

# ‘현대판 아나바다’... 중고거래·물품공유센터 ‘성황’

고물가·경제난 장기화로 소비 줄여 중고거래플랫폼 가입자수 수천만명 지난해 거래금액 5조1천억원 달해 광주공유센터 1500여개 물품 대여

고물가·경기침체 장기화 영향으로 한 푼이라도 아끼려는 ‘짠물소비’ 현상이 나타나면서 불필요해진 물건을 그냥 버리기 보다는 ‘판매’, ‘나눔’ 혹은 ‘교환’하는 문화가 자연스럽게 자리 잡았다. 광주지역에서도 중고 거래가 성행하고 광주공유센터의 물품대여 및 교환이 활발하게 일어나고 있는 모습이다.

19일 관련 업계에 따르면 이달 중고거래 플랫폼 당근마켓의 누적 가입자 수는 4000만명을 넘어섰다. 월간 활성 이용자(MAU)는 2000만명, 주간 활성 이용자(WAU)는 1300만명을 넘었다. 거래 규모도 매년 크게 증가하고 있다. 당근마켓의 거래 건수는 △2021년 5100만건 △

2022년 5900만건 △2023년 6400만건으로 증가했으며, 거래금액도 △2021년 2조9000억원 △2022년 4조3000억원 △2023년 5조1000억원 등으로 급등했다. 올해 3분기(1~9월)까지 거래 건수는 4900만건을 넘기면서 5조4000억원 규모의 거래가 이뤄졌다. 3분기 만에 지난해 전체 규모를 돌파한 것이다.

실제 이날 당근마켓에서는 의류, 생활용품, 화장품, 가공식품, 식물 등 다양한 품목이 활발히 거래되고 있는 모습을 발견할 수 있었다. 판매 글에는 ‘원가보다 저렴’, ‘돈이 급해서 처분’ 등 거래 성사를 노리는 문구들이 다채롭게 적혀 있었다. 일부 이용자들은 자신의 ‘재능’을 판매해 소소한 수익을 얻기도 했다. ‘그림을 그려준다’는 한 판매자는 그림당 1000원의 금액을 요구했고, 해당 게시글의 채팅 문의는 30건을 넘어갔다.

‘나눔’을 받기 위한 경쟁도 치열했다. 인형, 장난감, 책 등 소소한 물건들부터

식탁, 피아노, 실내 자전거 등 가구류까지. 판매하기는 애매하고 버리기는 아까운 물건들이 ‘나눔’ 게시글로 올라와 있었고, 그중 인기 있는 품목은 게시글이 올라온 지 5분도 되지 않아 ‘예약중’ 문구가 달렸다. 그 외 물건들도 절반 이상 ‘거래완료’ 상태거나 ‘예약중’인 상태였다.

이처럼 중고거래플랫폼을 이용한 거래가 활발히 이뤄져 중고 물품에 대한 거부감이 사라지면서 필요한 물품을 대여하고 필요 없는 물건을 다른 물품으로 교환할 수 있는 광주공유센터에도 시민들의 발길이 이어지고 있다.

지난 2013년부터 운영되고 있는 광주공유센터는 지난 2016년 7월 남구 진월국제테니스장에 자리를 잡았다. 공유센터는 광주시의 공유문화 확산을 위해 다양한 사업과 프로젝트를 진행해왔으며 물품공유와 공간공유 등을 통해 지역공동체 활성화와 자원 순환에 앞장서 왔다.

현재 공유센터는 94종·1500여개의 물

품을 대여하고 있으며 지난해 기준 방문기록 대여장이 쓰인 횟수는 총 1500회, 작년 한 해 동안 대여·반납된 총이용 물품 개수는 8900여개를 넘어섰다. 공유센터에는 평균적으로 매달 200~250여명의 시민들이 방문했으며 이는 ‘광주시민’만을 대상으로 한 집계로, 타 지역 방문객을 포함하면 해당 수치를 웃돌 것으로 예상된다. 이곳에서는 광주시민이라면 누구나 100% 무료로 물품 대여가 가능해 캠핑용품, 파티용품 등 선뜻 구매하기에는 부담스러운 고가의 물품을 일회성으로 사용하고자는 시민들에게 특히 인기가 높았다.

공유센터에서 운영하는 ‘공유자원순환가게(공자가게)’에서는 ‘물물교환’이 이뤄졌다. 공자가게는 자원순환을 목적으로 소형 가전제품·생활제품 등 가정이나 사무실에서 사용하지 않는 물품을 가게로 가지고 오면 비슷한 가격대와 사이즈의 물건으로 교환해 갈 수 있는 시스템을 갖추고 있다. 실제 가게에는 각양각색의 물

품들이 고르게 진열돼 있어 마트에 온 것처럼 쇼핑하듯 편하게 물건을 골라갈 수 있었다. 운영규정에는 ‘물품을 가져오면 가액에 맞는 교환권 지급’, ‘기부 물품수에 상관없이 교환권 하루 5개까지만’ 등의 문구가 적혀있었다.

공유센터는 물품을 대여하고 물물교환을 시도하는 시민들이 꾸준히 늘 것으로 전망했다.

광주공유센터 관계자는 “중고 물품에 대한 거부감이 많이 사라지다 보니 시민들이 공유물품을 대여하고 불필요한 물건을 필요한 물건으로 교환해 가는 구조를 흥미롭게 생각해 꾸준히 이용률이 늘고 있다”며 “센터를 방문한 시민들이 입소문을 내면서 또 다른 방문으로 이어지고 있다. 광주뿐만 아니라 나주·화순·담양 등에서 센터를 찾을 만큼 수요가 높은 편이다. 앞으로도 공유센터를 이용하는 시민들이 꾸준히 늘 것으로 예상된다”고 말했다.

나다운 기자 daowon.na@jnilbo.com



롯데백, ‘골든블랑 크리스마스 에디션 선배 롯데백화점이 다가오는 크리스마스 시즌을 맞아 골든블랑 크리스마스 에디션을 한정판으로 선보인다. 골든블랑 샴페인은 볼레로 샴페인 하우스에서 빚어낸 정통 럭셔리 샴페인으로, 36개월 이상 오랜기간 숙성해 중후함과 화사한 풍미를 가지는 것이 특징이다. 이번 크리스마스 에디션은 특별히 롯데백화점의 올해 크리스마스 비주얼 테마인 ‘원더풀 쇼타임(Wonderful SHOWTIME)’을 패키지 디자인에 적용해 한정판으로 출시했다. 골든블랑 크리스마스 에디션은 골든블랑 5스타 브루 750ml 1병과 샴페인 잔 2개 세트로 구성되며 롯데백화점 전점(건대스타시티점, 김포공항점, 청량리점, 대전점 제외)에서 9만9000원에 600병 한정판으로 판매한다.

롯데백화점 제공

## 현대자동차, 준중형 SUV ‘2025 투싼’ 출시

현대자동차가 상품 경쟁력을 높인 국내 대표 준중형 SUV ‘2025 투싼’을 19일 출시하고 본격적인 판매에 돌입한다.

2025 투싼은 지난해 12월 출시한 ‘더 뉴 투싼’의 연식 변경 모델로, 고객의 목소리를 세심하게 수렴해 트립별로 고객 선호 사양을 기본화하고 합리적인 가격의 옵션 패키지를 신설한 것이 특징이다.

현대차는 2025 투싼의 전체 트림에 실내 소파기를 신규 적용하고 엔트리 트림인 모던에 2열 에어 벤트, 에어로 타입 와이퍼를 기본화해 안전성과 고객 편의성을 강화했다.

또한, 인기 트림인 프리미엄에 트렁크에서 간단한 조작만으로 2열 시트를 접을 수 있는 ‘2열 폴딩 레바’, 스마트폰 무선 충전, 세이프티 파워 윈도우(2열) 등 고급 편의사양을 기본 적용해 상품 경쟁력을 향상시켰다.



현대차는 2025 투싼의 최상위 트림인 인스퍼레이션 전용으로 신규 옵션 패키지 ‘베스트 셀렉션 III-IV’를 운영한다.

2025 투싼의 판매 가격은 1.6 터보 가솔린 △모던 2771만원 △프리미엄 3068만원 △인스퍼레이션 3439만원, 2.0 디젤 △모던 3013만원 △프리미엄 3310만원 △인스퍼레이션 3681만원, 1.6 터보 하이브리드 △모던 3213만원 △프리미엄 3489만원 △인스퍼레이션 3858만원이다.

박소영 기자

## 보해양조, 게임사 블리자드와 ‘악마의 영혼’ 출시

‘스파이시’한 맛... 25도 증류주 글로벌 게임 ‘디아블로’ 디자인

주류 전문기업 보해양조가 글로벌 게임 기업 블리자드 엔터테인먼트와 협력해 증류주 ‘악마의 영혼 (DEMON’S SPIRIT)’을 20일 출시한다. 이번 제품은 블리자드의 대표 인기 게임인 ‘디아블로’ 시리즈의 헤리티지를 담아 선보이는 특별한 술이다.

디아블로는 디아블로 I이 출시된 지 28년이 지난 지금도 강력한 영향력과 깊이 있는 스토리로 전 세계 수천만 명의 팬을 보유하고 있다. 특히 이번 ‘악마의 영혼’은 디아블로 시리즈 중에서도 많은 사랑을 받고 있는 ‘디아블로 II: 레저렉션’의 강렬한 메인 이미지를 바탕으로 디자인됐다.

게임 세계관을 술에 담아내는 이번 협업은 새로운 소비층을 겨냥한 브랜드 확장의 일환이다. 보해는 주류와 게임을 결합해 소비자에게 신선한 경험과 색다른 즐거움을 제공하고자 했다.

마치 게임 속 플레이어가 되어 악마의



보해양조가 글로벌 게임사 블리자드와 손잡고 20일 출시하는 증류주 ‘악마의 영혼’.

보해양조 제공

영혼이 깨어나는 듯한 몰입감을 느끼게 해주는 제품 속 요소도 눈여겨볼 만하다. 붉은색 술은 디아블로의 배경인 성역의

지옥 물결을 연상시키며 사슬 모양의 뚜껑은 봉인을 상징해 시각적 매력을 더한다. 게임 내 포션(물약)을 오마주한 후면 라벨과 함께 술을 마실수록 서서히 모습을 드러내는 디아블로의 형상은 특별한 소장 가치를 더한다.

제품의 맛 역시 디아블로의 강렬함을 담아냈다. 청양고추를 침출해 구현한 매력적인 ‘스파이시’한 맛이 와인 증류주의 부드러운 향과 어우러져 은은한 매콤함과 함께 깔끔한 마무리로 깊은 여운을 남긴다.

‘악마의 영혼’은 25도, 500ml 용량으로 출시되며 20일부터 전국 CU 편의점에서 단독으로 판매된다. ‘포켓CU’ 앱을 통해 재고를 조회할 수 있으며, 초도 물량이 한정돼 있어 빠른 품절이 예상된다.

보해양조 관계자는 “디아블로의 팬들에게는 전투를 준비하는 마음가짐을, 일반 소비자들에게는 독특한 맛의 즐거움을 선사하는 제품”이라며 “게임에서 영감을 얻어 만든 술이라는 각기 다른 영역의 융합 콘텐츠를 통해 새로운 비즈니스 모델을 제시한 사례”라고 밝혔다.

최권범 기자

## 중기부, 예비 글로벌 중견기업 100개사 모집

정책 연계 등 3년간 지원

중소벤처기업부(중기부)는 유망기업이 신사업·신시장에 과감하게 진출해 중견기업으로 성장할 수 있도록 종합적·체계적으로 지원하는 ‘도약(Jump-Up) 프로그램’ 사업을 공고하고 참여를 희망하는 역량 있는 기업을 지난 18일부터 4주간 모집한다고 밝혔다.

광주전남지방중소벤처기업청에 따르면 ‘도약 프로그램’을 통해 미래 유망시장에서 중견후보기업 또는 중견기업으로도 약할 수 있는 성장 가능성이 우수한 100개 기업을 선발할 계획이다.

지원대상은 신사업·신시장 진출계획을 보유하고 있는 업력 7년 이상의 중소기업

으로 업종이나 기업규모, 신사업·신시장 진출 분야 등에 대한 제한은 없다.

기업모집은 일반 공개모집과 기관추천 두 가지 형태로 진행하며 일반 공개모집은 모집기간 내 기업이 직접 신청하는 방식이며, VC·CVC·PE 등 민간 투자사, 시중은행, 지역기관(테크노파크) 등을 통해 유망기업을 추천받는 방식이다.

선발된 기업은 디렉팅, 오픈바우처, 네트워킹, 정책 연계 등 4가지 프로그램을 3년간 지원한다. 우선 기업인, 글로벌 컨설팅사, 연구기관 등으로 구성된 디렉팅을 통해 신사업 방향과 전략수립, 기술문제 해결, 경영자문 등을 3년간 밀착지원하고, 과감한 신사업 도전을 위해 다양한 사업화 비용 등에 활용이 가능한 오픈바

우처를 기업당 연간 최대 2억5000만원, 3년간 7억5000만원 규모로 발급한다.

또 투자유치와 수출·현지화 등 글로벌 진출을 위해 글로벌 투자사, 해외기업·바이어 등과 만날 수 있는 장까지 제공하는 네트워킹 프로그램을 운영한다. 이와 함께 대규모 R&D, 융자·보증, 수출금융 등은 정부가 운영 중인 기존 정책과 유기적으로 연계해 집중 지원한다.

구체적인 내용은 중소벤처기업부 누리집(www.mss.go.kr)과 중소벤처기업진흥공단 누리집(www.kosmes.or.kr)에 게시된 ‘도약 프로그램’ 참여기업 모집공고에서 확인할 수 있으며, 신청은 중소벤처기업진흥공단 누리집(www.kosmes.or.kr)을 통해 가능하다.

박소영 기자