트를 진행해 불량률 사전에 걸러내고, 전체 공정 단계를 줄여 생산 기간을 단축했다.

최슬기기자