

유통업계 “역직구 시장 잡아라”

전년 대비 578.1% 폭발적인 성장세 기록... 이베이코리아 등 선점 경쟁

역직구 시장의 성장세가 가파르게 증가하자 오픈마켓, 소셜커머스 등 전자상거래 기업들이 역직구 플랫폼 강화에 나서고 있다.

해외직구의 성장세는 한 풀 꺾인 데 반해 역직구 시장 규모가 점차 증가하자 유통업계는 역직구 시장 공략에 박차를 가하고 있는 것이다.

6일 관련업계에 따르면 2015년 총 해외직구 건수는 전년 대비 약 2% 증가한 데 비해 역직구 건수는 전년 대비 578.1%의 폭발적인 성장세를 기록했다.

우리나라 전체 수출이 지난해 1월부터 올해 7월까지 19개월 연속 마이너스를 기록하고 있고 주요 수출국인 대(對) 중국 수출액도 지난해 같은 달보다 9.4% 감소했다.

이에 반해 역직구의 수출 규모는 지난해 1조2000억원으로 2014년의 두 배 가까이 상승했다.

역직구 건수도 전년대비 578.1%의 성장세를 기록했다. 관련업계에서는 올해 역직구 수출 규모가 2조원이 넘을 수 있다고 예측하고 있는 상태다.

최근 통계청이 발표한 ‘온라인 해외직접 판매 및 구매 동향에 따르면 올해 2분기 온라인 해외 직접 판매액은 4974억 원으로 지난해 같은 기간보다 83% 증가했다.

지난 1분기 처음으로 해외직구 구매액을 넘어선 이후 올해 연간 규모로도 해외직구 규모를 앞질러 수 있다 는 전망에 힘을 실어준다.

상황이 이렇자 각 업체들은 너도나도 시장 선점을 위해 속도를 높이고 있다.

이베이코리아는 2006년 G마켓에 국내 오픈마켓 최초 영문샵을 오픈, 해외 소비자 공략에 나섰다. 이어 2013년에는 전문샵을 열고 역직구 사이트 운영에 본격 돌입했다.

이는 해외 고객이 지속적으로 증가하는 동시, 영문샵 이용 고객의 절반이 중화권 고객인 점을 고려한 결과다. 중화권 고객의 편의성을 높인 전문샵은 G마켓이 국내 온라인 수출 1등 플랫폼으로 도약하는 데 힘을 보탰다.

현재 G마켓 글로벌샵은 국내 전체 역직구 시장 점유율 30%를 차지하고 있는 상태다. 또 국내 중소기업들의 해외판로 개척에 중요한 역할을 하고 있다는 평가다.

인터파크도 역직구 물 강화에 앞장서고 있다.

인터파크는 2014년 중국 최대 전자상거래 플랫폼 알리바바 ‘티몰’에 입점한 이후 2년간 거래실적이 매년 300% 이상 성장하는 성과를 거뒀다.

2015년에는 중국 최대 해외직구쇼핑몰 ‘VIP’, 뷰티 전문 온라인 쇼핑몰 ‘JUMIE’에도 입점했다. 올해는 중국 최대 가진 유통업체 ‘귀메이(COME)’와 한국판 목적 운영계약을 체결해 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있다.

최근에는 인터파크도 역직구로 유명

한 중국 2대 전자상거래업체 ‘징둥’과 입점 계약을 체결하며 역직구 플랫폼 강화에 나서고 있다.

소셜커머스 업체 위메프도 데이터 분석 과정에서 중국인 소비자들의 구매가 늘고 있음에 착안, 2014년 위메프 전문 공식 사이트를 오픈했다.

오픈 초기에는 사이트 일 거래건수가 10건 정도로 한정됐지만, 올해 2016년 4월 이후 일 거래건수는 약 50배 증가했다. 현재는 약 500건의 거래가 이뤄지고 있는 것으로 알려졌다.

소셜커머스 업체 티몬도 지난해 역직구 사업을 본격화 했다. 자사 시스템과 중국 알리바바그룹 쇼핑몰 ‘티몰’의 시스템을 직접 연동하는 방식이다.

티몬은 이 시스템을 통해 중국 알리바바 담당자와 1:1로 상품을 정하고 프로모션을 기획해 한국 인기상품을 중국에 소개하고 있다.

실제 지난 3월 초 여성의 날’ 이벤트를 통해 소개된 마스크팩과 샴푸, 쿠션 파운데이션 등은 1억1000만원 이상의 매출을 올리기도 했다.

인터파크 쇼핑 해외사업부 윤준선 실장은 “최근 역직구 시장이 크게 확대되면서 중국 소비자의 한국 상품에 대한 수요는 꾸준히 늘어나고 있는 상태”라며 “인터파크는 중국 대형 온라인 플랫폼과의 제휴를 통해 국내 중소기업들의 수출과 해외 판로 개척에도 도움이 될 수 있도록 노력 하겠다”고 말했다. /뉴시스



스프라이트 ‘설현·최현석·샘킴’ 모델 선정

코카콜라사의 사이드 브랜드

코카콜라사의 세계 1등 사이드 브랜드 ‘스프라이트’가 새롭게 선보일 광고 캠페인 ‘Sprite & Meal’ 캠페인에 설현과 함께 세프 샘킴과 최현석을 새로운 모델로 발탁했다고 6일 밝혔다.

이번 캠페인은 음식간의 환상적인 궁합을 찾는 푸드페어링(Food Pairing)을 즐기는 소비자들이 늘고 있는 점을 감안해 소비자들에게 상쾌한 스프라이트와 맛있는 음식과의 맛있는 케미를 선보이고자 기획됐다.

이에 스프라이트는 음식을 더욱 맛있게 즐길 수 있는 스프라이트와 맛있는 케미를 생동감있게 전달하기 위해 샘킴과 최현석을 설현과 함께할 캠페인 모델로 새롭게 선정한 것.

평소 미식가에 완벽한 몸매 뒤에

숨겨진 반전 ‘덕성’을 보여줬던 설현은 맛있는 음식과 스프라이트의 케미를 제대로 아는 ‘케미엔젤’로 나선다.

식재료 본연의 맛을 살리며 언제나 ‘맛있는’ 음식을 추구하는 세프 샘킴은 맛의 ‘케미술사’가 되어 진짜 ‘맛있는 케미’란 무엇인가를 보여줄 예정이다. 허세 퍼포먼스로 유명한 최현석은 케미 허세가 되어 설현의 입맛을 사로잡을 예정이다.

코카콜라사 관계자는 “설현과 함께 소비자들에게 상쾌한 스프라이트와 음식의 맛있는 케미를 생동감있게 전하기 위해 국가대표급 세프 샘킴과 최현석을 새로운 캠페인 모델로 발탁하게 됐다”며 “광고 이벤트 등 다양한 활동을 통해 맛있는 케미를 선보일 세 모델의 활약을 기대해 달라”고 밝혔다. /뉴시스

한농연 “정부 쌀 즉각 매입해야”

쌀값 추가하락 막기위해

농업인 단체인 한국농업경영인중앙연합회는 6일 정부의 쌀 수급안정 대책에 대해 “수확기에 돌입하는 10월초부터 즉각적으로 시장격리용 벼 매입에 나서달라”고 촉구했다.

한농연은 이날 오후 보도자료를 통해 “한농연이 강력히 요구해온 시장격리 조치가 늦게나마 발표돼 다행스럽게 생각한다”면서도 즉각적 쌀 수매를 요구했다.

한농연은 “수확기에 본격적인 매입에 나서지 않는다면 막대한 재정지출에도 불구하고 쌀값 추가 하락을 막을 수 없고 그 피해는 고스란히 영세 노령농에게 돌아갈 수밖에 없다”며 “정부가 11월 실수확량 발표 시점까지 미루지 말고 당장 오늘부터라도 벼 매입에 나서야 한다”고 주장했다.

이어 “쌀 관세율을 관철시키기 위한 TRQ(일정물량 저율관세) 쌀 수입이 불가피하다면 정부는 밥쌀용 수입쌀의 방출을 전면 중단해 국내 쌀 시장의 안정을 적극 도모해야 한다”며 “오래된 쌀의 사료용 공급을 대폭 늘려 재고처리에도 더욱 노력해야 한다”고 강조했다.

한농연은 또 “생산조정제가 이번 쌀 대책에 전혀 반영되지 못한 것은 매우 유감스럽다”며 “사료용 작물, 조사료용 작물 생산 확대를 통한 곡물자급률 향상, 경종-축산간 순환농업 체제 확립을 위한 생산조정제 즉각 도입을 촉구한다”고 덧붙였다. /뉴시스

구독문의 288-9700

7돌 맞은 LH, ‘공공’ 디벨로퍼 도약

‘국민희망 인포비전’ 제막식

한국토지주택공사(LH)가 창립 7년을 맞아 국민복지를 실현하는 공공 디벨로퍼로의 도약을 다짐했다.

LH는 6일 경남 진주 혁신도시 사옥에서 창립 7주년 기념행사를 열고 “주거복지를 넘어 국민 복지를 실현하는 기관이 되겠다”며 “지역개발과 도시재생을 선도하는 공공 디벨로퍼 역할을 강화하겠다”고 선언했다.

박상우 LH 사장은 기념사를 통해 임직원에게 “LH는 그간 국민 주거 생활과 도시 환경 향상에 크게 기여했다”며 “공지와 희망을 갖고 미래를 대비해주시길 바란다”고 당부했다. 이어 “국민 행복과 경제 활성화에 앞장서 국민에게 행복과 희망을 주는 공기업이 되도록 합심해 노력하자”고 강조했다.

2009년 10월 한국토지공사와 대한주택공사를 통합해 출범했다. 올해로 7번째 생일을 맞았다. 진주혁신도시에 새 동지를 둔 지 2년이 흘렀다.

LH는 그간 ‘부채 공룡’이라는 불명예를 안고 있었다.

그러나 2013년 말 105조7000억원에 달하던 금융부채를 2014년 말 98조5000억원, 지난해 말 89조9000억원으로 2년 동안 16조원 줄였다.

지난해에는 28조2000억원을 공급하고 24조5800억원을 회수, 창립 이래 최대 판매 실적을 달성하는 실적도 개선되고 있다.

지난해 9월엔 국제신용평가사 S&P로부터 역대 최고인 ‘AA-’를 받아 무디스 피치 등 세계 3대 신용평가사로

부터 국내 최고 수준의 신용등급을 인정받는 쾌거를 이뤘다.

LH는 주거복지를 넘어 국민복지를 실현하는 공사로 거듭나기 위해 다양한 도전을 하고 있다.

올해 6월 말 119만호 분양주택을 공급해 무주택 서민의 내집 마련을 지원했고 국민임대 44만 호, 영구임대 15만 호, 매입·전세 24만 호 등 국내 장기공공임대주택의 88%에 해당하는 91만 호를 보유·운영하면서 주거 취약계층에 주거 안전망을 제공해 왔다.

여기에 임차료를 보조하는 주거급여, 카셰어링, 교육·육아지원 등 주거복지 사업도 시행하고 있다.

앞으로는 헬스케어, 금융 문화, 고용, 교육 등 융·복합 서비스를 통해 국민복지 전도사 역할을 더욱 강화할 계획이다. /뉴시스

‘저소음배관’ 적용 의무화된다

앞으로 공동주택 화장실에는 저소음배관 설치 의무화된다.

국토교통부는 “대부분 공동주택의 배수용 배관은 아래층으로 이어지는 ‘중하배관’ 구조가 많아 소음으로 고통받는다는 민원이 제기돼왔다”며 “이를 해결하기 위해 공동주택 중하배관 구조에는 저소음배관을 적용하는 것을 의무화한다”며 이를 담은 개정안을 다음달 18일까지 입법예고한다고 6일 밝혔다. 저소음배관이란 녹색건축 인증기준에 따라 5dB이상 소음 저감효과가 입증된 배관이다.

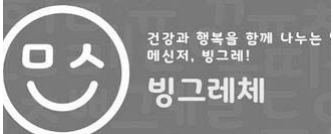
또한 공업화주택의 바닥구조기준도 완화된다. 공업화주택이란 주택의 일부를 공장에서 만든 뒤 조립 등의 방식으로 제조하는 주택을 말한다. 조립식 주택이나 모듈러 주택 등이 여기에 포함된다.

그동안 공업화주택은 구조와 건설과정이 일반주택과 다르지만 같은 바닥기준을 적용 받았다. 이때문에 불필요한 공사비가 낭비되고 바닥 무게가 증가해 시공에 어려움을 겪는다는 문제가 제기됐다. 또한 경량콘크리트 등 새로운 소재를 활용해 바닥구조 기술을 개발하는데도 한계가 있었다.

국토부는 앞으로 공업화주택에 소음성능 기준을 적용할 계획이다. 이에 경량충격을 58dB과 중량충격을 50dB 이하만 만족하면 지을 수 있게된다.

도시철도물류단지에서 주택과 공장을 한 건물안에 짓는 복합건축도 허용된다. 도시철도물류단지란 도심 내 낡은 물류시설을 물류와 산업 등이 융복합한 단지로 재정비한 것이다.

다만 공장에서 배출되는 오염물질과 소음 등 주거환경에 악영향을 끼치는 요인은 최소화하도록 제한했다. 카드뮴이나 납 등 대기유해물질 일부는 배출하지 못하며 소음도도 50dB이하여야 한다. /뉴시스



빙그레, ‘빙그레체’ 무료 배포

빙그레가 새로운 한글 글꼴 ‘빙그레체’를 무료 배포한다고 6일 밝혔다.

빙그레는 지난해 10월7일 한글 보급과 활성화를 목적으로 세종대왕기념사업회와 한국글꼴개발연구원, 윤디자인그룹 등과 협약식을 갖고 한글 글꼴 개발에 나선 바 있다.

빙그레는 개발에 소요되는 비용을 지원하고 세종대왕기념사업회와 한국글꼴개발연구원이 자문을 실제 개발은 윤디자인그룹이 재능기부 형식으로 참여했다.

약 1년여에 걸친 개발과 검수 기간을 거쳐 탄생한 빙그레체는 건강과 행복을 함께 나누는 밝은 미소의 한글을 지향했다. /뉴시스

본인이 똥똥 하다고 생각하시면 몇 kg 정도 를 빼고 싶으세요?

뱃살, 내장지방, 체지방을 주요현상 없이
귀하가 원하는 만큼 쏘옥 뺄수 있습니다

상담전화: 010-3655-9009
블로그: <http://kangsb1959.blog.me>
메일: ndtherapy119@gmail.com

효소다이어트, 해독 프로그램 전문