‘워라밸’ 직장인 유혹하는 신세계百… 2030 문화센터 신설

필라테스 등 문화센터 강좌 92개 신설
직장인 위해 평일 6시 이후·주말 배치
피트니스 브랜드와 ‘피트니스 페어’

신세계백화점이 주 52시간 근무제 시행으로 저녁시간이 여유로워진 직장인 잡기에 나선다.

신세계는 13일부터 29일까지 직장인 취향 저격하는 강좌를 보강한 문화센터와 더불어 피트니스 브랜드를 한데 모은 대형행사를 앞세워 ‘워라밸 페어’를 펼친다고 11일 밝혔다.

먼저 합리적인 가격으로 수준 높은 배움을 이어갈 수 있는 백화점 문화센터의 강좌 92개를 새롭게 선보인다.

체형교정과 근력향상을 통해 생활습관에서 오는 다양한 통증을 없애는 ‘바디 밸런스 필라테스’, 이태리 전통 메뉴인 파스타 등 다양한 요리를 경험할 수 있는 ‘가정식 이태리 요리’, 업무에 지친 심신을 신나는 음악과 함께 날려버릴 수 있는 ‘몸치 탈출 방송댄스’등 직장인들의 관심사를 반영한 강좌를 신설해 평일 6시 이후와 주말에 집중 배치한다.

신세계 문화센터 수강 모습.

신세계 피트니스 브랜드 매장 전경. /신세계백화점

이번에 신설된 강좌들은 기존 정규 수강신청 기간에 상관없이 강좌 시작 전날까지 신세계백화점 전점포 아카데미 접수 데스크와 온라인·모바일을 통해 신청할 수 있다.

실제로 최근 신세계백화점 아카데미 접수처에 여름학기 강좌 관련 직장인들의 문의가 평소보다 배로 늘었다.

5년전인 2013년과 올해 문화센터 수강생을 연령대별로 살펴봐도, 상대적으로 직장인 구성비가 높은 30대가 크게 늘어난 것으로 나타났다.

특히 7월 1일부터 시행된 주 52시간 근무제 영향으로 올해 하반기에는 더 많은 직장인들이 백화점 문화센터로 몰릴 것으로 예상된다.

신세계백화점은 건강관리에 나서는 직장인들을 위해 아보카도, 안다르, 뮬라웨어, 나이키 등 유명 피트니스 브랜드와 스포츠 브랜드들과 손잡고 ‘피트니스 페어’를 펼친다. 이번 행사는 강남점, 대구신세계, 의정부점 등 주요 점포에서 진행되며, 피트니스 의류, 운동복, 러닝화 등 인기상품을 최대 60% 할인된 가격으로 선보인다.

대표상품으로는 안다르 서플렉스 레깅스, 아보카도 레이스 팬츠, 뮬라웨어 티셔츠, 써니사이드 브라탑, CK 퍼포먼스 브라, 나이키 운동화 등이 있다.

여기에 신세계백화점 전점에서 저녁시간과 주말에 백화점을 찾는 워라밸 쇼핑객들을 별도로 타겟팅해 추가 혜택도 제공한다.

신세계백화점 영업전략담당 박순민 상무는 “일과 삶의 균형을 추구하는 고객들을 위해 취향을 반영한 새로운 문화센터 강좌를 저녁시간과 주말에 집중 배치했다.”며, “또 여가 · 운동 · 휴가 관련 상품들을 세일 마지막 주말에 집중적으로 준비해 추가 할인혜택과 다양한 사은선물로 세일 막바지 수요 선점에 나설 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

“보양식도 ‘소포장’ 대세”… 반계탕 뜬다

롯데마트, PB 통해 다양하게 선봬

최근 1~2인 가구가 증가함에 따라 보양식도 소포장 상품을 구매하려는 수요가 증가하고 있다. 이에 롯데마트는 초복을 앞두고 가정 간편식 자체 브랜드 ‘요리하다’를 통해 반계탕을 출시하고, 소고기, 전복 등 신선식품을 소용량으로 판매하는 등 다양한 소포장 보양식을 선보인다고 11일 밝혔다.

올 해에는 초복을 앞두고 반계탕을 찾는 고객이 증가할 것으로 예상된다. 올해 1~6월 누계로 롯데마트에서 판매된 가정간편식 삼계탕과 반계탕의 매출을 분석한 결과 반계탕의 매출 구성비는 40.7%에 달했다. 이는 지난해 가정간편식 반계탕의 매출 구성비 28.6%와 비교해 10% 포인트 이상 높은 수치다. 또한, 올해 1~6월 가정간편식 반계탕의 매출은 전년대비 48.9% 신장했다.

이에 롯데마트는 ‘요리하다 수삼 반계탕’을 출시했다. ‘요리하다 수삼 반계탕’은 국내산 닭과 수삼을 장시간 끓여내 기름기가 적고 깔끔한 국물 맛이 일품이며, 닭과 수삼의 향이 조화로운 것이 특징이다. 특히, 수삼 반계탕은 1~2인 가구에서 먹기 적당한 양으로, 조리법은 간편하게 중탕하거나 전자레인지에 데우기만 하면 된다. 가격은 한 팩(600g)에 5500원이다.

고객이 롯데마트 서울역점에서 반계탕 가정간편식을 고르는 모습. /롯데쇼핑

롯데마트는 1~2인 가구를 대상으로 100g~150g 단위로 소포장된 소고기를 선보이고 있다. 부위는 한우 안심, 부채살, 양지, 사태 등으로 다양하며, 소포장 소고기의 수요가 증가함에 따라 향후 품목을 확대할 계획이다. /신원선 기자

롯데하이마트 ‘하이메이드 4도어 냉장고’ 첫 선

롯데하이마트가 자체 브랜드(PB) ‘하이메이드 4도어 냉장고’를 출시했다고 11일 밝혔다. 4도어 냉장고를 PB로 출시하는 것은 국내 가전유통 업계 최초다.

하이메이드 4도어 냉장고는 전국 하이마트 매장과 온라인쇼핑몰에서 구매할 수 있다. 가격은 69만 9000원이다. 418 *l* 용량이며 상단 냉장실이270 *l* , 하단 냉동실이 148리터로 구성돼 있다.

제품 폭이 약 80cm로 같은 용량대의 일반 2도어 냉장고와 외관 크기는 비슷하지만, 4도어 구조를 갖춰 효율성이 높다. 또한 상단 냉장실 내부에 좌우를 구분짓는 격벽을 없애 공간을 넓게 사용할 수 있으며, 필요한 문만 여닫을 수 있어 냉기 소모를 줄이고 냉장 효율을 높일 수 있다.

풀메탈 디자인을 채용해 고급스러운 주방 분위기를 연출할 수 있다는 점이 특징이다. 이와 함께 제품 내부에는 LED 조명이 설치되어 있어 구석까지 밝다.

냉장실 하단에는 고기나 생선을 원하는 온도로 설정해 저장할 수 있는 스마트 보관실과 채소·과일의 수분을 장기간 유지시켜주는 신선보관실이 별도로 마련돼 있다.

아울러 6개의 온도 센서가 있어 냉장실 내부 온도를 정밀하게 측정해 효율적으로 모터를 작동하기 때문에 소음이 적다. /김민서 기자

아이 옷 3벌 살 때 부모 옷 1벌 산다

G마켓 고객 대상 설문조사
온라인 통한 구매 가장 많아

고등학생 이하 자녀를 둔 부모 대다수가 자녀의 옷을 자신들의 옷보다 더 많이 사는 것으로 나타났다.

온라인쇼핑사이트 G마켓이 지난달 18~24일 고등학생 이하 자녀를 둔 고객 509명을 대상으로 설문조사한 결과, 전체 응답자 중 73%가 자녀의 옷을 본인이나 배우자 옷보다 더 많이 산다고 응답했다고 11일 밝혔다.

반면 본인의 옷을 더 산다고 응답한 비율은 23%, 배우자의 옷을 가장 많이 산다고 응답한 사람은 4%에 그쳤다.

한 달 기준 평균 옷 구매 벌 수는 아이 옷이 3벌(2.5벌), 자신(1.4벌)과 배우자(1.4벌)의 옷은 1벌로 나타났다.

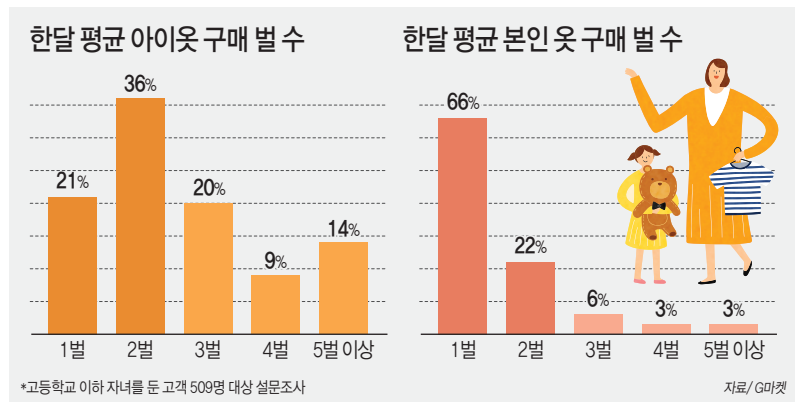
아이 옷 구매 시 고려하는 우선순위는 실용성(33%), 소재(26%), 디자인(23%), 가격(14%)순으로 나타났다.

본인 옷 구매 시 우선순위는 디자인(34%), 가격(26%)순으로 가격적인 요인이 더 큰 비중을 차지했다.

옷을 주로 구매하는 채널은 온라인몰이 가장 많았고 백화점, 마트 등의 순으로 나타났다.

G마켓 관계자는 “낮은 출산율로 한 자녀 가정이 많아지면서, 자연스럽게 부모의 관심이 아이에게 집중되면서 나타난 현상으로 보인다” 며 “SNS 등을 통해 아이의 성장 과정을 담는 트렌드도 이러한 현상을 부추긴 것으로 판단된다”고 설명했다.

/신원선 기자



화가 클림트의 연인이 와인으로

11일 서울 중구 롯데백화점 본점에서 모델들이 화가 구스타프 클림트 서거 100주년을 기념해 출시된 오스트리아 스파클링 와인 ‘클림트 키스 뀌베브리’를 소개하고 있다. 와인의 라벨과 포장은 클림트의 대표작 ‘연인’을 모티브로 디자인하고 그가 즐겨 사용한 황금색을 곳곳에 활용했다. /연합뉴스

루이까또즈×마티아스

여심 사로잡을 콜라보 라인 출시

반지갑에 크리스탈 참 장식 적용

태진인터내셔날이 전개하는 프랑스 오리진 패션 브랜드 루이까또즈는 주얼리 브랜드 마티아스(MATIAS)와 콜라보레이션을 진행, 참 장식에 스와로브스키 크리스탈을 적용한 유니크한 제품을 출시했다고 11일 밝혔다.

이번 콜라보레이션 라인은 클래식하면서도 미니멀한 루이까또즈 반지갑에 아름다운 마티아스 크리스탈 참 장식이 더해졌다.

/김민서 기자

AK뷰티몰

‘7.7.7.7 잭팟’ 적립 이벤트

애경산업에서 운영하는 토털 뷰티 온라인 직영몰 ‘AK 뷰티(AK BEAUTY)’이 총 7000만 원의 포인트를 적립해주는 ‘7.7.7.7 잭팟’ 이벤트를 진행한다고 11일 밝혔다.

이번 ‘7.7.7.7 잭팟’ 이벤트는 7월 맞이 숫자 7을 콘셉트로 11일부터 17일까지 7일간 매일 저녁 7시에 총 7000만 원을 AK BEAUTY 몰 전용 포인트로 지급해준다. /김민서 기자