

코로나 불황 속 상반된 중고시장의 흥행요인 분석

김진홍*, 안희동*

*한밭대학교 컴퓨터공학과

niruka@naver.com, gator7@naver.com

Analysis of the success factors about the used market contradicting the covid-19 recession

Jin-Hong Kim*, Hee-Dong An*

*Dept. of Computer Science Engineering, Han-bat University

요약

최근 코로나바이러스(COVID-19)의 여파로 경기침체가 이루어지고 있는 중, 반대로 역성장을 이루고 있는 중고시장의 흥행요인을 분석하고, 또한 기존 지역단위의 중고거래시장이 아닌 새로운 소규모 동네단위 중고시장의 급성장 요인을 분석하여 향후동향을 예측하고자 한다.

1. 서론

코로나바이러스(COVID-19) 감염증은 사회, 경제, 문화와 같이 전반적인 모든 면에서 부정적인 영향을 끼치고 있다. 대부분의 분야에서 악영향을 끼치고 있는 반면, 침체중인 국내 내수경제와는 달리 상반된 행보를 보이고 있는 지역내 중고거래 시장에 초점을 맞춰 흥행요인을 조사하고 그에 파생되는 부가서비스 수요 또한 예측하고자 한다.

최근 ‘[1] 중고시장은 불황을 뛰고 자란다’라는 말이 있을 정도로 중고시장은 침체된 내수경기와는 달리 무서운 성장세를 보이고 있다. 어려워진 경제에 소비자는 필요한 물건을 새 상품 또는 중고로 저렴하게 구매할 수 있고, 판매자는 집안에 방치되어 자리만 차지하고 있는 집안의 잉여자원을 매각하여 물건을 정리함으로 수익을 챙기고, 이 수익을 또 다시 자신에게 필요한 물건을 구입하는 비용으로 삼아 소비/재공급에 선순환을 이루어 활발한 중고거래 시장의 원동력이 되는 요인으로 뽑을 수 있었다.

허나 이러한 개인간의 P2P 거래는 2003년 12월 네이버 카페에서 시작된 ‘중고나라’를 시작으로 중고거래 어플리케이션 부문 1위인 ‘번개장터’까지 기존 중고거래의 플랫폼들은 이미 출시되어 거래가 되어지고 있었다. 그렇다면 최근 들어 지역 내 소규모 중고거래 시장을 타겟으로 한 ‘당근마켓’의 급성장 요인과 흥행 이유, 그리고 기존 플랫폼과의 차이점을 알아보자 한다.

2. 본론

당근마켓 월 이용자수



그림 1. [당근마켓]

“당근”이라는 알림을 올 초부터 주변에서 심심치 않게 스마트폰에서 흔히 들을 수 있듯이 당근마켓은 지난달 9일 월간활성 이용자(MAU) 수가 1000만명을 돌파하였다고 밝혔다. 이용자 수가 1000만을 넘는 App 서비스로는 네이버, 카카오, 배달의 민족, 토스와 같이 전부터 꾸준한 이용객수와 점진인 사용자 증가로 지금의 흥행을 이룬 것과는 달리, 서비스 시작 5년만에 타사대비, 지난 1년간 당근마켓은 MAU 가 3배 이상의 폭발적인 증가를 보이고 있다. 이에 대한 요인분석으로 당근마켓은 ‘당신의 근처’라는 슬로건을 담고 있듯이 기존 지역간 택배거래 위주의 중고거래를 탈피하여 지역내 대면거래를 권장하는 방식으로 중고거래의 최대 문제점인 ‘택배거래 사기’를 대면거래의 특성으로 사전에 방지하고, 이용자 거주지 반경 6km 이내 제한을 두어 거래장

소를 소규모로 한정하는 등 기존 플랫폼과는 다른 점을 무기로 직거래를 종용하여 서비스 제공을 하고 있다.



그림[2] 당근마켓 공식 QNA 中

또한 동네주민을 주요 거래대상으로 설정하고 사용자의 거래매너를 ‘매너온도’라 지칭하여 평가지표로 활용함으로 대면거래에 특성상 중요한 요소를 차지하고 있는 평판을 서로 조회할 수 있어 보다 거래에 있어 신뢰성과 신중함을 더할 수 있도록 제공하고 있다.

3. 결론

코로나 이후 소비추이를 분석해보니 동네 슈퍼마켓 매출이 지속적으로 늘고, 동네 반찬가게 이용빈도가 증가하는 등 [2] 지역 상권 중심의 소비가 두드러지게 이루어지고 있다. 위와 같은 내용은 중고거래 시장에서 또한 적용되어 거래범위가 좁아진 영향으로 당근마켓의 흥행요인으로도 보여지며, 코로나상황 이후 지역 간 이동이 꺼려지고, 재택근무가 ‘뉴 노멀(새로운 표준)’이 되면서 사람들의 생활 반경이 집 근처로 좁아 짐에 따라, 중고거래 또한 기존의 지역 간 택배보단 가까운 동네안에서의 거래가 활발히 이루어 짐을 알 수 있었다. 이러한 지

역 내 소비형태에 따라 기존의 보편적인 택배운송은 물량 집중화로 인하여 전국의 물량이 중앙에 모여 재 분류되는 형식으로 지역 내 운송시 당일 배송이 되지 않고, 시외 요금과 시내 운송요금이 별 차이가 없다는 단점이 있어, 앞으로 지역 내 소규모 운송을 대행하는 새로운 운송서비스 수요가 있을 것으로 예측된다. 이러한 서비스가 생긴다면 기존 구매자와 판매자와의 직거래를 위한 대면 거래를 지역 내 운송 서비스로 대체하여 대리인을 통한 거래가 이루어 질 수 있을 것으로 보이고, 또한 운송인을 통한 3자 거래로 물품 상태사기 및 허위발송과 같은 사기를 미연에 방지할 수 있을 것으로 보인다.

참고문헌

- [1] 윤희훈 『불황이 더 좋은 중고거래』, 『조선일보』 (발행일자 - 2020.09.10 06:00), 기사링크 https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/09/09/2020090903488.html?utm_source=urlcopy&utm_medium=share&utm_campaign=biz (2020-09-27)

- [2] 박순찬 『동네 상권의 재발견, 스타트업도 대기업도 뛰어들다』, 『조선일보』 (발행일자 - 2020 08.27), 기사링크 https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2020/08/27/2020082704525.html?utm_source=naver&utm_medium=original&utm_campaign=news (2020-09-27)

[그림 1,2]

- 『당근마켓 자주 묻는 질문中』, 『공식홈페이지』 <https://www.daangn.com/wv/faqs/135> (2020-09-27)