



[산업]  
최태원 SK 회장  
취임 20주년  
M&A로 재계 3위 도약  
04

[마켓]  
롯데건설  
주택사업 호조  
수주 잔고↑  
08



## 동대문서 보물찾기를… ‘빼에로 쇼핑’ 관광 명소 예약



동대문 두타몰 지하 2층에 들어선 빼에로 쇼핑 2호점.

/이마트

### ‘빼에로 쇼핑’ 2호점 오픈

이마트가 유통가의 핫이슈, 장안의 화제인 만물상·잡화점 ‘빼에로 쇼핑’ 2호점을 6일 오픈한다.

빼에로 쇼핑 2호점은 동대문 두타몰 지하 2층에 1408㎡(약 426평) 규모로 들어선다.

이마트는 이번 동대문 두타몰 입점을 통해 빼에로 쇼핑 강북시대를 열며 1호점 강남 코엑스점의 성공 신화를 이어나갈 방침이다.

빼에로 쇼핑은 ‘재미’와 ‘가성비’를 극대화한 만물상 개념의 디스카운트 스토어로 20~30대 고객을 주 타겟층으로 잡고 있다. 실제 방문 고객 비율 또한 20~30대가 54.1%로 절반이 넘는다.

두타몰 방문 고객 역시 20~30대 고객이 전체 고객 중 70% 정도로 대다수를 차지하는 만큼 빼에로 쇼핑과는 ‘시너지 효과’를 보일 것으로 기대한다.

이마트는 한류 문화의 중심지인 동대문의 상권 특성을 살려 빼에로 쇼핑을 ‘한국에 방문하면 꼭 들리야 하는 명소’로 키울 예정이다.

#### ◆상권 특색 살려 韓 명소로!

동대문에 위치한 두타몰은 연간 840만명의 외국인이 방문하는 한류 쇼핑, 문화, 미식의 중심지로 DDP(동대문디자인플라자)를 비롯한 각종 관광 자원들이 풍부한 지역이다. 중국, 대만, 일본, 동남아 등 여러 국가의 외국인 방문객 수가 높은 만큼 외국인들을 대상으로 한 상품 구색을 강화했다.

빼에로 쇼핑 두타몰점은 입구 바로 앞에 외국인 고객 대상 한국 기념품 매대 2동, 일본 인기상품 매대 2동을 운영한다. 이를 통해 한국 인기 먹거리, 아이돌 굿즈, K뷰티 상품들을 한 곳에 모았다.

또한 전용 매대 이외에도 중국 고객들에게 인기가 많은 한국 고급 분유, 죽염, 한방 샴푸, 생리대 등의 한국 H&B 상품들과 인기 가공식품, 카카오/라인 캐릭터 상품, 전통 수저, 중국어 전용 전기밥솥 등의 상품 군을 강화했다.



#### 재미에 가성비 더한 만물상·잡화점 한류 문화 중심지 동대문에 들어서

#### 외국 관광객 대상 상품 구색 강화 지역 특성 살려 새벽 5시까지 운영

외국인 고객들을 대상으로 한 편의제 공도 진행할 예정이다.

평범하지 않고 독특한 안내 문구로 화제를 모았던 빼에로 쇼핑은 매장 내 안내 문구를 한글뿐 아니라 영문과 중문, 일부 상품에 대해서는 일본어, 아랍어도 함께 표기한다. 그리고 두타몰 4층에 위치한 전용 데스크에서는 외국인을 대상으로 한 간단한 안내 및 TAX REFUND 가 가능하다.

#### ◆더 정신없게! 심야 영업 등으로 차별화

빼에로 쇼핑 두타몰점은 코엑스점보다 더 정신없고 혼란스럽게 ‘진화’했으

며, 보물 찾기 하는 ‘재미’는 배가 됐다.

두타몰점(1408㎡, 약 426평)은 코엑스점(2513㎡, 약 760평)에 비해 면적은 44% 가량 작은 반면, 상품 수량은 20% 가량만이 줄어든 3만2000여개로 면적 대비 상품 진열 수가 늘었기 때문이다.

코엑스점의 영업 노하우도 심판 반영됐다. 상권에 맞지 않는 상품들은 과감히 스크랩했고, 소위 잘나가는 ‘알짜’ 상품들은 늘어났다.

신선식품 및 일반 생필품, 캠핑/등산 용품, 부피가 커 들고 다니기 힘든 상품군을 축소했고, 외국인을 대상으로 한 ‘광천김’, 죽염, ‘쿠쿠 밥솥’ 등의 한국 인기상품과 기념품, 아이돌 굿즈 및 캐릭터 완구 상품은 보강했다.

‘24시간 잠들지 않는 도시’인 동대문의 지역적 특성을 살려 빼에로 쇼핑도 심야 영업에 나선다.

기준 오전 10시부터 오후 10시까지 운영했던 코엑스점과는 달리 빼에로 쇼핑 두타몰점은 오전 10시 30분부터 새벽 5

시까지 운영한다. (일요일 자정 12시 마감) 새벽 잠재 고객 유치 및 자체 경쟁력을 강화할 계획이다.

#### ◆‘오픈 2달’ 빼에로 쇼핑 1호점은 순항 중

지난 6월 28일 개점 이후 8월 29일까지, 빼에로 쇼핑 1호점은 누적 방문객 수가 60만명에 육박하며 두 달이 지난 현재도 일 평균 1만명 가까이 방문하고 있다.

오픈 당시 정돈보다 혼돈, 상품보다 스토리, 쇼핑보다 재미라는 기존 유통업계의 상식을 과감히 뒤엎는 시도로 큰 화제를 모은 바 있다.

현재까지 ‘유투브’에서 빼에로 쇼핑 관련 리뷰 동영상은 220건 이상 업로드 됐고, 인기 영상의 경우에는 112만건이 넘는 조회수를 기록했다. ‘인스타그램’ 누적 게시물 또한 1만건을 훌쩍 넘기며 온라인 및 SNS 상에서 큰 이슈가 되고 있다.

특히 빼에로 쇼핑은 전체 매출의 80% 이상이 중소기업 및 중소벤더 상품일 만큼 판매 경로가 미망치 않은 중소업체에게 상품을 선보일 공간을 제공하는 등 상생의 새로운장을 열었다는 평을 받고 있다.

빼에로 쇼핑 두타몰점에서는 9월 6일 오픈을 맞아 할인 행사를 통해 ‘득템’의 기회를 제공한다.

6일부터 16일까지 9일간 3만원 이상 구매 고객에게는 빼에로 쇼핑 백을 증정할 계획이며, 9월 26일까지는 명품 30만원 이상 구매 시 10% 할인 행사를 진행한다.

특히 오픈을 기념해 국산 가을 니트를 5000원 규모에 판매하고, SPOT상품인 B급 품질 방석을 1900원에 판매한다.

유진철 빼에로 쇼핑 담당 BM은 “두타몰은 연간 840만명의 외국인이 방문하는 한류문화 및 쇼핑의 중심지로 국내 고객뿐 아니라 외국인 고객 유치 또한 기대하고 있다”면서 “새벽에도 유동인구가 많은 동대문 심야 상권과 빼에로 쇼핑의 심야 영업이 결합해 동대문 전체 시장 활성화에도 기여하기 바란다”고 덧붙였다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr