

롯데백 해외명품 50% 할인

올해 첫 해외명품 시즌오프 진행
랑방·지미추 등 210여 개 브랜드

롯데백화점은 오는 18일부터 순차적으로 해외명품 시즌오프를 진행한다고 13일 밝혔다. 이번 시즌오프 행사는 코치, 에트로, 지미추, 마크제이컵스 등 총 210여개 브랜드가 참여, 최대 50% 할인 판매한다.

해외명품 상품군은 최근 수년간 지속된 경기 불황에도 꾸준히 높은 신장률을 기록하고 있다. 올해 1분기에는 시계·보석이 10.5%, 해외패션 의류가 12.1% 신장하면서 해외명품 상품군 매출 신장률은 전년 대비 10.7%라는 높은 신장률을 기록하기도 했다.

특히 해외명품 상품군에 20~30대의 젊은 고객의 참여가 급증하고 있다. 이는 젊은 고객의 소비 트렌드가 저렴한 상품을 다량으로 구매하는 방식에서 고가의 상품을 하나만 구매하는 가치 소비 트렌드로 변화했기 때문이다.

2018년 1분기 롯데백화점 20~30대 고객의 해외명품 상품군 매출 신장률은 전체 시장률보다 약 20%p 높은 30%대 신장률을 기록했다.

우선 롯데백화점은 18일부터 끌로에, MSGM, 모스키노, 필립플레인 등의 브랜드가, 25일에는 겐조, 에트로, 비비안 웨스트우드 등의 브랜드가 6월까지 순차적으로 시즌오프에 들어간다.



롯데백화점 본점 에비뉴엘 끌로에 매장에서 고객들이 쇼핑을 즐기고 있다. /롯데백화점

해외명품 시즌오프에 참여하는 대표 브랜드의 할인율은 코치 30~50%, 랑방 30%, 에트로 20~30% 등이며, 럭셔리 슈즈 브랜드인 지미추는 30~40%, 스튜어트와이츠먼은 30% 할인한다. 또 롯데백화점의 PB 브랜드인 '엘리든'도 30% 할인 판매한다.

한편 롯데백화점은 16일부터 29일까지 본점, 잠실점, 대구점에서는 해외명품 시계와 보석을 선보이는 '럭셔리 워치&주얼리 페어' 행사를 진행한다. 이번 행사에서는 브랜드별로 국제시계박람회 출판작 및 리미티드 에디션들을 공개할 예정이다.

특히 IWC 브랜드에서는 창립 150주년을 기념해 국내에 최초로 입고된 '히스토리컬 타임피스' 10점을 본점 에비뉴엘에서 단독 공개하며 예저르쿨트르에서는 '브라이덜' 프로모션을 통해 행사 기간 동안 구매 고객에게 '플라워 박스' 등의 스페셜 기프트를 제공한다. /김유진 기자

“집에서 VR로 화장해보고 구매까지”

현대백, 증강현실 메이크업 첫 선

현대백화점이 유통에 정보통신기술(ICT)을 접목하는 '리테일테크(Retailtech)' 실험에 속도를 내고 있다.

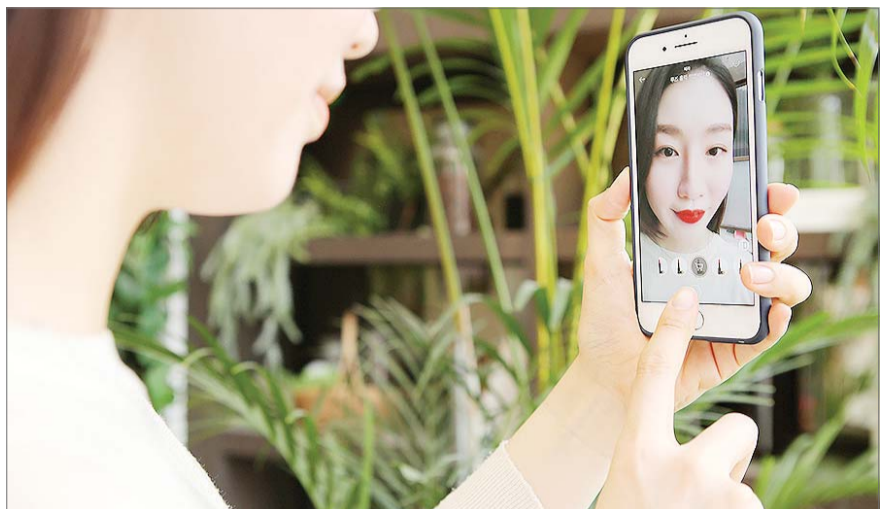
공식 온라인몰에 'VR스토어', '인공지능(AI) 상품 추천 서비스' 등을 도입한 데 이어 이번에는 증강현실(AR) 기술을 이용한 '메이크업 서비스'를 도입했다. 온라인 쇼핑몰들이 최저가와 배송 속도 경쟁을 벌이는 가운데 나온 현대백화점의 차별화 전략 중 하나다.

현대백화점은 중국 뷰티 관련 스마트폰 앱(APP·어플) 개발 전문기업인 '메이투'와 제휴를 맺고 공식 온라인 쇼핑몰 '더현대닷컴'에 가상 메이크업 서비스를 도입한다고 13일 밝혔다. 온라인몰에 증강현실을 이용한 메이크업 시연 서비스를 도입한 것은 이번이 처음이다.

메이투가 지난 2015년 개발한 '메이크업플러스'는 전세계적으로 약 2억 건 가량이 다운로드됐으며 월 이용자만 1400만 명에 이른다. 국내에서도 월 이용자가 50만명에 달할 만큼 큰 인기를 끌고 있다.

이번 가상 메이크업 서비스 도입으로 고객들은 자신의 피부톤에 맞는 화장품을 찾기 위해 오프라인 매장을 직접 방문할 필요 없이 더현대닷컴 앱을 통해서 간편하게 제품을 고를 수 있게 됐다.

현대백화점은 우선 에스티로더·슈에무라 등 8개 화장품 브랜드에 서비스를 도입한 뒤 향후 20여 개 브랜드로 확대한다는 계획이다. 서비스가 적용되는 제품은 색깔 비교가 필요한 립스틱·블러셔·아이스도 등 20여 개 품목이며, 품목별로



현대백화점이 증강현실 기술을 이용한 '메이크업 서비스'를 도입했다. /현대백화점

앱 개발전문 기업 메이투와 제휴 '더현대닷컴 앱'에서 화장품 시연 '에스티로더 등 8개 브랜드 도입' '리테일테크 실험 집중할 계획'

10~30개씩 총 400여 개의 색상을 준비할 계획이다.

현대백화점이 더현대닷컴을 활용해 리테일테크에 속도를 내는 건 1원이라도 싸고 1초라도 빨리 배달하는 최저가와 배송 속도 경쟁만으로는 온라인 쇼핑 시장에서 차별화하기 어렵다는 판단에서다.

이희준 현대백화점 e커머스사업부장(상무)은 “최근 온라인몰을 이용하는 고객들은 가격이 100원, 200원 쯤 것보다 재미있고 독특한 서비스와 상품을 원한

다”며 “더현대닷컴을 활용해 오프라인 유통과 IT를 융합한 새로운 쇼핑 경험을 만드는 데 집중할 계획”이라고 설명했다.

앞서 현대백화점이 첨단 IT 기술을 활용해 도입한 서비스들은 소비자들로부터 인기몰이 중이다. 더현대닷컴은 지난 2016년 유통업계 최초로 가상현실 기술을 적용한 'VR스토어'를 선보였다. 오픈 당시 3000명 수준이던 이용 고객은 최근 1만명을 돌파했다.

지난해 8월에는 인공지능(AI) 기술을 활용해 상품을 추천해 주는 '딥 파인더(deep Finder)' 서비스를 더현대닷컴에 도입하기도 했다. 서비스 도입 후 이를 이용하는 고객은 이용하지 않는 고객보다 더현대닷컴에 2.5배 더 머무르고 서비스 재이용률도 95%에 달할만큼 호평을 얻고 있다. /김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.kr



‘장미의 계절 5월, 꽃 선물 어떠세요?’

다. 5월 들어 연중 생화 매출이 가장 높은 시기인 로즈데이, 성년의 날을 앞두고 PK마켓·SSG푸드마켓은 다양한 생화 행사를 준비했다.

PK마켓·SSG푸드마켓이 장미의 계절 5월을 맞아 다양한 생화를 선보인다고 13일 전했다. /연합뉴스

11번가, 성년의 날 맞이 향수 80% 할인

11번가는 성년의 날(21일)을 앞두고 14일 자정부터 단 하루 동안 100여종의 인기 향수를 최대 80%까지 할인하는 특가 기획전을 진행한다고 13일 밝혔다.

럭셔리 라인이라 불리는 '구찌', '크리스찬 디올' 등 향수부터 '랑방', '페라가모', '불가리' 등 오랜 시간 꾸준히 사랑받아 온 스테디셀러 향수까지 가격격으로 판매한다.

대표적으로 존바바토스 아티산(75ml)은 67% 할인된 2만6800원, 랑방 에끌라드(30ml)는 72% 저렴한 1만6800원, 글로우 바이 제이로(30ml)는 79% 가격을 낮춘 1만1500원, 다비도프 콜워터 맨(50ml)은 73% 인화된 1만5800원에 구매할 수 있다. /김유진 기자



이번 기획전에서는 향수 시장에서 새롭게 떠오르고 있는 '니치 향수'도 포함됐다. 소수만을 위한 프리미엄 향수라는 뜻을 지닌 '니치 향수'는 천연향과 희소성을 강조한 제품으로 사용자의 개성까지 전달할 수 있다.

최근의 향수 트렌드와 맞물려있는 제품군이라 일반 향수보다 고가임에도 인기다. '크리드 어벤투스'(50ml) 21만 6000원에, '펜탈리곤스 오렌지 블라썸(100ml)'은 10만5000원에 내렸다.

롯데홈쇼핑 “짜퉁 걱정없이 명품 구입하세요”

TIPA와 위조품 유통근절 MOU

롯데홈쇼핑이 위조품 유통근절에 나선다.

롯데홈쇼핑은 서울 영등포구 양평동 본사에서 사단법인 무역 관련 지식재산권보호협회(이하 TIPA)와 위조품 유통 근절과 건전한 유통질서 확립을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 13일 밝혔다.

롯데홈쇼핑은 병행수입상품에 대해 '업체 사전조사', '현장진단' (업체 인터뷰 및 물품 수거) 등 TIPA가 운영하는 지식재산권 침해 사전 진단 서비스를 실시하다. 그 결과 검증된 파트너사의 상품만 판매를 진행할 예정이다. 롯데



지난 11일 (왼쪽부터)롯데홈쇼핑 이일용 방송본부장, TIPA 윤승혁 상임위원이 서울 영등포구 양평동 본사에서 사단법인 무역 관련 지식재산권보호협회와 위조품 유통 근절과 건전한 유통질서 확립을 위한 업무협약을 체결했다. /롯데홈쇼핑

홈쇼핑은 위조품 판매를 사전에 차단해 소비자들이 안심하고 병행수입상품

을 구매할 수 있도록 하기 위해 이번 협약을 체결했다.

TIPA는 국내 상표권 또는 저작권 등 지식재산권자 및 소비자 보호를 위해 관세청장의 허가를 받아 2006년 12월에 설립된 사단법인이다. 위조상품의 수출입, 제조 및 유통에 대한 정보 수집, 단속지원활동을 전개하고 있다.

이일용 롯데홈쇼핑 방송본부장은 “병행수입 규모가 증가하면서 위조품 유통으로 소비자들이 피해를 입는 사례가 지속돼 왔다”며 “TIPA와 업무협약을 통해 위조품 판매를 사전에 예방함으로써 고객의 신뢰를 높이고 건전한 유통 질서 확립을 위해 노력하겠다”고 말했다. /김유진 기자

페레로그룹 ‘킨더 플러스 스포츠 패밀리런’ 성료

이탈리아 제과업체 페레로그룹은 지난 12일 가정의 달을 맞아 개최한 '제3회 킨더 플러스 스포츠 패밀리런'이 성공적으로 마무리됐다고 13일 밝혔다.

'킨더 플러스 스포츠 패밀리런'은 부모와 자녀가 함께 달리는 어린이 마라톤 행사다. 이번 행사는 '활동적인 라이프스타일'이 아이들의 육체적 성장 및 건강한 감성을 키워줄 뿐 아니라 더 좋은 어른으로 성장할 수 있도록 도움을 준다는 믿음 아래 어린이들의 다양한 체육 활동을 지원하는 '킨더 플러스 스포츠'의 일환으로 기획됐다.

'킨더 플러스 스포츠 패밀리런'은 '무빙 존(Moving zone)'과 '조이 존(Joy zone)'

으로 구성됐다. '무빙 존'은 부모와 자녀가 함께 달리며 즐길 수 있는 1.5km 러닝 코스로 달리기와 함께 4가지 미션으로 꾸며졌다. 가족이 함께하는 가족 놀이 타인 '조이 존'에는 패밀리 요가, 종이비행기 날리기, 페이스페인팅 등을 경험할 수 있었다. 작년에 이어 지누선의 멤버 '선'도 자녀들과 함께 참여했다.

특히 IOC(국제올림픽위원회) 선수위원으로 활동하고 있는 유승민 위원이 함께 참석해 축사를 통해 가족의 달에 열리는 킨더 플러스 스포츠 패밀리런을 축하 해주었다. 유승민 위원은 탁구 국가대표를 시작으로 국가대표팀 코치를 역임했



지난 12일 '제3회 킨더 플러스 스포츠 패밀리런'이 개최됐다. /페레로그룹

으며, 얼마전 끝난 평창올림픽 선수촌장을 맡기도 했다.

한편 '킨더 플러스 스포츠'는 페레로그룹이 자랑하는 글로벌 사회공헌 프로젝트로, 어린이들이 누구나 매일 손쉽게 각종 체육 활동을 즐길 수 있도록 다양한 체육 활동을 지원하는 사업이다. /백인용 기자