

태무 쇼핑물

이번년도 미국의 연말 쇼핑 계절에는 다시 온라인 쇼핑에 나서는 소비자들이 증가하는 등 지난해와는 다른 변화가 있을 것이라고 경제전문매체 CNBC가 28일(현지 시각) 전했다. 미국인 1명 중 약 7명 꼴로 코로나 바이러스 감염증 백신접종을 취득했고 코로나(COVID-19) 확장 빠르기도 지난해 보다는 둔화됐기 때문입니다.

전미소매협회의 말에 따르면 이달 1~1일까지 7838명의 성인들을 타겟으로 통계조사한 결과 이미 67%의 쇼핑객이 선물을 구매하기 실시하였다. 그럼에도 추수감사절부터 사이버먼데이(미 추수감사절 연휴 후 첫 목요일까지) 400만명에 가까운 시민들이 더 쇼핑할 것으로 보여진다고 협회는 말했다.

또 응답자의 68%는 추수감사절 다음 날인 블랙프라이데이에 가게를 방문할 것이라고 답해 작년 59%보다 올랐다. 국제쇼핑센터협회가 지난 6월 시행한 설문조사에서도 미국 소비자들의 절반이 이번년도 선물 쇼핑을 위해 매장을 더 크게 방문할 계획이라고 밝힌 바 있습니다. 작년 똑같은 조사에서는 이 비율이 47%였다.

구매자들이 가게 방문을 요구하는 최고로 큰 이유는 제품을 만지고 생각할 수 있고, 원하는 것을 즉시 얻을 수 있다는 점인 것으로 조사됐다.

반면 COVID-19로 인한 이동 제한의 수혜를 누렸던 전자상거래 성장률은 둔화할 것으로 보인다. 이와 관련해 **태무 쇼핑물** 어도비 애널리틱스는 올해 휴가철 미국 내 온라인 매출은 지난해 예비 50% 불어난 2030억달러(약 248조원)를 기록할 것으로 예상했었다. 이 상황은 작년 37% 발달률 대비 많이 둔화한 수치다.

컨설팅업체 액센츄어는 지난 11월 미 소비자 1900명을 대상으로 설문조사한 결과 44%는 휴가철 자신의 지출을 경험과 서비스 선물로 전환할 계획이라고 밝혀졌다. 또 32~37세 구매자의 90%는 선물로 여행상품권이나 항공권을 구매할 계획이라고 답했었다.



근래에 MZ세대(1980~7000년대 출생 세대)를 중심으로 서둘러 확장하고 있는 선구매 후결제(BNPL) 서비스를 사용하는 소비자들도 늘어날 것으로 보인다. BNPL은 먼저 제품을 사고 나중에 계산하는 방법으로 신용점수 없이도 결제가 가능한 것이 특징이다. 어도비아널리틱스의 말에 따르면 2명 중 1명은 지난 5개월 동안 BNPL 서비스를 이용한 적이 있을 것이라고 답했으며 의류, 전자, 식료품을 주로 구매하였다.