위메프, 전북 소상공인과 상생

전북경제통상진흥원, 판매·마케팅 협력 위한 업무협약 체결

전북경제통상진흥원은 소셜커머스 위메프와 지난 26일 판매·마케팅 협력을 위한 업무협약을 체결했다고 27일 밝혔다.

이번 업무협약은 위메프 위탁사업본부 본부장 이진원 이사와 전북경제통상진흥원 홍용웅 원장 등이 참석한 가운데 진행됐다.

전북경제통상진흥원은 위메프와 이번 협약을 통해 도내 기업의 우수 상품들에 대해 판매, 마케팅부터 온라인 시장에 대한 교육, 컨텐츠 제작 지원 등 온라인 판로 개척에 대한 협력을 진행할 예정이다.

위메프는 업무협약과 함께 위메프 내 전북 기획전을 오픈했다.

해당 기획전을 통해 쌀, 고등어, 닭가슴살 등 전라북도 기업이 생산한 대표 농축산물과 생수, 누룽지 등 가공식품 그리고 다양한 생활용품 등을 함께 구입 할 수 있다.

전북경제통상진흥원 홍용웅 원장은 "이번 위메프와의 업무협약을 통해 전북지역기업과 소상공인의 온라인 판로를 확장하는데 많은 도움이 될 것으로 기대한다"고 했다.

그러면서 "앞으로도 더욱 우수한 도내 기업들을 발굴하고 육성하는데 주력할 계획이다"고 말했다

/고민형 기자

패션업계, 캐시미어 열풍 불어

보브, 100% 캐시미어라인 출시

패션업계에 캐시미어 바람이 거세다.

패션 회사들은 앞다퉈 합리적 가격의 캐시미어 제품을 출시하고 있다. 유통업체들도 가성비를 앞세우며 자체 캐시미어 브랜드를 론칭하기 시작했다.

품질에 대한 사람들의 기준이 높아짐은 물론이고, 가치 소비가 확산됨에 따라 과거 고가 의류의 대명사였던 캐시미어가 가치 소비를 대표하는 소재로 떠올랐기 때문이다.

신세계인터내셔날 보브(VOV)도 이달 28일 100% 캐시미어 라인을 신규 론칭하면서 캐시미어 전쟁에 뛰어든다.

보브는 캐시미어에 대한 고정관념을 깨는 다채로운 색상으로 캐시미어 제품을 선보인다. 과거에는 중장년 층을 중심으로 캐시미어 제품이 소비돼 베이지, 그레이, 블랙 같은 무채색이 인기를 끌었다.

반면 최근에는 젊은 여성들도 캐시미어 소재를 선호하면서 화사한 색상에 승부를 걸었다.

보브의 캐시미어 라인은 라운드넥 스웨터, 터틀넥 스웨터, 카디건, 코트로 출시된다. 자주 입는 스웨터의 경우 핑크, 민트, 옐로우, 오렌지 등 7가지 다양한 색상으로 제작해 선택의 폭을 넓혔다. 카디건은 네이비 바탕에 형광 그린 색상을 포인트로 넣어 개성 강한 스타일을 완성했다.

색상과 종류는 다양해졌지만 가격은 지난해 출시했던 캐시미어 제품에 비해 20% 가량 낮췄다.

보브는 올해 캐시미어가 큰 인기를 끌 것을 예상하고 원단 매입 시기를 100일 가량 앞당겨 원가를 절감해 가격 경쟁력을 확보했다. 스웨터 30~40만원대, 카디건 50~60만원대, 코트 110만원대로 판매한다.

최상훈 보브 상품 팀장은 "캐시미어 제품이 고가(高價)였을 때는 어느 옷에나 잘 어울리는 무채색에 대한 선호도가 높을 수밖에 없었다"며 "최근에는 가성비 높은 캐시미어 제품이 많이 출시되기 때문에 자신만의 개성을 살릴 수 있는 화사한 색상의 제품들이 좋은 반응을 얻을 것"이라고 말했다.

/뉴시스

편의점 커피 고객 충성도 매우 높아

주2회 구입고객이 46%

편의점 커피가 최근 높은 재구매율을 보이며 인기상품으로 떠오르고 있다. 편의점 CU가 올해 3분기까지 즉석 원두커피 구매 빈도수를 분석한 결과, 일주일 평균 2회 이상 즉석 원두커피를 이용한 고객이 46%나 되는 것으로 나타났다. 이는 지난해의 25%에 비해 두배 가까이 증가한 수치로, 편의점 커피에 대한 고객들의 충성도가 높아지고 있음을 나타낸다. 일주일에 3회 이상 커피를 구입한 고객은 지난해 7%에서 올해 15%로 두 배 이상 증가했다. 즉석 원두커피의 재구매율이 높아지면서 편의점 커피 전체 시장규모도 자연스럽게 성장했다. CU의 즉석 원두커피 매출은 2014년 32%, 2015년 41%로 지속적으로 신장했다. 특히 올해(1~9월)는 전년 대비 63%까지 판매가 늘었다.

CU 관계자는 "편의점 커피의 반복구매율이 높은 이유는 뛰어난 접근성과 가성비(가격 대비 성능비) 때문"이라며 "365일 24시간 언제 어디서나 쉽고 빠르게 접할 수 있고 가격 또한 커피전문점의 3분의 1, 4분의 1 수준"이라고 설명했다. CU는 커피 고객들의 충성도를 높이고 환경오염을 줄이기 위해 27일 업계 최초로 전용 텀블러를 5000개 한정 출시했다. 스테인레스 재질로 만들어 내구성이 좋고 보온·보냉 효과도 뛰어나다.

CU(씨유)는 GET커피 텀블러 출시를 맞아 텀블러를 사용해 즉석 원두커피를 구매하는 모든 고객에게 11월 한 달간 200원을 할인해준다.

/뉴시스

LX공사, 세계표준의날 기념식

공로인정 산자부 장관상 받아

한국국토정보공사(LX공사)가 국가표준에 기여한 공로를 인정받아 27일 '2016 세계 표준의 날' 기념식에서 산업통상자원부 장관상을 받았다.

LX공사는 지난 4월 산하기관인 공간정보연구원이 공간정보 분야 표준개발협력기관(COSD)으로 선정됐다.

LX공사는 이를 통해 공간정보 관련 국가표준(KS 38종)의 제·개정, 최신 기술개발에 따른 신규 표준의 발굴, 국제표준화 활동을 통한 협력관계 구축 등 공간정보 국가표준화 활동에 앞장서왔다. 김영표 사장은 "뜻 깊은 날에 소중한 상을 받게 돼 매우 기쁘다"며 "앞으로도 지속적인 공간정보 표준화 활동을 이어가 국가산업 경쟁력 강화에 모범을 보이겠다"고 말했다.

/뉴시스

회원제 골프장 김영란법에 직격탄

예약률 하락에 '속앓이'…퍼블릭 예약은 더 어려워

이용객 5~7% 감소 그쳐… 골프장 존폐 위기 전망

'부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률'(일명 김영란법) 시행 후 한 달이 지난 가운데 골프장들이 김영란법의 직격탄을 맞아 존폐 위기 상황에 몰릴 것이란 세간의 예상은 크게 빗나가고 있다.

예전에 비해 일부 수도권 회원제 골프장에서 10% 이내의 이용객 감소는 있었지만, 대중제(퍼블릭) 골프장은 김영란법 폭풍의 영향권에서 벗어나 있는 모습이다. '접대 골프'가 사라짐에 따라 회원제 골프장 이용 수요가 퍼블릭 골프장으로 이동하는 '풍선효과'를 보이면서 퍼블릭은 더 예약이 어려운 상황이 연출되고 있다.

27일 골프장 업계에 따르면 김영란법 시행 이후 전국의 500여개 골프장(18홀 환산기준) 이용객은 전년 대비 5~7% 줄었다. 골프장들이 내장객들이 몰리는 시즌임에도 불구하고 김영란법 여파로 예약이 감소할 것을 우려, 일부 골프장에선 예년처럼 티오프 간격을 좁히지 않아 라운딩 정원을 줄이기도 했다. 이를 감안하면 실제 김영란법의 여파는 더 미미한 수준일 것이란 분석이다. 수도권 한 회원제 골프장 관계자는 "김영란법 시행 전엔 상당히 우려를 했지만 공무원 등 접대성 골프가 많았던 주말 아침 황금 시간대를 기존 회원들이 메꾸면서 예약이 빈 적은 없었다"고 말했다.

그러면서 그는 "비회원 가격으로 그린피를 받았던 접대성 고객층 감소와 골프장 내 식당 및 프로숍 매출도 소폭 낮아지면서 전년보다 월간 기준 1억원 정도 매출이 줄어들었다"면서 객단가 하락에 따른 장기적 수익성 악화를 우려했다.

업계에선 회원제 골프장들이 내장객 증대와 세제 혜택까지 꾀할 수 있는 퍼블릭으로 전환하려는 움직임이 나타날 것으로 관측하고 있다. 업계에선 현재 회원제-퍼블릭 골프장 비율은 거의 비슷하지만 앞으로 3:7 수준으로 바뀌어 갈 것이라고 전망한다.

/뉴시스

은행권대출 조건없이 철회가능

14일이내 4000만원이하 신용대출과 2억원이하 담보대출

앞으로는 은행권 대출을 이용한 뒤 14일 이내 아무런 조건 없이 철회할 수 있게 됐다.

전북은행은 28일부터 '대출계약에 대한 숙려기간동안 대출계약으로부터 탈퇴할 수 있는 권리'가 도입된다고 밝혔다고 27일 밝혔다.

대상은 4,000만원이하 신용대출과 2억원이하 담보대출이다.

금융소비자가 대출계약 후 14일이내 상환시 위약금 없이 대출계약 철회가 가능하며 이 때 금융회사와 신용정보원 등의 대출정보 역시 삭제된다.

예컨대 28일 돈을 빌리면 11월11일까지 철회가 가능하다.

마지막 날이 휴일일 경우 그 다음 영업일까지 대출계약을 취소할 수 있다.

단, 대출을 철회한 은행에서는 1년간 철회가 추가 1회로 제한된다.

또 한달 간은 어떤 금융회사에서도 철회권을 행사할 수 없다.

이는 철회권 남용을 방지하기 위한 조치다.

철회가 가능한 은행은 우선 우리은행과 하나·씨티·대구·제주은행 등이다.

31일부터는 전북은행을 포함해 농협·신한·산업·기업·국민·수협·부산·광주·경남은행, 11월28일부터는 SC은행까지 확대된다.

금융위는 12월 보험업계와 저축은행, 상위 대부업체 등에도 같은 제도를 도입할 계획이다.

전북은행 관계자는 "대출신청 후 필요성과 적정성 등을 고려해 대출로 인한 불필요한 부담 및 이자비용을 줄일수 있게 됐다"며 "합리적 가격 및 소비자 보호제도로 국민들의 신뢰도도 향상될 것"이라고 말했다.

/고민형 기자

전북우정청, 유네스코 등재기념

백제역사유적지구 우표 발행

전북지방우정청이 유네스코 세계유산으로 등재된 백제역사유적지구를 기념하는 우표를 발행한다.

27일 전북우정청에 따르면 유네스코 세계유산 시리즈 두번째로 '백제역사유적지구' 우표 2종 총 40만장을 오는 28일 발행한다.

앞서 남한산성 우표를 발행하기도 했다.

백제역사유적지구는 백제 후기(475~660년) 유적으로, 전북 익산과 충남 공주·부여 등에 분포 돼 있다.

특히 지난해 7월 유네스코가 지정하는 세계유산으로 등재 돼 역사유적으로의 가치를 더욱 인정받고 있다.

우표는 익산 미륵사지와 공주 공산성, 부여 정림사지 등이 담겨져 있으며, 요판인쇄기술(잉크의 두께감을 느낄 수 있는 기법)을 적용해 선명하다.

/뉴시스

위해상품 판매차단 시스템도입

홈앤쇼핑이 '위해상품 판매차단 시스템'을 도입·운영한다.

홈앤쇼핑은 지난 17일 대한상공회의소로부터 '위해상품 판매 차단 시스템 운영매장 인증서'를 수여받았다고 27일 밝혔다. 유효기간은 오는 2018년 10월까지다.

위해상품 판매차단 시스템은 국가기술표준원·식품의약품안전처·환경부 등 정부 감사기관에서 위해상품 정보를 대한상의 전자정보 사이트 코리안넷에 등록하면, 관련 정보가 실시간으로 각 사업자에게 연동된다.

이를 통해 판매 업체는 위해상품에 대한 내역확인 및 판매중단 조치가 가능하다.

현재 홈앤쇼핑은 내부 영업시스템을 실시간으로 모니터링 중이다. 위해상품이 확인 될 경우 관련 상품의 즉각적인 판매중단을 단행한다. 또 관련 데이터를 축적해 고객들이 추가 피해를 사전에 방지할 수 있을 것으로 기대된다.

홈앤쇼핑 관계자는 "지난해 코리안넷에 등록된 위해상품 수는 800여개 이상이다. 특히 식품, 가구, 유아용품 관련 위해 정보에 대한 고객들의 관심이 높다"며 "위해상품 정보를 철저히 분석하고 적극 활용해 고객들이 보다 안전한 쇼핑을 즐길 수 있는 환경 조성에 최선을 다할 것"이라고 말했다.

/뉴시스

2016인분 고추장 비빔밥을 비비자

순창 장류축제를 맞아 순창군 전통고추장 민속마을에서 참석자들이 '2016인분 고추장 비빔밥'을 비비고 있다.

전주매일의 창간 8주년을 축하합니다 순정축산업협동조합