

# 열대야 ‘올빼미 쇼핑족’ 늘었다

무더위와 열대야로 인해 소비패턴에도 변화가 생겼다.

열대야를 피해 심야 쇼핑에 나서는 ‘올빼미 족’과 온라인으로 필요한 물건을 주문하는 소비자인 ‘엄지 족’이 늘면서 유통업체가 특수를 누리고 있다. 이에 유통업체들은 영업시간 연장과 함께 다양한 마케팅을 펼치며 수요 선전에 나서고 있다.

8일 유통업체에 따르면 이마트의 지난해 8월 날씨와 매출의 상관관계를 분석한 결과 35°C 미만인 날에 비해 매출이 평균 15.7% 높았다.

특히 여름관련 상품으로 한정할 경우 그 차이는 더욱 두드러졌다. 35°C가 이상인 날 여름 관련 상품 매출은 약 143.8% 높았다. 같은기간 대표적인 여름 상품 에어컨 매출은 357.1% 증가했다. 물놀이 용품과 선풍기는 각각 235%, 182.5% 증가했다.

이와함께 열대야가 시작된 지난달 23일부터 7일까지 광주지역 이마트의 매출 분석 결과 전년비 상승기는 231.8%, 아로마 용품 25.8%, 여름집구용품은 12.7% 신장했다.

여름밤 더위에 지쳐 온라인 주문을 택하는 소비자들도 늘었다.

온라인쇼핑사이트 G마켓의 지난달 24일부터 30일까지 일주일간 매출 분석한 결과 밤 9시부터 새벽 3시까지 신선타입품 매출은 전월 동요일(6월 19~25일) 대비 10.2%, 가전제품 매출은 10.1% 증가했다.

롯데홈쇼핑의 7월 한달간 모바일 주문 금액을 분석한 결과 밤 10시부터 새벽 2시까지 주문액이 평월보다 20% 늘어난 것으로 집계됐다.

‘올빼미 족’과 ‘엄지 족’이 늘면서 유통업체들도 앞다투어 영업시간을 연장하거나 밤 시간대 마케팅에 나서고 있다.



무더위와 열대야로 인해 소비 패턴이 변화하면서 유통업체가 이에 맞춘 마케팅을 진행하고 있다.

## 더울수록 여름상품·심야시간 온라인 매출 ↑ 유통업체 영업시간 연장·할인 행사 등 추진

동업체들도 앞다투어 영업시간을 연장하거나 밤 시간대 마케팅에 나서고 있다.

이마트는 오는 18일까지 35개점에서 30-1시간 연장영업을 실시한다. 이에 따라 기존 오후 11시에 문을 닫던 점포들은 최대 자정까지 문을 연다.

롯데마트도 전체 매장의 58%에 해당하는 74개점에서 자정까지 1시간 연장영업을 한다.

롯데홈쇼핑은 이달 10일까지 심야시간대에 매일 새로운 상품을 최대 60% 할인

해 선보이기로 했다.

롯데슈퍼는 당일 밤 배송을 위한 주문 마감 시간을 기존 오후 6시에서 밤 9시로 3시간 늦추는 서비스 확대 도입을 검토하고 있다.

광주지역 이마트는 오는 14일 까지 측면관련용품 모음전을 진행한다.

시원한 뉴우유 대나무 베게, 베어왕골 베개를 1만320원, 대나무베개, 대나무비즈베개 1만2,720원등 20%할인 판매하고 있다.

또한 콜팩트 2만5,000원-3만원 콜팩 3만원-3만9,900원에 만나볼 수 있다.

에어컨 브랜드 대전도 진행하고 있다. 삼성 멀티형 에어컨은 268만9,000원, LG 멀티형 에어컨은 220만원에 판매하며 삼성/KB국민카드 대항가전 행사 상품 구매시 최대 20만원 할인, SSG PAY로 구매시 최대 3만원 할인하는 등 다양한 추가 할인 혜택도 제공한다

유통업체 관계자는 “장마가 끝나고 본격적인 폭염이 시작되면서 더위를 피해 저녁 시간이나 늦은 밤 쇼핑을 선택하는 소비자들이 더 늘어날 것으로 보인다”며 “이 같은 추세에 맞춰 업체도 이에 맞는 다양한 행사를 마련하고 있다”고 말했다.

/길용현 기자

## ‘담채’ 상반기 10만6천대 판매

위니아담채 “김치냉장고 ‘사계절 가전’ 변모” 분석

위니아담채는 올 상반기 김치냉장고 ‘담채’ 판매 대수가 10만대를 돌파했다고 8일 밝혔다.

상반기에만 10만6,000대 팔렸으며, 지난달 말까지 판매 대수는 12만대를 넘어선 것으로 집계됐다.

지난 1995년 출시된 담채는 2000년대 중반부터 2008년까지는 매년 상반기에 10만대 이상 팔렸으나 이후 잇단 경쟁제품 출시와 김장시즌 집중 마케팅 등으로 ‘상반기 10만대 판매’고 달성에 계속 실패했다.

회사 측은 10년 만에 상반기 판매 대수 10만대를 넘어선 데 대해 김치냉장고가 ‘사계절 가전’으로 변모했기

때문이라고 분석했다.

회사 관계자는 “김치냉장고가 대중화되면서 김치 외에도 육류, 채소, 과일 등 다양한 식품을 보관하는 소비자가 늘고 있다”면서 “이런 시장 트렌드에 발맞춰 소비자 편의를 높일 수 있는 제품을 매년 새로 선보이고 있다”고 말했다.

위니아담채는 올초 열대야를 보완할 수 있고 묵은지와 청국장 등의 발효를 돕는 2019년형 담채를 출시했으며, 지난 5월에는 국내 최초로 사물인터넷(IoT) 기반의 김치냉장고를 선보였다.

/길용현 기자

## 체험형 융합 콘텐츠 제작 지원사업공모

광주정보문화진흥원, 14일까지 신청 접수

광주정보문화산업진흥원이 오는 14일까지 ‘2019년 체험형융합콘텐츠 제작 지원사업’에 참여할 콘텐츠 기업을 모집한다.

광주시와 문화체육관광부가 주관하고 광주정보문화산업진흥원이 추진하는 체험형융합콘텐츠 제작 지원사업은 지역 문화산업의 활성화와 국제 경쟁력을 갖춘 콘텐츠 발굴을 위해 마련됐다.

이번 사업은 총 4억5,000만 원 규모로 3개 기업에 과제당 1억5,000만 원이 지원된다.

신청자격은 사업공고일 기준 국내법인 사업자로서 사전기획을 완료한 VR/AR/MR 체험형 융합 콘텐츠를 보유하고 있

어야 한다. 광주지역을 소재로 하거나 5G 기술을 기반으로 한 경우 우대한다.

신청서 접수는 오는 14일 오후 4시까지이며 이나라도움(www.gosims.go.kr)을 통한 온라인과 오프라인 접수까지 완료해야 한다.

자세한 내용은 광주정보문화산업진흥원 홈페이지(www.gitct.or.kr)에서 확인할 수 있다.

탁용석 광주정보문화산업진흥원장은 “이번 공모에 체험형 융합 콘텐츠의 제작 역량을 갖춘 우리 지역 기업들의 많은 관심과 참여를 바란다”고 말했다.

/길용현 기자

# 중기지방청, 연구인력 채용·파견 지원

다음달 11일까지 참여 기업체 모집

중소벤처기업부 광주·전남지방청은 중소기업 기술개발 활성화와 기술 경쟁력 촉진을 위해 시행하고 있는 ‘2차 연구인력 채용·파견 지원사업’에 참여할 중소기업을 오는 12일부터 9월 11일까지 모집한다.

연구인력 채용·파견 지원사업은 연구인력 확보에 어려움을 겪고 있는 중소기업을 지원하는 사업으로, 기업부설연구소 또는 연구전담부서를 보유한 기업이 연구개발 인력을 채용하거나 공공연구기관 연구원을 파견 받아 활용할 수 있도록 인건비를 지원하는 사업이다.

신진 연구인력에 대해서는 이공계 학·석·박사 학위 취득 후 5년 이내의 인력을 기업별 최대 2명까지 기준 연봉액의 50%까지 지원한다.

고경력 인력(이공계 학사 취득 후 10

년, 석사 7년, 박사 3년 이상 경력 소지)의 경우, 기업별 1명을 3년 동안 기준연봉액 50%, 최대 5,000만원까지 지원한다.

공공연구기관에 재직중인 연구인력을 파견 받을 경우에는 해당 기관 표준연봉의 50%를 최대 1명, 최대 6년간 지원 받을 수 있다.

지난 3월 1차 공고에서는 신청건수가 전년 동기대비 2배 이상 증가하는 높은 경쟁률을 보였다.

특히 작년까지 학사 연구인력을 지원하지 않았으나 올해부터는 학사 연구인력을 신규로 지원(70명)하고, 벤처기업의 경우 가점을 부여(3점)하고 있다.

이번 2차 지원기업 모집에서는 AI, 데이터경제, 수소경제 등 3대 전략산업 및 8대 선도사업(스마트공장·스마트팍·핀테크·에너지신산업·스마트시티·드론·미래자동차·바이오헬스)에 해당하는 분야의 연구인력 및 기업을 우대해 중소기업의 미래 신산업 분야 기술개발 역량을 강화할 방침이다.

사업 참여를 희망하는 기업은 중소기업 기술개발사업 종합관리시스템(www.smtech.go.kr)에서 온라인으로 신청할 수 있으며 신진 및 고경력 인력채용사업은 오는 12일부터 다음달 11일까지 신청이 가능하다. 공공연구기관 재직인력은 예산 소진시까지 수시로 신청할 수 있다.

김기대 중소벤처기업부 광주·전남지방청 성장지원과장은 “올해 연구인력 지원 사업은 학사 연구인력 신규 지원, 기준 연봉 완화 등 현장의 요구가 적극 반영됐다”며 “이번 지원사업을 통해 중소기업에 연구인력 유입을 촉진하고, 중소기업이 기술경쟁력을 확보할 수 있기를 기대한다”고 말했다.

/길용현 기자

## 현대차, 추석 시승 이벤트 메뉴 등 10개 차종 300명

현대자동차는 추석 연휴를 맞아 신형 쏘나타, 혼라이프 SUV 메뉴 등 10개 모델 총 300대를 지원하는 추석 맞이 시승 이벤트를 실시한다고 8일 밝혔다.

올해로 10년째 진행되고 있는 시승 이벤트는 민족 대명절 한가위를 맞이해 즐겁고 편안한 귀성길이 될 수 있도록 무상으로 차량을 지원함으로써 고객들의 성원에 대한 감사의 뜻을 전하고자 마련됐다.

시승 이벤트 대상은 만 21세 이상 운전면허 소지자로 현대자동차 홈페이지(www.hyundai.com)를 통해 오는 31일까지 신청할 수 있다.

응모 고객 중 총 300명을 추첨해 9월 5일 홈페이지에 발표한다.

당첨된 고객은 9월 추석 연휴 기간인



11일부터 17일까지 6박 7일간 시승 기회를 갖게 된다.

현대자동차는 고객들에게 폭넓게 인기 가 높은 10개의 다양한 차종을 시승 차량으로 준비했다.

이번 명절 귀성차량으로 지원되는 10개 차종은 아반떼, i30, 벨로스터, 쏘나타, 그랜저, 그랜저 하이브리드, 베뉴, 코나, 투싼, 싼타페 등 총 300대다.

/길용현 기자

M 전남매일 함께육아 캠페인

같이 하는  
함께육아  
가치 있는  
행복육아

본 캠페인은

보건복지부

광주광역시

저출산극복사회연대회의

인구보건복지협회광주전남지회가 함께합니다