

2월 온라인쇼핑 16.9조...여행·교통 137% ↑ ‘역대 최대’ 증가폭

통계청, ‘2023년 2월 온라인쇼핑 동향’ 발표 배달음식서비스 11.5% ↓ ...역대 최대 폭 감소

지난 2월 온라인쇼핑 거래액이 17조원에 육박하면서 같은 달 대비 역대 최대치를 기록했다. 꾸준히 감소세를 보인 배달음식 서비스는 역대 최대폭으로 감소한 반면, 여행·교통서비스는 사회적 거리두기 해제로 역대 최대 증가율을 보였다.

통계청이 3일 발표한 ‘2023년 2월 온라인쇼핑 동향’에 따르면 2월 온라인 쇼핑 거래액은 1년 전 같은 기간보다 1조1877억원(7.5%)

증가한 16조9369억원으로 집계됐다. 상품군별로 보면 여행 및 교통서비스가 전년 동월 대비 137.4% 증가해 통계가 작성된 2017년 이후 역대 최대 증가율을 보였다. 이외에도 음·식료품(8.3%), 이쿠폰서비스(29.7%) 등의 거래액 증가 폭이 컸다.

사회적 거리두기가 해제되고 날씨가 풀리면서 외부활동이 증가한 영향으로 풀이된다. 온라인 장보기와 이쿠폰서비스도 꾸준히 증

가 추세다. 전년 같은 기간 대비 가전·전자(-11.9%), 음식서비스(-11.5%), 컴퓨터 및 주변기기(-8.3%), 서적(-5.1%), 가구(-4.7%) 등은 거래액이 감소했다.

김서영 통계청 서비스업동향과장은 “지난해는 코로나19로 재택활동이 증가하면서 가전과 컴퓨터의 신규 교체 수요가 늘었다. 그 기저효과로 신규 교체 수요가 줄어든 모습”이라고 설명했다.

특히 배달 등 음식서비스는 통계 작성 이래 최대 감소폭을 보였다. 외부활동이 증가하면서 지난해 7월 이후 8개월 연속 감소하고 있다.

거래액 구성비는 음·식료품(12.6%·2억1302만원), 음식서비스(11.9%·2억186만원), 여행 및 교통서비스(10.8%·1억8275만원) 순으로 높았다.

온라인쇼핑 중 모바일쇼핑 거래액은 12조5898억원으로 1년 전보다 4.6%(5594억원) 증가했다.

총거래액 중 모바일 거래액의 비중은 74.3%로 2.1%포인트(p) 감소했다. 음식서비스(98.2%), 아동·유아용품(82.5%), 애완동물(80.2%) 순으로 모바일쇼핑이 차지하는 비중이 컸다.

상품군별 모바일쇼핑 거래액은 음식서비스(-11.1%) 등에서 줄었고, 여행 및 교통서

비스(106.7%), 통신기기(29.6%) 등에서 늘었다.

거래액 구성비는 음식서비스(15.7%·1억9827만원), 음·식료품(12.6%·1억5867만원), 여행 및 교통서비스(9.7%·1억2197만원) 순으로 높았다.

온라인쇼핑 운영형태별 거래액을 살펴보면, 온라인몰은 전년 대비 4.7% 증가한 13조931억원, 온·오프라인병행몰은 18.4% 증가한 3조8437억원을 기록했다.

한편 소매판매액 중 온라인쇼핑 거래액의 비중은 1년 전에 비해 0.8%p 감소한 25.3%를 차지했다.

최이슬기자



‘노마스크’ 붐꽃 나들이...색조 화장품株 강세

올해 클리오 41%·아이패밀리에스씨 27% 급등

봄철 붐꽃축제를 즐기려는 야외활동이 늘어나고 대중교통 마스크 의무가 사라지면서 색조 화장품 관련주가 급등하고 있다.

3일 한국거래소에 따르면 오전 9시50분 현재 클리오의 전 거래일 보다 100원(0.43%) 하락한 2만3000원에 거래되고 있다. 그러나 올해 들어서는 41.7%나 상승했다.

같은 시각 색조화장품 제조사개발생산(ODM) 기업 씨엔씨인터내셔널은 전일 보다 400원(1.06%) 오른 3만8300원에 거래 중이다. 주가는 올해에만 33.5% 올랐다.

색조 전문 브랜드 ‘롬앤’을 운영하는 아이패밀리에스씨도 전 거래일 보다 220원(1.36%) 상승한 1만6370원에 거래되고 있다. 일본 내 K-뷰티 확산의 수혜로 연초 이후 27.1% 상승했다. 코스맥스도 주가도 9.9%의 상승 폭을 보였다.

다만 2월부터 지난 달까지 아모레퍼시픽(-2.98%), LG생활건강(-13.2%) 등 화장품 대형주들을 비롯해 코리아나(-6.3%), 에경산업(-5.8%), 한국콜마(-4%) 등은 하락세를 보였다. 이는 중국 리오프닝 기대감이 주가에 선반영돼 밸류에이션 부담을 겪고 있다는 게 증권가의 분석이다. 화장품 업종은 지난해 코로나19 팬데믹과 면세 수요 감소로 이익이 큰 폭으로 줄었다. 하지만 일상 회복과 함께 연초에는

중국 리오프닝에 따른 수혜를 받으며 주가가 강세 흐름을 이어갔다.

증권가는 2분기부터 업황 개선으로 화장품 업종의 실적 회복을 전망했다. NH투자증권은 아모레퍼시픽, LG생활건강, 한국콜마, 코스맥스 등 4개사의 올해 합산 영업이익이 전년 대비 33% 늘어날 것으로 예상했다.

정지윤 NH투자증권 연구원은 “화장품 업종의 실적은 1분기를 저점으로 하반기로 갈수록 회복세가 질을 전망한다. 앞으로 면세 채널의 매출 성장률 회복은 곧 영업이익률 회복으로 이어질 것”이라며 “올해 여행객 수가 2019년의 약 60%를 회복한다고 가정할 경우 아모레퍼시픽과 LG생활건강의 면세 채널 성장률은 각각 20%, 10%에 달할 것이다. 이는 화장품 부문의 영업이익 성장률 두 자릿수로 돌려놓기에는 충분한 동력”이라고 내다봤다.

조소정 키움증권 연구원은 “중국 화장품 시장이 회복 단계에 접어들면서 소비 시장 반등 효과가 2분기부터 본격화 될 것”이라며 “소비 정상화 이후 시장 내 경쟁 양상, 소비자 선호가 어떻게 나타날지는 아직 미지수다. 특정 브랜드에 대한 집중 투자보다 다양한 고객사를 둔 OEM·ODM을 통한 분산투자를 추천한다”고 전했다.

오유나기자

프링글스, ‘리치 치즈 갈릭’ 등 한정판 2종 출시



프링글스가 한정판 2종을 출시한다고 3일 밝혔다. 체다 치즈와 갈릭 맛을 더한 리치 치즈 갈릭 맛과 토마토·고기 맛을 조화한 ‘스모키 바비큐 피자 맛’이다.

이번 한정판은 개발 과정에 빅데이터를 적극 활용했다. 글로벌 트렌드 리서치 기업의 의

식 및 최신 식품 트렌드 전망에 관한 데이터를 바탕으로 소비자들이 오감을 자극하는 맛과 풍미를 선호한다는 점을 파악해 이번 한정판을 기획했다.

이들은 프링글스 마케팅 팀 대리는 “매년 새로운 경험을 추구하는 MZ세대들이 한정판이 주는 특별한 함에 큰 가치를 두고, 이에 열광하는 니즈와 트렌드를 반영해 이번 한정판을 출시했다”며 “앞으로도 다채로운 미각 체험이 가능하고 맛의 향연을 마음껏 즐길 수 있는 한정판 제품들을 지속적으로 선보이며 프링글스만 제공할 수 있는 색다른 맛의 재미를 선사할 계획”이라고 말했다.

이슬비기자

“서민음식 옛말” 냉면 2만원 시대 코앞...5년새 가격 30% ↑

유명 ‘평양냉면 맛집’이 올해 초부터 가격을 인상하며 서울 지역 냉면 가격이 지난 5년 간 30% 가까이 오른 것으로 나타났다. 주요 재료인 메밀 등의 가격이 오르면서 가격 조정이 불가피해진 것이다.

3일 업계에 따르면 서울 방이동에 본점을 둔 ‘봉피양’은 지난달 말 평양냉면과 비빔냉면 가격을 기존 1만5000원에서 1만6000원으로 6.7% 올렸다. 지난해 초 가격을 1만4000원에서 1만5000원으로 7.1% 올린 데 이어 또 인상을 올렸다.

서울 충무로에 위치한 필동면옥 역시 올해 초 냉면 가격을 기존 1만3000원에서 1만4000원으로 7.7% 올렸다. 필동면옥 역시 지난해 상반기 냉면 가격을 기존 1만2000원에서 1만3000원으로 8.3% 조정할 바 있다.

을밀대 역시 올해 비빔냉면과 물냉면 가격을 기존 1만3000원에서 1만5000원으로 15.4% 인상했다. 2년만에 가격을 올린 대신 한 번에 2000원이 오른 셈이다. 우래옥과 평양면옥은 가격을 유지하기로 했다. 이들의 냉면 가격은 각각 1만6000원과 1만4000원이다.

냉면 가격이 낮게 형성된 울지면옥(1만3000원)은 지난해 6월 문을 닫았다. 이렇자 냉면 가격이 2만원대로 오르는 게 아니냐는 우려도 나온다.

직장인 A씨는 “계절에 상관없이 냉면을 찾는 편인데 가격이 매년 오르는 게 체감된다”며 “냉면이 서민음식이라는 인식은 사라지지 오래된 것 같다”고 말했다.

실제로 서울 지역 냉면 가격은 지난 5년 새 30% 가까이 올랐다. 한국소비자원에 따르면

한국소비자원 기준 8346원→1만692원



서울지역 냉면 1인분 가격은 지난 2월 기준 평균 1만692원에 달했다. 전년 동기 9962원에 비해 7.3% 오른 액수다.

서울 내 냉면 가격(2월 기준)은 ▲2014년 7773원에서 ▲2015년 8000원 ▲2016년·2017년 8154원 ▲2018년 8346원 ▲2019년 8846원 ▲2020년 9000원으로 2017년을 제외하고 꾸준히 높아졌다. 특히 지난 5년 동안 28.1% 상승했다.

이런 가격 인상은 주재료인 메밀 가격이 가파르게 오르고 있기 때문이다.

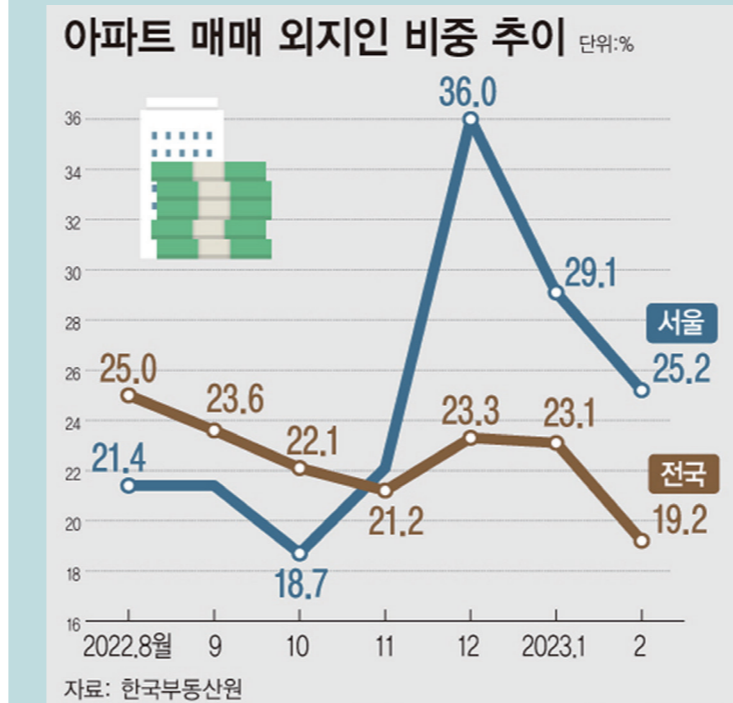
한국농수산식품유통공사에 따르면 현재 우리나라의 메밀 수입 가격은 1kg당 4600원이다. 2년 전인 2021년(4250원)에 비해 8.2% 오른 가격이다. 5년 전인 2018년(2840원)에 비하면 62.0% 오른 액수다.

한 외식업계 관계자는 “주요 재료인 메밀과 한우 뿐 만 아니라 인건비·가스비·전기료 등 사실상 모든 원자재 부담이 높아지고 있다”며 “다른 메뉴들과 마찬가지로 냉면 역시 가격 인상이 불가피한 상황”이라고 말했다.

서선욱기자

아파트 외지인 매입 4년 만에 최저...‘실수요자 시장’

전세가율 낮아 겹투자 어려운 여건 한 몫



정부의 부동산 규제 완화 효과로 아파트 거래가 다시 늘어나고 있지만 투자 수요로 추정할 수 있는 외지인들의 매수 비중은 감소하고 있다. 실수요자 위주 시장이 재편되고 있는 것으로 풀이된다.

3일 한국부동산원의 ‘아파트 매입자 거주지별 매매거래 현황’에 따르면 올해 2월 전

국 아파트 매매 거래 3만1337건 중 외지인(시·도 기준)이 매수자인 거래는 6025건으로 19.2%의 비중을 차지했다.

지난 1월 23.1%를 기록한 이 비중은 한 달 사이 4.1%포인트 나 떨어진 것이다. 이는 지난 2019년 3월(18.9%) 이후 3년 11개월 만에 가장 낮은 수준이다.

서울 아파트 역시 2월 전체 매매 거래 2286건 중 외지인 거래 비중이 25.2%(576건)로 전 달 29.1%보다 3.9%포인트 하락했다.

부동산 시장 침체가 이어지는 가운데 불투명한 전망 속에 투자 수요보다 실수요자들이 주로 아파트 매매에 나서고 있는 것으로 풀이된다.

특히 정부가 소득과 상관없이 9억원 이하 주택에 대해 최대 5억원까지 대출해주는 특

례보증자리론을 신설하고, 생애최초 주택구입자에 대해서는 규제지역과 무관하게 주택담보대출비율(LTV)을 80%까지 허용하자 실수요층의 거래가 늘어난 것으로 보인다.

부동산 투기 수요는 억제하되 과도한 규제로 인한 실수요자들의 피해를 막겠다는 현 정부의 부동산 정책이 일부 효과를 발휘하고 있는 셈이다.

전세가율(매매가 대비 전세가 비율)이 낮아 겹투자가 어려운 여건이 조성된 것도 외지인 매입 비중이 줄어들게 만든 원인으로 풀이된다.

KB부동산에 따르면 지난 3월 매매가 대비 전세가 비율인 전세가율은 50.9%로 지난 2011년12월(60.8%) 이후 11년3개월 만에 가장 낮은 수치를 기록했다.

매매뿐 아니라 분양, 경매 낙찰, 교환 등을 모두 합친 서울 아파트 거래 중 외지인의 매입 건수 비중도 2월 12.5%(1만226건 중 1277건)로 전달 22.2%에 비해 크게 감소한 것으로 나타났다.

여경희 부동산R114 수석연구원 “실수요자들이 움직이게 된 것은 정부의 규제 완화 영향이 크고, 봄 이사철 수요가 맞물린 것도 영향을 미친 것으로 보인다”며 “투기 수요 보다는 실수요자들이 거래를 활발하게 할 수 있는 여건이 형성되는 게 시장을 건강하게 만들 수 있다”고 말했다.

김재환기자