

한국 고객은 '봉' 아웃도어 '직구족'이 늘어난다

2013년 우리나라 아웃도어 시장 규모는 6조 원을 넘어설 것으로 예상된다. 미국에 이어 세계에서 두 번째로 큰 아웃도어 시장으로 부상했다. 일반적으로 시장 규모가 커지면 품질은 좋아지고 가격은 낮아져야 하지만, 우리나라에서 판매되는 아웃도어 용품은 해마다 가격이 오르고 있다. 특히 해외 아웃도어 용품은 현지보다 20~100%가 비싸 우리나라 용품 가격 인상의 주범으로 지적되고 있다. 이렇다 보니 '국내 소비자가 봉'이라는 불만의 목소리가 크고, 해외 웹사이트에서 직접 제품을 구입하는 아웃도어 '직구족'이 늘어나고 있다.

클 이진옥 기자

지난해 11월 미국 최대 쇼핑 시즌인 블랙 프라이데이를 맞아 아마존, 델 등 현지 온라인 쇼핑몰에서는 삼성·LG TV를 저렴한 가격으로 판매했다. 이때 업체에서 내놓은 55, 60, 65인치 TV 가격은 1천~1천500달러로, 국내에서 판매되는 비슷한 모델의 300만~400만 원과 비교해 절반도 안 됐다. 이 제품을 구입해 배송료, 관세를 더해 우리나라로 들여와도 무려 100만 원 이상 저렴했다.

이 같은 사실이 인터넷 쇼핑 커뮤니티를 통해 알려지자 한국 사람들이 미국 쇼핑몰에서 TV를 대거 구입, 해당 물건이 단기간에 매진됐다. 또 한꺼번에 한국으로 배송되는 물량이 많아 배송업자나 항공사도 곤욕을 치렀다.

사람들이 불편을 감수하고 해외 웹사이트에서 물건을 구매하는 이유는 국내 가격이 비싸기 때문이다. 우리나라에서 생산한 전자제품이나 자동차가 오히려 미국에서 더 싸게 판매되는 것은 이미 널리 알려진 사실이다. 국산품도 이런데 수입품은 말할 필요도 없다. 국내에서 판매되는 수입품 대부분은 가격이 미국보다 20~100% 비싸다. 수입업체에서는 물류비, 재고 부담, 홍보비, 애프터서비스 비용이 추가되기 때문에 어쩔 수 없다고 항변하지만 설득력이 없다.

비싼 국내 가격에 불만을 품고 해외에서 직접 물건을 사는 사람들을 '직구족'이라고 부른다. 과거에는 '쇼핑'에 관심이 많은 마니아층에만 국한됐으나 이제는 주부, 학생들도 해외에서 직접 물건을 사는 데 익숙하다. 직구족은 단순히 저렴하다는 이유만으로 물건을 구입하지 않는다. 사고자 하는 제품의 특성과 규격에 대해 파악한 뒤 국내의 가격 차이, 관세, 배송비 등을 꼼꼼하게 계산해 보고 저렴하다고 판단되면 구매한다.

최근 직구족이 급속도로 증가하면서 소비자시장에서도 무시 못할 존재로 부상했다. 신용카드사, 배송업체에서도 직구족을 잡기 위해 수수료 인하 등 서비스 경쟁을 하고 있다. 심지어 아마존 등 유명 해외 사이트에서도 신용카드사와 제휴, 한국으로 무료 배송 서비스를 하고 있다. 이 같은 직구족의 해외 소비 증가로 인해 지난해 3분기 해외 신용카드 사용액은 27억 달러로 사상 최고치를 기록했다.



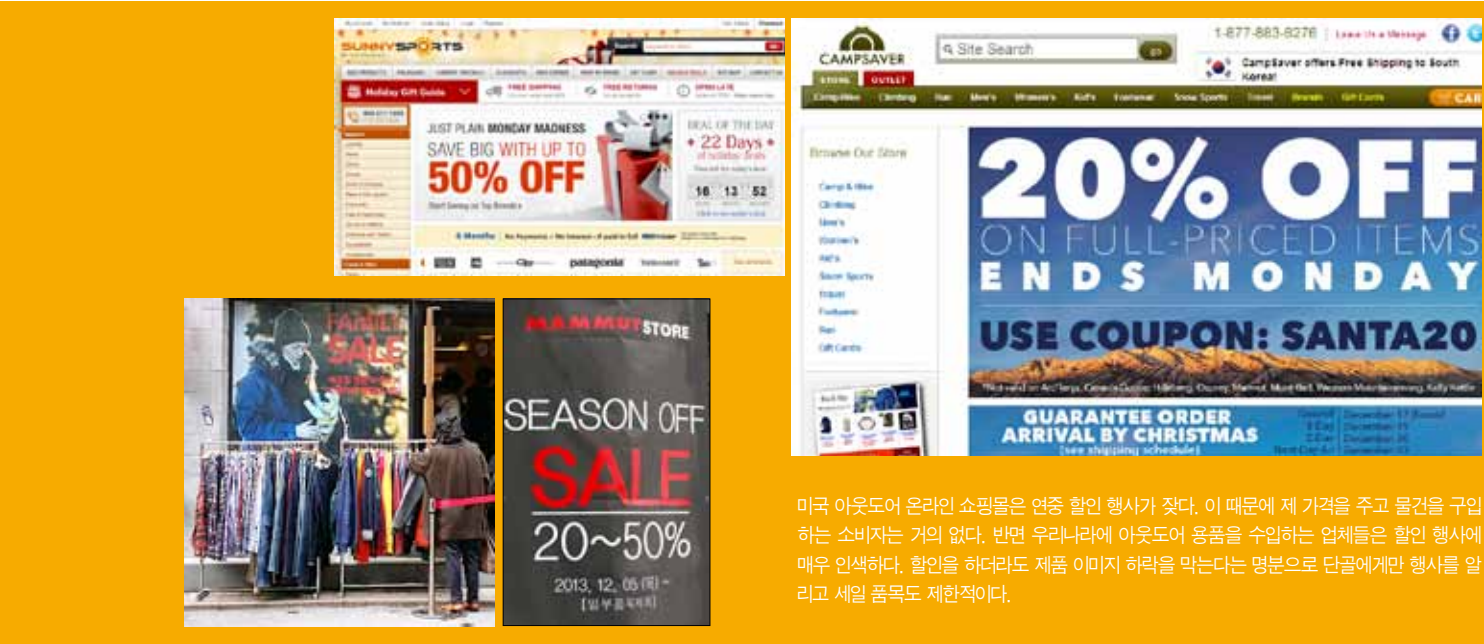
미국 최대 온라인 쇼핑몰인 아마존(www.amazon.com)은 BC카드사와 제휴, 'BC글로벌'이란 카드로 물건을 구매하는 고객에 대해 물건을 무료로 배송하고 있다.

그렇다고 직구족을 규제할 명분도 없다. 우리나라 수입사들이 지나치게 비싼 가격으로 상품을 판매하고 있기 때문이다. 사실 유명 아웃도어 제품들은 선택의 폭이 넓지 않다. 의류, 텐트, 배너, 매트리스, 물병, 등산화 등 품목별로 인기 있는 제조사 순위가 정해져 있다. 국내 수입사들은 일찌감치 이런 유명 제조사들로부터 독점 수입권을 얻었다. 소비자들은 갖고 싶은 아웃도어 용품이 비싸도 대체할 제품이 별로 없기 때문에 어쩔 수 없이 구입하는 경우가 많다.

이런 구조를 개선하려면 유통업체가 외국에서 직접 물건을 사서 국내에 판매하는 병행 수입의 활성화와 수입 가격에 대한 정보 공개, 소비자단체의 감시가 필요하다. 또 국내 제조사들도 경쟁력을 강화하고 합리적인 가격을 제공하려는 노력이 필요하다.

해외는 연중 할인, 국내는 연중 고가

해외 아웃도어 용품 판매 사이트에 회원 가입을 하면 일주일일 멀다 하고 세일 소식과 할인 쿠폰을 이메일로 받는다. 1년 내내 다양한 명목으로 할인 행사가 열려 제 가격을 주고 사는 것이 이상할 정도다. 할인율도 10~



미국 아웃도어 온라인 쇼핑몰은 연중 할인 행사가 잦다. 이 때문에 제 가격을 주고 물건을 구입하는 소비자는 거의 없다. 반면 우리나라에 아웃도어 용품을 수입하는 업체들은 할인 행사에 매우 인색하다. 할인을 하더라도 제품 이미지 하락을 막는다는 명분으로 단골에게만 행사를 알리고 세일 품목도 제한적이다.

20%는 기본이어서 최소 40% 이상은 돼야 저렴하다는 생각이 든다. 미국 독립기념일, 블랙 프라이데이 등에는 70~80%까지 할인해 준다. 워낙 경쟁이 치열하다 보니 업체마다 할인 기간이나, 할인율 등 수위가 점점 높아지고 있는 분위기다.

우리나라는 상황이 반대다. 수입사들은 해외 아웃도어 의류를 들여오면서 가격을 10~50% 정도 올린다. 환율이 오르면 바로 가격을 올리고 반대로 내려가도 이런저런 핑계를 대면서 슬그머니 가격을 올린다. 최근 2~3년 동안 환율은 꾸준히 내려갔지만 수입 아웃도어 용품 가격은 해마다 인상됐다. 수입사들은 나라마다 유통 구조와 판매 방식이 달라서 해외 가격과 동일 선상에서 비교하는 것은 공정하지 못하다고 이야기한다. 그러나 유통 구조상 소비가 많으면 시장이 커지고 제조사와 판매업체는 경쟁에서 살아남으려고 가격을 내릴 수밖에 없다.

우리나라 아웃도어 용품 시장은 세계적으로 크다. 지난 2012년 우리나라 아웃도어 용품 시장 규모는 5조8천억 원으로 11조 원인 미국에 이어 세계 두 번째다. 인구와 소득을 감안하면 비정상적일 정도로 시장 규모가 크다. 해발 3천m가 넘는 산이 즐비한 이웃 나라 일본도, 인구가 많은 중국도, 알프스로 유명한 스위스도 우리나라와 비교가 되지 않는다. 그럼에도 불구하고 우리나라 소비자들은 터무니없이 비싼 가격을 주고 제품을 사고 있다. 높은 가격으로 내놓아도 잘 팔리기 때문에 수입사들은 할인 행사도 자주 하지 않는다. 세일을 하더라도 현금 할인보다는 포인트로 적립해 주고, 제품 이미지 하락을 막는다는 명분으로 단골에게만 은밀히 할인 소식을 알리는 곳도 있다. 또 세일이라고 대대적으로 광고해도 가 보면 인기 품목은 제외되는 경우가 많다.

시정이 이렇다 보니 포털사이트와 등산, 캠핑 등 아웃도어 동호회 카페

에서는 수입사에 대한 불만과 함께 '아웃도어 제품 직구' 방법을 묻는 글이 많다. 해외 사이트 세일 정보부터 할인 쿠폰 공유까지 문의 내용도 다양하다.

아웃도어 용품 국내외 판매 가격 비교

우리나라 사람들은 해외에서 아웃도어 용품을 구입할 때 주로 물건이 다양하고 세금이 없는 미국 사이트를 방문한다. 미국에서 물건을 구입하면 보통 세금을 내야 하지만 뉴저지주, 델라웨어주 등으로 배송시키면 세금이 붙지 않는다. 이런 이유로 우리나라로 배송을 대행해 주는 업체들은 물류 창고를 세금이 없는 주에 두고 있다. 반면 캐나다나 유럽 사이트에서 구입하면 10%를 웃도는 세금을 내야 하기 때문에 추가 비용이 든다. 우리나라 직구족들이 많이 이용하는 미국 온라인 판매 사이트는 캠프세이버(www.campsaver.com), 서니스포츠(www.sunnysports.com), 백컨트리(www.backcountry.com), 베이스기어(www.basegear.com), 백컨트리에지(www.backcountryedge), 무스조(www.moosejaw.com) 등이다. 이들 사이트는 할인 행사가 잦고 물건이 다양하기 때문에 현지인들도 많이 찾는다. 스노우피크, 몽벨 등 일본 브랜드는 옥션 같은 오픈 마켓인 라쿠텐(www.rakuten.jp)에서 많이 구입한다.

우리나라에서 정식 수입된 아웃도어 제품은 주로 백화점, 대리점에서 판매된다. 수입사에서 가격을 통제하기 때문에 온라인 사이트에서도 그다지 저렴하지 않다. 오케이아웃도어닷컴, 더 스포츠 빅텐 등 아웃도어 멀티숍에서 저렴하게 판매하기도 하지만 대부분 병행 수입한 제품들이다. 우리나라에서 인기가 높은 제품을 선정, 국내외 가격을 비교해 보았다.



1



몽벨 침낭의 정가는 일본이 30% 이상 저렴하다. 게다가 현지 오픈 마켓인 라쿠텐 등에서는 판매업자들이 수시로 10% 할인 쿠폰과 10% 포인트를 제공하고 있어서 정가보다 20% 저렴하게 구입할 수 있다.



▶ Montbell Super Spiral Down Hugger EXP(침낭)

침낭은 캠핑, 백패킹을 할 때 필요한 장비다. 합성섬유, 오리털, 거위털 등 충전재에 따라 수만 원부터 100만 원을 훌쩍 넘는 제품까지 다양하다. 이 가운데 일본 몽벨 사의 울트라라이트 슈퍼 스파이럴 다운 하거 EXP 침낭은 품질이 좋고 가격이 비싸지 않아서 '국민 침낭'이라고 불릴 정도로 인기가 높다. 일본 몽벨 사 온라인 사이트에서는 5만6천 엔, 오픈 마켓인 라쿠텐에 입점한 야마케이(Yamakei) 같은 업체에서는 할인 쿠폰과 포인트를 제공해 4만7천 엔에 구입이 가능하다. 그러나 몽벨 정식 수입사인 LS네트웍스는 이 침낭의 정가를 무려 88만 원으로 책정해 놓았다. 정가 기준으로 일본보다 30% 정도 비싼 가격이다. 이렇다 보니 사람들이 정식 수입품을 사기보다는 일본 여행을 하면서 몽벨 매장에 들러 사거나 병행 수입품을 구매하고 있다.



2

▶ MSR HOOP2(텐트)

아웃도어 용품 가운데 고장, 파손의 위험성이 높은 품목들이 특히 국내외 가격 차이가 크다. 수입사들은 해외 직접 구매 제품에 대해서는 애프터서비스를 거부하는 방식으로 비싼 정식 수입품 구입을 유도한다. 가격이 저렴하고 설치가 쉬워서 우리나라 사람이 많이 찾는 MSR 사의 후프(HOOP)2 텐트도 국내외 가격 차이가 크다. 미국에서의 정가는 399.95달러이다. 물론 할인 행사를 자주 하기 때문에 그 돈을 주고 사는 사람은 거의 없다. 지난 12월 19일 미국 쇼핑물 아마존에서 판매됐던 가격은 187.46달러였다. 200달러 이하면 관세도 없기 때문에 약 20만 원이면 구입이 가능하다. 그러나 정식 수입사인 호상사가 운영하는 사이트(www.sierraoutdoor.co.kr)에서 판매하는 가격은 39만9천 원이다. 미국 세일 가격과 국내 수입사가 책정한 정가의 가격 차이는 2배 이상이다.

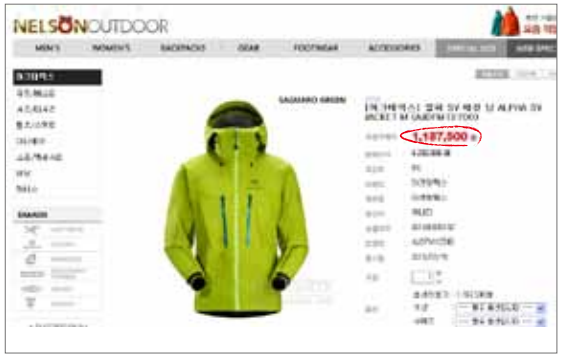


텐트는 아웃도어 용품 가운데 파손의 위험성이 높은 품목이다. 수입사들은 애프터서비스를 내세워 비싼 정가를 받고 있다. 미국에서 할인 행사를 많이 하는 품목 중 하나지만 우리나라에서는 할인이 인색하다.

3

▶ Arcteryx Alpha SV Jacket(재킷)

이 재킷은 전 세계 등산 애호가에게 가장 인기 있는 상품 중 하나다. 고어텍스 원단으로 만든 하드셸 재킷으로 품질이 좋기로 유명하지만 가격이 만만치 않다. 해외에서도 다른 브랜드보다 가격이 높다. 수입사는 높은 인기를 이용해 우리나라에서 가격을 미국보다 약 2배 비싸게 받고 있다. 미국에서 정가 649.95달러인 이 재킷을 지난 12월 17일 베이스기어(www.basegear.com)에서는 20% 할인 쿠폰을 사용해 519.96달러에 구입할 수 있었다. 우리나라에서 판매되는 가격은 무려 118만7천500원이며 일부 백화점에서는 125만 원까지 받고 있다. 수입사에서는 프리미엄 브랜드, 인기 상품임을 강조하며 할인을 별로 하지 않고 있다.



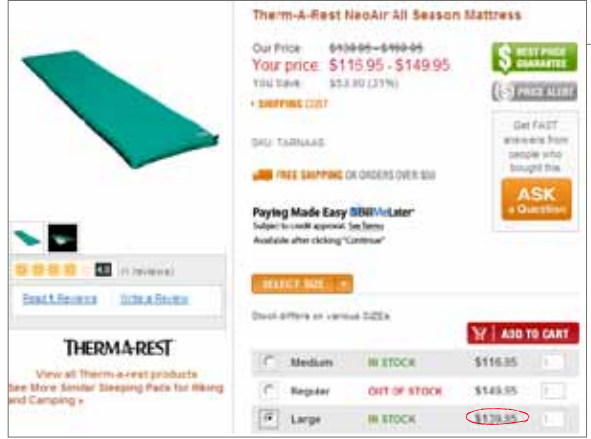
우리나라에서 프리미엄 브랜드임을 강조하며 고가격 정책을 견지하는 아웃도어 용품 브랜드는 아크테릭스, 마무트, 몬추라가 있다. 이 가운데 아크테릭스는 해외에서도 품질이 좋기로 유명하다. 그러나 미국에서는 정가가 낮고 할인도 자주 하기 때문에 저렴하게 구입할 수 있다.

4

▶ Therm-A-Rest NeoAir All Season Mattress Large(매트)

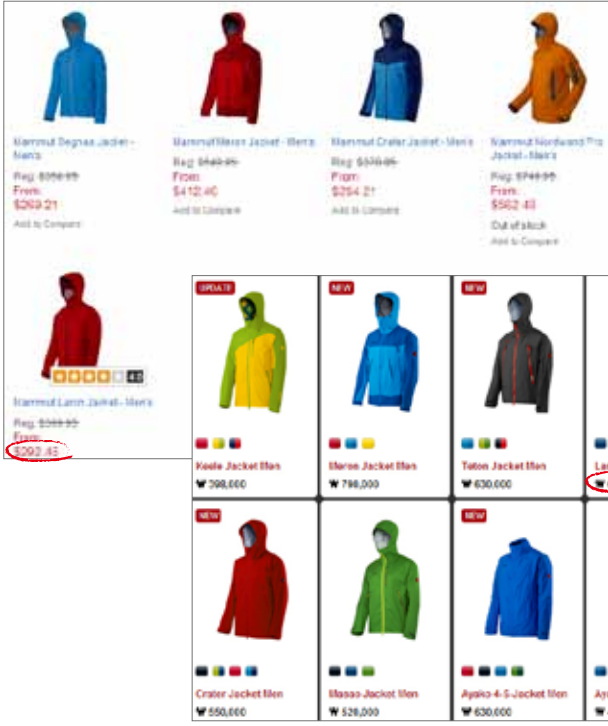


동절기에 바닥의 한기를 차단하기 위해 사용하는 매트리스는 애프터서비스가 자주 필요한 품목이다. 수입사들은 병행 수입품이나 개인이 직접 구매한 제품에 대해서는 애프터서비스를 해 주지 않는다.



캠핑이나 백패킹을 할 때 매트리스는 밑에서 올라오는 한기나 습기를 차단해 준다. 겨울철에는 튜브처럼 공기를 넣어 넣는 방식의 매트리스가 많이 사용된다. 이 가운데 미국 서머레스트 사의 네오에어 올시즌이안 매트리스가 우리나라에서 인지도가 높다. 사람들이 많이 찾는 L사이즈는 국내 가격이 훨씬 비싸다. 수입사 공식 판매 사이트에서는 26만6천 원이며, 할인을 받아도 22만 원 이상이다. 지난 12월 18일 미국 아웃도어 용품 사이트인 선스스포츠(www.sunnysports.com)에서는 139.95달러에 판매됐다.

5



미국 아웃도어 쇼핑몰 사이트에서 마무트 사 의류는 할인을 자주 하는 편이다. 그러나 우리나라에서는 비싼 정가를 받으며, 세일을 해도 인기 품목은 제외시킨다.

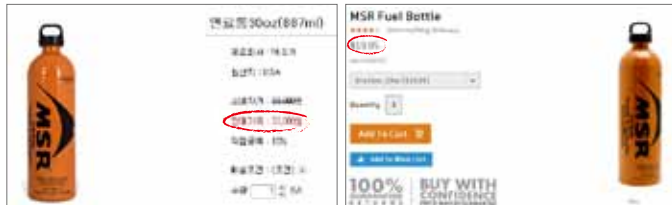
▶ Mammut Lanin Jacket(재킷)

마무트는 스위스 아웃도어 브랜드다. 우리나라에서 판매되는 아웃도어 브랜드 가운데 아크테릭스와 비슷하게 고가 정책을 고수 하지만, 해외에서는 연중 할인 행사를 많이 해서 국내외 가격 차이가 큰 대표적인 브랜드로 꼽힌다. 우리나라에서도 세일을 분기마다 하지만 정가 자체가 높기 때문에 할인돼도 미국보다 비싸다. 고어텍스 액티브셀 원단을 사용한 라닌(Lanin) 재킷의 국내 정가는 63만 원, 세일 때 30% 할인을 받아도 44만1천 원이다. 지난 12월 18일 미국 온라인 사이트인 캠프세이버(www.campsaver.com)에서는 292.46달러에 구입이 가능했다.

7

▶ MSR Reactor 1.0ℓ Stove System(버너)

MSR사에서 제조하는 리액터는 겨울철 버너로 백패커들 사이에서 인기가 높다. 성능이 좋고 난방도 겸할 수 있다. 이런 인기 때문인지 이 버너도 우리나라 판매 가격이 훨씬 비싸다. 미국에서는 1.0ℓ 세트가 169.95달러가 정가이지만, 자주 20% 할인 쿠폰이 제공돼 135.96달러면 구입할 수 있다. 그러나 우리나라에서는 24만9천 원이 정가이며 아무리 발품을 팔아도 20만 원 정도는 줘야 한다. 버너뿐만 아니라 연료통도 우리나라가 30% 이상 비싸다. 휘발유 버너에 사용되는 MSR사 887ml 연료통이 미국에서는 19.95달러, 우리나라에서는 3만3천 원이다.



버너는 MSR, 프리머스, 올터마스 등 3~4개 사가 세계시장을 주도하고 있다. 가스, 휘발유, 알코올 등 연료 종류에 따라 인기 제품이 거의 고정되어 있어서 소비자 선택의 폭이 좁다. 수입사들은 이같은 점을 이용해 해외보다 높은 가격을 받고 있다.

6



▶ Snowpeak 화로대

일본 캠핑 용품 제조사인 스노우피크 사도 우리나라에서 비싸게 제품을 판매해 수차례 언론의 지적을 받았다. 텐트, 식기류, 의자 등 모든 용품이 일본보다 20~30% 비싸다. 캠핑을 할 때 불을 피울 수 있는 대형 화로대의 경우 일본 홈페이지에서는 1만6천380엔, 우리나라 홈페이지에는 29만4천 원이다.

스노우피크 사의 캠핑 용품은 품질과 디자인이 좋기로 유명하다. 그러나 우리나라에서 지나치게 높은 가격을 받고 있다. 이 때문에 제품을 그대로 배간 복제품이 생겨났으며 병행 수입품도 많이 들어오고 있다.

8

▶ Platypus Water Tank(물병)

캠핑을 할 때 필요한 대용량 물병은 미국의 플래티퍼스사의 제품이 가장 인기가 높다. 2ℓ 물병의 미국 가격은 19.95달러, 우리나라에서는 4만1천 원이다. 수입사 판매 사이트에서는 구매 금액의 10%를 적립금으로 돌려준다고 생색을 내지만 해외와 비교하면 80% 이상 비싼 가격이다. Y

