6월 명품 매출 최대 52% '껑충'…가격 인상 속 '보복소비' 계속

'더현대서울' 오픈 현대百 6월 명품 매출 52.5% 상승
전년比 롯데百 28.3%, 신세계 40.1% 명품 매출 올라
샤넬 인상에 '오픈런'까지…"해외 못 가니 더 못 참아"

지난해 코로나19 유행으로 억눌렸던 고객들의 '보복소비'와 주요 명품 브랜드의 하반기 가격 인상에 힘입어 주요 백화점들의 매출이 전년 대비 상승세다.

4일 백화점 업계에 따르면, 지난 6월 롯데백화점과 신세계백화점의 명품 분야 매출은 지난해 같은 기간 대비 각각 28.3%, 40.1% 상승했다. 5월의 경우 롯데백화점은 47.9%, 신세계는 38% 각각 뛰었다.

현대백화점은 보다 더 좋은 성적을 거뒀다. 6월 명품 분야 매출액이 지난해 같은 기간 대비 52.5% 늘었다. 5월에는 55.8%가 상승했다. 지난 2월26일 개점한 뒤 인기몰이를 하고 있는 서울 최대 규모의 여의도 '더현대 서울'의 영향도 반영된 것으로 보인다.

'더현대 서울'에는 개점 직후 구찌·프라다·보테가베네타·버버리·발렌시아가 등 30여개 해외패션·명품 브랜드 매장이 들어섰다. 현대백화점은 개점 후에도 루이비통 등과 협의를 진행하며 명품 브랜드를 보강해 나갈 방침이다.

앞서 1일을 전후해서는 주요 백화점 앞에 개점 전 인파가 몰리는 '오픈런(Open Run)' 현상도 목격됐다. 프랑스 명품 브랜드 샤넬(CHANEL)이 국내 대표 제품들의 가격을 최대 14% 인상하면서다.

샤넬 공식 홈페이지에 따르면 대표 제품인 클래식백과 보이백 등 주요 제품 가격을 8~14% 올렸다. 클래식 스몰은 785만원에서 893만원으로, 클래식 미디움은 864만원에서 971만원으로 각각 13.8%, 12.4% 인상됐다. 클래식 라지는 942만원에서 1049만원으로 클래식 맥시에 이어 두 번째 1000만원짜리 샤넬백이 됐다.

샤넬은 이미 올해 1월과 2월 두 차례 가격을 올렸다. 지난해에는 5월과 11월에 주요 제품의 값을 인상했다.

지난해 샤넬코리아의 영업이익은 1491억원으로 전년 대비 34.4% 증가했고, 순이익은 1068억원으로 31.7% 증가했다. 코로나19 영향으로 면세 매출이 타격을 받으면서 전체 매출은 12.6% 감소한 9295억원이었다.

가격 인상 속에서도 매출에 타격을 주기는 커녕 오히려 인기가 더 높아지는 기현상이 나타나는 원인으로는 '보복 소비'가 꼽힌다. 코로나19 장기화로 인천국제공항 출국장이나 해외 입국시 면세점을 이용하지 못하게 되면서 참다 못한 사람들이 지갑을 연다는 분석이다.

패션업계 한 관계자는"코로나19 유행이 길어지고 일상화되면서 그냥 돈 조금 보태서 국내에서 명품을 사겠다는 심리 등이 복합적으로 작용한 것으로 보인다"고 분석했다.

1980~2000년대생 'MZ세대'에게서 성공이나 부를 과시하는 플렉스(flex) 문화가 나타나는 점도 원인으로 거론된다. 20~30대의 근로소득으로는 집을 사는 등 미래를 준비하는 부를 축적하기 어려워졌다는 판단에 즐기거나 사고 싶은 것을 과감하게 구입하는 것이다.

이들 세대가 주로 이용하는 유튜브·사회관계망서비스(SNS)를 통한 영향도 배제할 수 없다는 분석도 나온다. 업계 한 관계자는 "사견이지만 예전에는 방송에서 명품을 내보이는 것이 금기시됐다면, 지금은 유튜브를 통해 인플루언서들이 명품을 착용하는 모습이 일상화된 점도 배제할 수 없다"고 내다봤다.

백화점 업계도 해당 세대를 겨냥한 멤버십 마케팅 강화에 나서고 있다.

현대백화점의 'Club YP(클럽 와이피)'가 대표 사례다. 20세 이상 39세 이하만 가입할 수 있는 VIP 고객 프로그램으로, 현대백화점카드로 직전 해에 3000만원 이상을 구매하면 된다. 명품을 구매하면 자사 포인트를 2배로 적립하고, 발레파킹 서비스나 더현대서울 전용 라운지 제공 등 혜택을 제공한다.

기동취재본부

명품브랜드 샤넬이 오는 7월부터 가격을 인상한다고 알려진 지난 6월 30일 오전 서울 중구 롯데백화점 앞에서 시민들이 백화점 오픈시간 전부터 샤넬 매장 입장을 위해 대기하고 있다.(윗 사진) 2일 오전 서울 중구 롯데백화점 인근이 명품브랜드 샤넬 가격 인상전인 지난달 30일에 비해 비교적 한산한 모습을 보이고 있다. 1일 샤넬 공식 홈페이지에 따르면 샤넬은 핸드백 등 일부 제품 가격을 8~14% 인상한 것으로 확인됐다.

소비자 물가 2.4% 상승, 마늘은 48.7% 지난달 소비자물가가 2.4% 상승하며 3달 연속 2%대 상승률을 기록했다. 통계청이 발표한 6얼 소비자물가동향에 따르면 계란과 마늘은 각각 54.9%, 48.7% 상승했다. 4일 서울시내의 한 대형마트에서 마늘이 판매되고 있다.

광주시, 도시가스 요금 동결

"코로나19 속 물가 안정·서민 경제 부담 최소화"
인건비, 감각상각비 등 11% 인상 요인에도 동결

광주시가 내년 6월까지 1년간 적용되는 일반도시가스 소비자 요금을 인상없이 동결했다고 4일 밝혔다.

도시가스 요금은 한국가스공사의 도매요금과 지역별 도시가스 사업자의 소매공급비용을 합산해 최종 결정하여 조정하며, 한국가스공사의 도매요금은 정부 부처 간 협의를 통해 산업통장자원부 장관이 승인하며, 소매공급비용은 시·도지사가 승인한다. 광주시의 도시가스는 ㈜해양에너지가 100% 공급하고 있다.

광주시는 회계법인 용역 결과 인건비 상승, 감각상각비 증가, 신규 배관 투자비 등 전년 대비 10.93%(㎥당 9.12원)의 인상요인이 발생했으나 물가상승 불안 요인과 서민·소상공인 등의 생활비 부담이 증가하지 않도록 동결을 결정했다고 밝혔다.

이는 지난해 3월 코로나19로부터 지역경제지키기 제2차 민생안정대책 발표에 따른 6대 공공요금(상수도, 하수도, 도시가스, 시내버스, 택시, 도시철도) 동결 등 민생경제 안정을 위한 조치로 풀이된다.

또 하반기 일시적 물가상승이 과도한 기대 인플레이션 자극으로 이어지지 않도록 지방 공공요금의 인상을 자제토록 하는 정부 방침에 따라 물가안정과 시민들의 생활비 부담을 줄이기 위한 방안이기도 하다.

특히, 광주시는 2018년부터 지난해까지 도시가스 소비자요금 인상요인이 발생했지만 소매공급 비용을 동결해 왔으며, 올해 또한 요금상승 요인이 있었지만, 도시가스사업자인 ㈜해양에너지로 하여금 경영효율화를 통해 자체 흡수할 수 있도록 유도키로 했다.

기동취재본부

농촌출신 대학생, 2학기 학자금 전액 무이자

신청서, 오늘부터 23일까지…8월 중 융자 실행

농림축산식품부는 농촌 지역 학부모의 교육비 부담을 낮추고 농촌 출신 대학생에 대한 균등한 교육 기회를 제공하기 위해 2학기 대학교 등록금 전액을 무이자로 대출해준다고 4일 밝혔다.

지원 대상은 농촌 지역에 주민등록 주소를 두고 6개월(180일) 이상 거주하고 있는 학부모의 대학생 자녀이거나 농업에 종사하는 대학생으로서 일정 자격요건을 충족해야 한다.

국내 대학교에 재학, 입학(신입·편입·재입학) 또는 복학 예정인 대한민국 국적 대학 학부생이어야 한다.

올해 2학기부터 심사요건 중 지원자의 소득심사를 전면 폐지함으로써 소득과 관계없이 대출을 신청할 수 있도록 농촌 학자금 융자 대상을 확대했다.

이번에 소득심사를 폐지함에 따라 심사 기간을 20일에서 15일로 단축하고 신청 기간을 10일에서 15일로 확대해 신청 기간을 늘린다. 융자실행은 빨라져(최대 8주 단축) 지원자의 편의를 대폭 향상했다.

또 코로나19 확산으로 어려움을 겪고 있는 농촌 가구의 지원을 위해 코로나19로 인한 실직·폐업한 부모의 자녀 또는 본인을 대상으로 농촌학자금융자 상환유예를 올해 12월까지 신청받아 최장 3년까지 연장할 수 있게 했다.

농촌 출신 대학생 학자금 융자를 지원하고자 하는 학생은 한국장학재단 홈페이지에서 신청서를 7월5~23일 작성·제출하면 된다.

학자금 융자는 서류 및 자격 심사 등을 거쳐 8월 중에 융자를 실행할 예정이다.

서선옥 기자

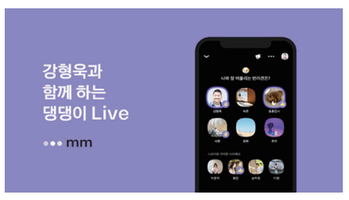
카카오 오디오 플랫폼 '음', 강형욱과 함께 라이브

오는 7일 오후 10시부터 매주 총 5회 걸쳐 진행

카카오가 출시한 소셜 오디오 플랫폼 '음'(mm)이 반려견 훈련사 강형욱과 함께 반려견 보호자들의 다양한 궁금증을 해소하는 자리를 마련한다고 3일 밝혔다.

카카오는 오는 7일 오후 10시부터 매주 총 5회에 걸쳐 '음'(mm)에서 '강형욱의 댕댕이 라이브'를 진행할 예정이다. 반려견을 돌보는 많은 MZ세대에게 유익한 정보를 제공하고, 참여자들과 질의응답을 진행하는 등 실시간으로 소통할 계획이다.

라이브는 1시간가량 진행되며, 1회차에서는 '나와 잘 어울리는 반려견'이라는 주제로 보호자의 성향과 라이프스타일, 양육 환경 등에 따른 반려견을 찾는 방법을 공유한다. 이후 '강아지도 사회성이 있다는 것을 아시나요?', '반려견과 제대로 산책하기' 등에 대한 내용으로 2, 3회차 방송을 이어갈 계획이다. 4, 5회차 라이브는 참여자들의 자유로운 질문에 강형욱 훈련사가 직접 답변하는 방식으로 진행된다.



카카오 관계자는 "소셜 오디오 플랫폼이라는 이색적인 공간을 통해 MZ세대들이 반려견에 관한 지식과 정보를 주고받는 즐거운 시간이 될 것"이라며 "이번 라이브 외에도 향후 '음'(mm)에서 재미있고 색다른 방송을 지속적으로 만나볼 수 있도록 하겠다"고 말했다.

오유나 기자

직장인 10명 중 2명 "업무시간 중 투자로 지적 경험"

직장인들 사이에서 주식 투자 열풍이 불고 있는 가운데 직장인의 절반은 업무시간을 이용해 자신의 주식 투자 현황을 확인한다고 응답했다.

또 10명 중 2명은 업무시간 중 투자 확인 때문에 직·간접적으로 지적을 경험했다고 털어놨다.

취업포털 인크루트에 따르면 직장인 893명을 대상으로 '직장인 투자 확인 습관과 부정적인 사례 경험'에 대해 설문조사를 실시한 결과 '주식은 주로 언제 확인하는가'(중복응답)를 묻는 질문에 51.5%가 '업무시간 내 잠깐'이라고 밝혔다.

이어 ▲집에서(41.2%) ▲점심시간(32.1%) ▲출근길(27.4%) ▲퇴근길(22.9%) ▲따로 확인 안한다(4.3%) 등으로 답했다.

또 투자 확인 주기를 묻는 질문에는 '매일 한다'(65.9%)는 답변이 가장 많았고 '이틀에 한 번'(12.8%), '일주일에 한 번'(5.4%), '자주 확인하지 않는다'(4.7%) 등의 순이었다.

매일 확인한다고 응답한 직장인 중 하루 중 몇 번을 확인하는지를 묻는 질문에는 33.0%가 '셀 수 없이 확인한다'고 답했다.

업무시간 중 투자 확인으로 직장 상사나 동료로부터 지적을 받은 경험이 있었는지를 물은 결과 '지적받았다'는 응답은 11.9%, '사내 직원이 지적받는 것을 본 적 있다'는 응답은 9.5%를 차지해 21.4%가 직·간접적인 지적을 경험했다고 응답했다. 반면에 '지적받은 적 없다'는 응답은 78.6%로 조사됐다.

기동취재본부

하나은행, Z세대 위한 금융플랫폼 '아이부자 앱'

부모와 함께 용돈 관리, 투자 경험
기존 거래 없어도 인증 거쳐 가입

하나은행은 Z세대를 위한 체험형 금융플랫폼 '아이부자 앱'을 출시했다고 4일 밝혔다.

Z세대인 자녀 회원과 X세대 부모 회원이 각자 스마트폰에 애플리케이션을 설치하고 함께 이용할 수 있는 페어앱(Pair-App)이다.

모바일로 주고 받는 용돈을 기반으로 금융 활동을 체험하고 부자가 되는 경험을 공유할 수 있다.

기존에 하나은행과의 거래가 없어도 간단한 인증만 거치면 서비스에 가입 가능하다.

플랫폼에서는 모으기(용돈·아르바이트·저축), 쓰기(결제·송금·출금), 불리기(주식투자 경험), 나누기(기부) 등 금융 기능과 부자 MBTI, 투자 이상형, 경제상식퀴즈 등 금융 역량 개발 콘텐츠를 이용할 수 있다.

김민정 기자