

외국인도 “재밋어, 신기해”... B급 쇼핑문화의 취향저격

Q 르포 | 동대문 두타몰 ‘빼에로쇼핑 2호점’ 가보니

‘오프라인 쇼핑에 재미지옥’이 있다면 바로 이마트의 만물상 잡화점 ‘빼에로쇼핑’을 두고 하는 말이 아닐까 싶다.

이마트는 강남구 스타필드 코엑스몰에 성공적으로 안착한 빼에로쇼핑1호점(빼에로쇼핑 코엑스점)에 이어 동대문 두타몰 지하 2층에 빼에로쇼핑 2호점(빼에로쇼핑 두타몰점)을 지난 6일 오픈했다. 매장은 더 정신없이 진화했고, 이로써 쇼핑하는 재미는 배가 됐다.

지난 7일 오후 기자가 방문했을 때 매장 안은 중국인과 일본인 관광객, 그리고 인근 회사원 고객들로 붐볐다. 오픈한지 얼마 되지 않았는데 많은 외국인 관광객들 사이에 벌써부터 입소문이 나기 시작한 모양새다.

이마트는 이번 동대문 두타몰 입점을 통해 빼에로쇼핑 강북시대를 열며 1호점 강남 코엑스점의 성공 신화를 이어나갈 예정이다.

빼에로쇼핑 2호점 내부에는 한글뿐 아니라 영문과 중문, 일부 상품에 한해서는 일본어, 아랍어도 함께 표기한 매장 안내판이 곳곳에 붙어있다. K-뷰티·패션·문화의 중심지에 문을 연 만큼 외국인 고객을 대상으로 한 다양한 상품군도 눈길을 끈다. 약 426평 규모이며 3만2000여개 상품이 진열돼있다.

영문·중문·아랍어 등 안내판 다양 매장 직원 외국어 의사소통 능통

아이돌 굿즈·K-뷰티·기념품 등 인기 제품 갖춰 ‘쇼핑 한류’ 기대 지역 특성살려 새벽 5시까지 영업

동대문은 외국인 관광객 유동인구가 많은 지역이다. 연간 840만명의 외국인이 방문하며, 한류 쇼핑, 문화, 미식의 중심지로 알려져있다. 게다가 동대문디자인플라자와 남대문시장, 명동까지 각종 관광 자원들이 밀집된 지역이기도 하다.

이에 빼에로쇼핑 2호점은 1호점과는 다르게 외국인들을 대상으로 한 상품 구색을 강화했다. 실제로 2호점을 찾은 고객 대부분은 외국인 관광객들이었다.

한 중국인 고객은 “물건들이 당황스러울 정도로 많다. 그런데 구경하면서 상품을 주워담는 재미가 쏠쏠하다”며 “명동이나 백화점에서 볼 수 없는 화장품도 많이 있는 것 같다”고 말했다.

매장 직원들은 모두 각각 다른 외국(중국, 일본, 베트남) 국가가 달린 명찰을 하고 있다. 이는 해당 언어로 의사소통이 가



빼에로쇼핑 2호점 매장에서 물건 진열 중인 매장 직원.



빼에로쇼핑 2호점 매장에서 구경중인 고객들.

/메트로산문

능한 직원을 표시해 둔 것으로 이들을 통해 매장에서 외국어로 안내받을 수 있다. 빼에로쇼핑 2호점은 중국인들 사이에서 인기가 많은 한국 고급 분유, 죽염, 한방 샴푸, 생리대 등 한국 H&B 상품과 인기 가공식품, 카카오/라인 캐릭터 상품, 화장품 등의 상품군을 적절하게 배치했다. 특히 로드샵이나 브랜드샵에서 볼 수 없던 중저가 브랜드의 마스크팩과 기초 화장품 제품이 벽면 하나를 꽉 채워 눈길을 사로잡는다.

입구 바로 앞에는 한국 기념품 매대 2동, 일본 인기상품 매대 2동을 운영한다. 한국 인기 먹거리, 아이돌 굿즈, K뷰티 상품들을 만날 수 있다.

이밖에도 명품 코너, 성인샵, 주류코

너, 애완용품 코너 등이 있다. 명품 코너에는 ▲프라다 ▲생로랑 ▲구찌 ▲지방시 ▲발렌시아가 등 병행 수입된 해외 브랜드의 가방들이 진열돼있다.

기자의 눈길을 사로잡은 것은 국내에서 찾아보기 힘든 해외 조미료와 식품류였다. 현지보다 가격은 비싸지만, 확실히 희소성이 있기 때문이다.

두타몰점은 코엑스점에 비해 면적은 44% 작아졌고, 상품 수량은 20%만이 줄었다. 면적 대비 상품 가짓수가 많다는 의미다. 상권에 맞지않는 상품들은 과감히 판매 품목에서 제외했고, 소위 잘나가는 ‘알짜’ 상품을 더 늘렸다.

매장 직원은 “오픈 주말 빼에로쇼핑2호점에는 토요일에 9000명, 일요일에 8500

명, 총 1만7500명이 다녀갔다”며 “외국인들 사이에서 반응이 좋다. 동대문을 찾는 관광객이라면 누구나 들러야 하는 ‘명소’로 자리매김할 것으로 기대된다”고 말했다.

한편, 새벽에도 유동인구가 많은 동대문의 지역적 특성을 살려 빼에로쇼핑도 심야 영업에 나선다.

기존 오전 10시부터 오후 10시까지 운영했던 코엑스점과는 달리 빼에로 쇼핑 두타몰점은 오전 10시 30분부터 새벽 5시까지 운영한다. (일요일 자정 12시 마감)

오픈을 기념해 오는 16일까지 3만원 이상 구매 고객에게는 빼에로 쇼핑 소포백을 증정하며, 26일까지는 명품 30만원 이상 구매 시 10% 할인 행사를 진행한다.

/신원진 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



‘물류산업 분야서 일하고 싶어요’

10일 오전 서울 강남구 코엑스에서 열린 2018 물류산업 청년 채용박람회에서 코레일 부스를 찾은 구직자들이 취업 상담을 하고 있다. /연합뉴스

르노삼성 임단협 ‘공회전’ “추석 전후 마무리 지을 것”

車업체 중 르노삼성만 남아

르노삼성자동차가 임단협(임금 및 단체협상)을 추석 전후로 마무리 짓겠다고 발표했다지만 내수실적 악화로 교섭이 장기화될 것이라는 우려가 나오고 있다. 르노삼성은 올해 국내 완성차 5개사 중 유일하게 임단협을 타결짓지 못했다.

10일 르노삼성 관계자에 따르면 현재 노사 간 협상이 진행 중이다. 노사는 6월 중순상견례 이후 10여 차례 실무교섭과 4 차례 본교섭을 진행했다.

노조는 올해 기본급 10만667원, 자기계발비 2만133원 인상과 함께 조합원 특별격려금 300만원, 노사신뢰 생산·판매 격려금 250%, 문화생활비 및 중식대 보조금액 인상 등을 요구했다.

사측은 구체적인 제시안을 내놓지는 않고 있지만 내수실적 악화로 노조의 요구를 수용하기는 현실적으로 어렵다는 입장을 보이고 있다. 르노삼성의 올해 8월까지 내수 판매량은 5만5630대로 전년 동기 6만7810대보다 18.0%나 감소했고 수출도 10만1683대로 11만849대를 판매했던 전년 동기보다 8.3% 줄었다.

르노삼성의 교섭이 장기화될 수도 있

다는 우려도 있다. 사측은 올해 경영 상황이 큰 폭의 인상은 어렵다고 하는 반면 노조는 지난 3년간 임단협에서 무분규 타결을 하면서 그동안 양보했다는 입장을 고수하고 있다.

르노삼성 관계자는 “다른 완성차 업체들이 예상보다 빨리 임단협을 끝냈다”며 “르노삼성 임단협은 늘 추석 전후에 체결돼 왔다”고 강조했다. 이어 “보통은 임단협을 체결하는데 2~3달 정도 걸리는데 시작 시기가 6월 중순이었기 때문에 달리 늦춰지고 있다고 볼 수는 없다”고 덧붙였다.

올해 현대자동차와 기아자동차는 기본급은 각각 4만3000원, 4만5000원 인상에 합의했지만 르노삼성 노조의 올해 인상안은 10만원으로 다른 완성차 업체들에 비해 두 배가 넘는다. 자동차업계는 지난해 임단협에서도 기본급 6만2400원 인상에 합의했다는 점에서 노조는 현대·기아차보다 높은 인상안을 고수할 가능성이 크다고 보고 있다.

르노삼성 관계자는 “노사 양측이 원만한 협상을 위해 노력중인 것으로 알고 있다”며 “추석 전후 임단협이 무리없이 타결될 것”이라고 밝혔다.

/정연우 기자 ywj964@

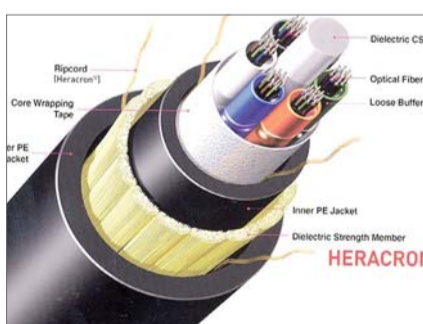
코오롱, 글로벌 아라미드 시장 본격 공략

헤라크론 생산라인 50% 증설 2020년 생산량 2500톤 늘 듯

코오롱인더스트리가 첨단산업용 소재인 아라미드의 생산량을 늘려 글로벌 시장 공략에 나선다.

코오롱인더스트리는 자사의 아라미드 제품인 헤라크론을 생산하는 경북 구미 공장의 생산라인을 2020년 1분기 완공을 목표로 50% 증설한다고 10일 밝혔다. 이에 따라 헤라크론 생산량이 현재 연 5000톤에서 2020년 7500톤으로 늘어나게 된다.

이번 결정은 산업용 고무 보강재, 하이브리드 타이어코드, 광케이블 등을 제조하는 글로벌 메이저 업체들의 수요 확대와 북미 시장 본격 진입에 따른 판로 확대에 발 빠르게 대응하기 위한 것이다. 아라미드는 같은 중량의 철보다 인장



아라미드 섬유인 헤라크론이 사용된 광케이블 섬유 구조도. /코오롱인더스트리

강도가 5배 강하고 500℃가 넘는 온도에도 견디는 내열성 및 낮은 절단성을 가진 고강도, 고탄성의 첨단섬유다. 방탄복, 보호복, 광케이블, 타이어보강재, 마찰재(브레이크패드) 등에 주로 사용된다.

코오롱인더스트리는 1979년 파라계 아라미드 기초연구를 시작한 이후 2005년 생산시설을 구축, 헤라크론이라는 자체 브랜드로 아라미드 사업에 진출했다.

코오롱인더스트리는 지난 10여 년간 헤라크론 제품의 품질을 지속적으로 개선하고 생산성을 향상해왔다.

지난해부터는 생산라인을 100% 가동하며 국내외 대형 고객사들과 거래를 확대, 2015년 이후에는 아시아와 유럽 위주의 판매망에서 북미로 시장을 확대하며 수요처를 늘려가고 있다.

현재 아라미드의 글로벌 시장 규모는 공급량 기준으로 약 7만 톤이며 향후 5년 동안 매년 5% 이상 성장할 것으로 전망된다. 특히 최근 고성능 타이어코드 등 자동차 부품과 5세대 이동통신용 광케이블의 내구성을 확보하는 보강재 등으로 쓰이면서 수요가 가파르게 성장해 전 세계 아라미드 시장 확대로 이어지고 있다.

이러한 수요증가에 선제적으로 대응하기 위해 코오롱인더스트리는 차기 대규모 증설을 조기에 결정, 추진하는 것도 검토하고 있다. /김유진 기자 ujin6326@



르노삼성자동차 부산공장.

/연합뉴스