

# 인터넷 쇼핑, 밤 12시경에 1만원대 이하 품목이 구매량 최대

**하**나포스닷컴이 지난달 7일부터 20일까지 2주간 쇼핑물 이용 고객 1만495명을 대상으로 쇼핑 행태를 분석한 결과 밤 12시경에 구매량이 최대를 기록하고, 1만원대 이하의 소액 상품이 가장 많이 팔린 것으로 나타났다.

이번 조사는 하나포스닷컴 쇼핑물(http://shopzone.hanafos.com)에서 1번 이상 구매 경험이 있는 남녀 고객 전체를 대상으로 이뤄졌는데, 이용행태 분석 결과 가장 눈에 띄는 점은 소액 구매의 급격한 증가였다. 1만원대 이하가 34.6%로 가장 많았으며, 5만원 이하 상품이 전체의 72%를 차지한 것으로 나타났다.

이같은 추세는 최근 오픈마켓과 공동구매 업체에서 패션·의류·잡화의 초저가 상품을 다량 선보였기 때문인 것으로 추측된다. 또 이번 조사에서는 남성보다 여성 고객이 저가 상품을 많이 구매하는 것으로 나타났다. 반면 10만~20만원대 상품은 소형가전

상품의 영향으로 30대 남성이 주고객층을 이뤘다.

구매 시간대는 1위가 밤 11시부터 1시로 넘어가는 사이로 약 12시경이 구매량이 가장 높아 올빼미족들이 가장 두터운 쇼핑마니아층을 이루고 있는 것으로 나타났으며, 2위는 점심 식사 이후 2시부터 3시까지로 직장인들이 점심 식사 후 근무시간대에 짬짬이 쇼핑을 즐기고 있는 것으로 짐작된다.

요일별 구매량은 주초 월요일이 가장 높은 것으로 나타났으며, 주말로 갈수록 서서히 떨어지다 목요일부터 급격히 감소하는 것으로 나타났다. 또 주말이나 휴일은 주중에 비해 약 30~40% 이상 현저하게 떨어지는 것을 확인할 수 있었다.

구매 연령대는 30대가 49.2%로 가장 높았으며, 이 중 남성이 65.4%로 높은 충성도를 보였다. 순서를 매겨보면 30대 남자(33.3%)·30대 여자(15.9%)·20대 남자(13.4%)·40대 남자(12.5%)·20대 여자

(9.9%) 순으로 나타났다. 남성 고객이 많은 이유는 하나포스닷컴이 매달 가전제품 마케팅 공세를 지속적으로 펼치면서 남성 회원들의 수요와 잘 맞아떨어졌기 때문이다.

쇼핑 카테고리별로는 전체적으로 가전/전자의 구매 비중 20.1%로 가장 높고, 패션(17.3%)·화장품/미용(14.8%)·컴퓨터(10.1%)·가구(9%) 순으로 구매 비중이 높았다. 이 중 남성은 가전/전자·컴퓨터 순인 반면, 여성은 패션·화장품·가전/전자 순으로 나타나 성별로 선호하는 아이템이 다름을 알 수 있었다.

하나포스닷컴 안전혁 팀장은 “앞으로도 다양한 구매 분석을 통해 수요가 높은 물품의 정비를 강화하고 현금같은 적립금 등 실질적인 고객 혜택을 늘려나갈 것”이라며 “특히 초고속인터넷 하나포스 고객에게 보다 큰 프리미엄 혜택을 주는 쇼핑물이 되도록 하겠다”고 밝혔다.

글 신승철 기자

(그림) 하나포스닷컴의 시간대별 쇼핑 구매량 추이

