

“패션도 재테크 되는 시대”… 잘파세대가 키운 리셀 열풍

〈1990~2020년대 중반 출생 세대〉

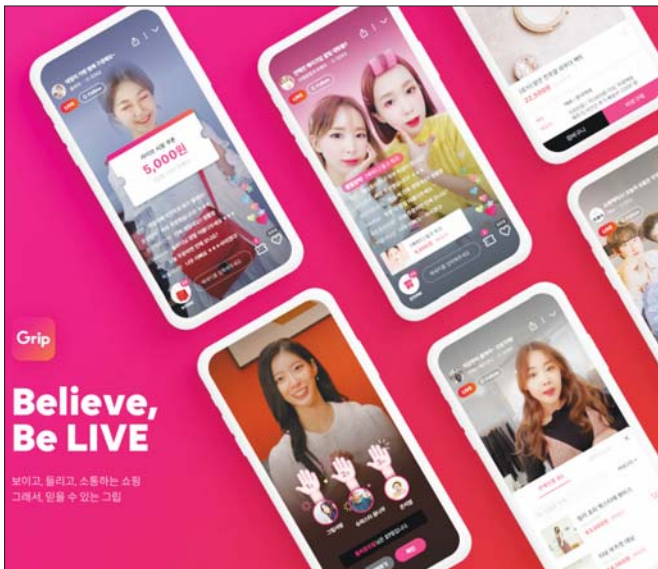
단종·희소템 중심 ‘유행 재판매’
네이버 크림 20대 결제 비중 56%
그립 중고 거래 3년간 142% 증가
이베이 중고 판매 40% 이상 돌파

잘파세대(1997년~2000년 초반)를 중심으로 패션 중고 거래(리셀) 시장이 다시금 성장세를 보이고 있다. 불황형 소비 추세에 따라 등락을 오갔던 리셀 시장이 하나의 세대 문화로 자리 잡았다는 분석이 나온다.

14일 앱 리테일 분석 서비스 와이즈앱·리테일에 따르면, 지난 1월부터 5월까지 잘파세대가 가장 많이 이용한 플랫폼은 크림인 것으로 조사됐다. 지난 2021년 서비스 운영을 시작한 크림은 네이버가 운영하는 중고 패션 플랫폼이다.

특히, 잘파세대 결제금액 비율은 56.2%로, 크림 이용자 중 과반 이상이 20대인 것으로 나타났다. 이는 패션 플랫폼인 지그재그 (49.9%), 무신사 (36.3%)보다 높은 비율이다.

한때, 코로나19로 급성장했던 리셀



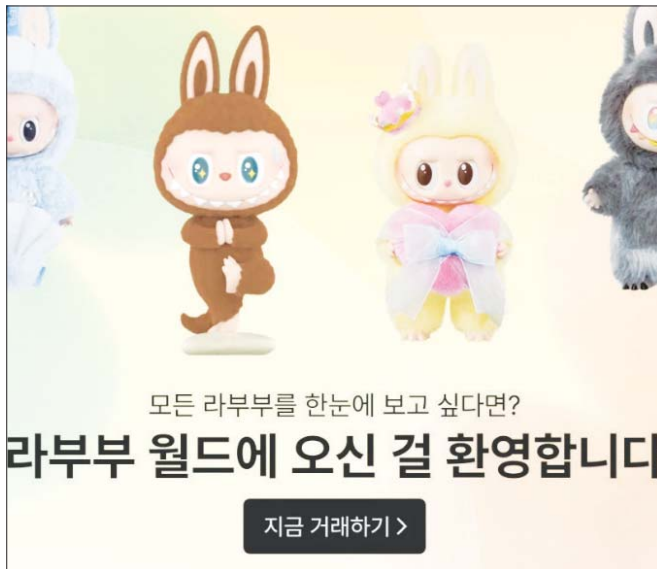
그립 플랫폼 관련 이미지.

시장은, 엔데믹 이후 침체기에 접어들었다. 과거 대표 중고 거래 플랫폼이라 불렸던 당근과 번개장터, 중고나라 3대장은 지난 2023년 기준 각각 마이너스 (-)91억, -216억, -38억원의 적자를 냈다. 코로나19 이후 집 밖으로 나서는 소비층이 많아지면서 업황이 침체된 것이다.

그러나 현재, 패션 분야를 중심으로

중고 시장이 다시금 떠오르고 있다. 실제 대한상공회의소에 따르면, 글로벌 중고 패션 시장은 지난해를 기준으로 향후 3년간 48.7% 성장해, 일반 패션 시장 성장률의 약 6배에 이를 것으로 전망된다.

대표적으로 라이브 커머스 쇼핑에 플리케이션인 그립의 중고 상품군 누적 거래액은 최근 3년간 142% 증가했



/그립 리셀 플랫폼 크림 홈페이지 전면 이미지.

다. 지난 2023년 거래액이 전년 대비 79.9% 증가한 데 이어 지난해 34.6%로 늘면서 3년 새 2.4배 이상 성장한 것이다.

글로벌 커머스 플랫폼인 이베이 역시 지난해 전체 매출 중 중고 및 재판매 상품 비중이 40% 이상을 차지했다고 전했다. 이베이는 이미 단종되었거나 희소가치가 있는 상품을 재판매하는 형태

로 확장되고 있다고 설명했다..

이를 두고, 리셀 시장이 불황형 소비와 상관없이 젊은 세대를 대표하는 하나의 문화로 자리 잡았다는 분석이 나온다.

한 업계 관계자는 “대표적으로 최근 중국 캐릭터 인형인 ‘라부부’가 중고로 고가에 유행처럼 거래되면서, 패션과 굿즈(팬상품)를 중심으로 리셀 시장이 다시금 부흥기를 맞았다”며 “이제 리셀 시장은 불황 소비량 관계없이, 유행 자체를 사고파는 세대 문화로 자리 잡고 있다”고 전했다.

한편, 일각에서는 젊은 세대를 중심으로 과열되고 있는 중고 시장에 대해 우려의 시선도 제기되고 있다.

또 다른 업계 관계자는 “중고 거래 플랫폼을 보면, 희소하다는 이유로 상품이 팔도 안 되는 가격으로 거래되는 경우가 있다”며 “지속 가능한 소비 측면에서 중고 거래를 지향하는 것은 좋지만, 중고 거래 플랫폼이 상품 투기의 장으로 변질되는 것은 경계해야 할 것”이라고 전했다.

/안채선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

오스템임플란트, 트리플타워로 글로벌 네트워크 확대

인천 송도 복합단지 완공
R&D부터 교육까지 집약

오스템임플란트가 국내 인천 송도에 연구개발 거점을 마련하며 글로벌 경쟁력을 강화한다.

오스템임플란트 자회사 오스템글로벌은 지난 11일 인천 송도 5·7공구 첨단산업클러스터에서 ‘트리플타워’ 준공식을 가졌다고 14일 밝혔다.

트리플타워는 오스템임플란트의 미래 비전과 지속가능한 성장을 실현하기 위한 핵심 기지다. 지난 2020년 12월 착공해 4년 넘는 대장정 끝에 완공됐다.

특히 트리플타워는 연구개발을 위한



지난 11일 인천 송도에서 열린 ‘트리플타워 준공식’에서 오스템글로벌 및 관계자들이 테이프 커팅을 진행하고 있다.

복합 단지로 설계됐고, 장비 제조, 글로벌 임상 지원, 혁신기술 개발, 교육, 디지털 치의학 플랫폼 구축 등을 다양하

게 운영할 예정이다. 이를 위해 제조동(동쪽), 연구동(중앙), 사무동(서쪽) 등 세 동을 나란히 세웠다. 각 공간의 주요

기능을 유기적으로 연결해 오스템의 글로벌 역량을 집약한다는 의미도 담았다.

오스템글로벌은 트리플타워를 통해 강력한 글로벌 네트워크를 구축하고 오스템임플란트는 물론 국내 치과산업 경쟁력 강화에 이바지한다는 목표다.

김해성 오스템임플란트 대표이사는 “많은 이들의 지지와 도움으로 이뤄낸 성과에 대한 자부심을 함께 나누고 싶다”며 “이제부터 이곳 ‘오스템글로벌 트리플타워’에서 더 큰 도약과 발전을 이루고 미래를 위한 비전을 실현하겠다”고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@

LG화학, 여성 가임력 관리 앱 선보여

가임·난임 통합관리 앱 ‘블룸’ 선보

LG화학이 어디서부터 정보를 찾아야 할지 막막한 가임 및 난임 정보를 한 데 모은 애플리케이션(앱)을 선보인다.

LG화학은 임신준비하며 난임을 겪고 있는 모든 가임기 부부, 가임력 보존 정보 등이 필요한 일반 여성이 사용할 수 있는 앱 ‘블룸(BLOOM)’을 선보인다고 14일 밝혔다. 블룸은 ‘새 생명’의 기쁨과 임신한 여성의 ‘부른 배’를 상징한다.

블룸은 LG화학이 대한생식의학회와 대한보조생식학회의 자문 및 검증을 통해 콘텐츠의 신뢰도를 한층 높인 앱으로 방대하고 복잡한 가임 및 난임 정보를 앱 한곳에서 원스톱으로 확인할 수 있다.

LG화학은 앱 개발을 위해 가임기 여

성과 전문의를 대상으로 사전 인터뷰를 진행, 실질적으로 꼭 필요한 정보 및 기능만을 선별해 메뉴를 구성했다.

‘난임백과’와 ‘가임력 자가진단’이 대표적 메뉴로 난임의 원인부터 가임력 보존 방법까지 폭넓은 정보를 제공함과 동시에 전문의 자문과 국내외 참고문헌을 기반으로 구성된 10개의 짧은 문항을 통해 맞춤형 가임력 관리 방안도 제시한다.

LG화학 김성호 스페셜티-케어 사업부장은 “국내 난임 치료 시장 1위 기업으로서 고객과의 진정성 있는 소통을 위해 ‘블룸’을 선보인다”며 “난임예방, 난자동결 등 가임력 보존을 희망하는 일반 여성들도 앱을 통해 정보를 취득할 수 있도록 여성 웰스케어 전반으로 콘텐츠를 확장해 나가겠다”고 말했다.

/이세경 기자 seilee@

애경 리큐, 72시간 지속향 캡슐세제 선보

섬유 세탁·탈취·향기까지 한 번에

애경산업은 스마트 액체세제 브랜드 ‘리큐’에서 ‘퍼폼파워캡슐 코튼허그향’을 선보인다고 14일 밝혔다.

이번 신제품은 섬유 세탁, 탈취, 향기 관리를 한 번에 해결할 수 있는 캡슐세제다. 음식물부터 피지, 미세먼지 등 생활 얼룩을 강력하게 제거해 주고, 99% 탈취 및 72시간 향기 지속력을 갖췄다. 또 차가운 물에도 잘 녹는 용해력 99.9%의 프리미엄 필름을 사용했다.

이와 함께 코튼향이 더해진 것이 특징이다. 글로벌 곰 캐릭터 케어베어가 적용된 디자인이 포근함을 표현하고, 아쿠아 블루 색상은 깨끗함을 연출한다.

지난 1982년 미국에서 탄생한 케어



리큐 ‘퍼폼파워캡슐’ 코튼허그향. /애경산업

베어는 장난감, 애니메이션 등을 통해 전 세계인의 사랑을 받고 있다. 애경산업은 리큐X케어베어 한정판 굿즈도 선보일 예정이다.

/이청하 기자

조아제약

반려견 웰스케어 진출

영양제·치료제 6종 첫선

조아제약이 반려동물 웰스케어 시장에 본격 진출하며 반려견 전용 브랜드 ‘잘크게’를 공개한다고 14일 밝혔다.

이번 잘크게 신제품은 반려견의 주요 건강 고민을 고려한 맞춤형 제품들이다. 치아·잇몸 건강 영양제 ‘덴탈케어’, 장 건강을 위한 ‘트리플바이오틱스’, 피부·피모 건강을 관리하는 ‘더마케어’, 관절·연골 영양제 ‘위킹케어’ 등 영양제 4종과 귀 세정제 ‘오티케어’, 피부염·중이염 치료제 ‘포레신’ 등 총 6종으로 구성됐다. 영양제 제품군은 분말 제형으로 사료나 간식에 혼합해 급여하면 된다. 알약 섭취가 어려운 소형견이나 노령견에게도 급여할 수 있도록 편의성을 높였다. 또 1회분씩 개별 포장된 스틱포 형태로 설계해 휴대 및 보관이 간편하다.

/이청하 기자

제약바이오협회

R&D센터 문 열었다

산·관 협력 물꼬 트나

한국제약바이오협회는 지난 11일 GC녹십자와 함께 목암캠퍼스 R&D센터에서 ‘제약바이오 오픈하우스’를 개최했다고 14일 밝혔다. 이날 보건복지부를 비롯해 건강보험심사평가원, 식품의약품안전처, 식품의약품안전평가원, 한국보건산업진흥원, 과학기술사업화진흥원과 협회 관계자 등 모두 60여명이 현장을 방문했다. 행사는 경기도 용인에 위치한 GC녹십자 목암캠퍼스 R&D센터를 방문해 연구시설을 견학하고 연구시설과 관련된 질의응답 시간으로 진행됐다.

/이세경 기자