

# 백화점상품권, 포인트로 바꿔쓰면 재미 '쑥쑥' 용도 '다양'

온라인·간편결제 발달로 사용 어려워  
여러 절차 없이 바로 포인트 전환 가능

# 평소 온라인 쇼핑을 즐기는 임지선(28) 씨는 지난 해 명절에 선물 받은 백화점 상품권을 올해까지 사용하지 못했다. 상품권의 금액을 온라인 포인트로 전환해 바로 사용하고 싶었지만, 우체국 등기우편으로 상품권을 보내거나 직접 고객 센터에 방문해 포인트로 전환해야 하는 복잡한 절차 때문에 상품권 사용을 포기했다. 종이 상품권은 구매 금액도 얼마 이상 초과 사용해야 남은 금액을 현금으로 돌려받게 되어 있어 불편함이 더 크게 느껴진다고 토로했다.

온라인쇼핑 시장의 성장과 간편결제의 발달이 상품권 시장에도 영향을 미치고 있다.

민족대명절 추석을 앞두고 추석 선물로 상품권을 준비하는 이들이 많다. 백화점 상품권은 선물받은 사람이 직접 다양한 제휴처에서 원하는 제품을 구매할 수 있다는 장점이 있기 때문에 명절이나 기념일 선물로 각광받고 있다.



지난 5일 오전 서울 롯데백화점 본점에서 추석 명절 맞이 상품권 패키지 판매를 시작하는 사진 홍보 행사를 진행하고 있다. 패키지는 500/1,000/3,000/5,000만 원 패키지로 구성되어 0.5~3%에 해당하는 상품권을 추가 증정한다. /연합뉴스

하지만, 최근에는 온라인쇼핑이 중심이 되고, 카드나 간편결제 시스템이 발달해 '현금 없는 사회'가 도래함에 따라 현금과 지갑을 소지하는 사람이 드물어 선물 받은 백화점 종이상품권을 사용하기 어려워졌다. 종이상품권을 받더라도 온라인 포인트로 바꿔쓰는 추세다.

일정 금액 이상 사용해야 현금으로 돌려받을 수 있는 종이상품권과 달리 온라인에서는 원하는 금액대의 상품을 자유롭게 구매할 수 있는 것도 소비자에게 매력으로 다가온다.

국내 백화점 상품권 발행 규모는 연간 5조원을 넘는 것으로 추정된다. 1999년 2

월 상품권법 폐지로 누구나 자유롭게 상품권을 발행·유통할 수 있게 되면서 정확한 국내 상품권 유통시장 규모는 파악되지 않는다. 유통업계에 따르면 국내 지류 상품권 규모는 연간 10조원대에 달하며 이 중 절반 이상이 백화점 상품권인 것으로 알려져 있다.

대표 백화점 상품권은 신세계백화점, 롯데백화점, 현대백화점 상품권이다.

특히 신세계백화점 상품권(스크레치형)은 신세계 간편결제 서비스 SSG페이 앱을 통해 언제 어디서나 SSG머니로 전환해 바로 사용 가능하다. 고객센터를 방문하거나 우체국 방문 없이 SSG페이 앱만 있으면 SSG머니로 전환할 수 있다.

SSG머니는 SSG닷컴을 비롯한 SSG페이의 온·오프가맹점에서 현금처럼 사용할 수 있다. 종이 신세계상품권을 SSG머니로 전환하면 상품권 분실과 훼손 걱정을 덜어줄 뿐만 아니라, 스마트폰 소지만으로 편리하게 이용할 수 있다.

SSG페이에 따르면, 2018년 7월 기준으로 신세계상품권(스크레치형)을 SSG머니로 전환한 금액이 지난해 같은 기간 보다 179% 증가했다.

롯데의 모바일 온라인 결제 서비스를 제공하는 롯데멤버스도 롯데상품권의 엘포인트(L.point) 전환이 늘었다고 전했다.

롯데멤버스에 따르면 올해 1월부터 8월까지의 엘포인트 전환액은 약 550억원에 달했다. 이는 전년동기대비 165% 증가한 금액으로, 특히 8월은 전환 서비스 오픈 후 월 전환액이 처음으로 100억을 돌파했다. (전년대비 501% 증가) 지난해 총 포인트 전환 규모는 340억원 수준에 머물렀다.

엘포인트는 외부 제휴사 상품권도 엘포인트로 전환이 가능하다. 롯데그룹의 다양한 계열사 서비스는 물론 30만여개 제휴 가맹점에서도 현금처럼 사용이 가능한 것. 외부 제휴사로는 북앤라이프, 해피머니, 와이비엠상품권, 하나멤버스, 위비멤버스 등이 있다. 특히 북앤라이프의 경우 엘포인트 전환 사용이 전년 동기 대비 163% 증가했다.

엘포인트 홈페이지와 모바일 어플리케이션을 통해 엘포인트로 전환 가능하다. 로그인 후 상품권 권종 및 번호를 입력하면 된다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



"오감만족 맥주 축제 '옥토버베스트'로 놀러오세요~" 19일 서울 강남구 '구스아일랜드 브루하우스'에서 미국 1세대 크래프트 맥주 '구스아일랜드'가 오감 만족 맥주 축제 '옥토버베스트'를 소개하고 있다. 구스아일랜드는 이번 축제 기간을 맞아 '옥토버베스트' 스페셜 메뉴와 하우스맥주를 다음 달 말까지 한정판으로 선보인다. /구스아일랜드

## 최대 50% 할인... 홈플러스 '추석맞이 완구대전'

헬로카봇·공룡메카드 등 할인판매

홈플러스는 추석 명절을 맞아 오는 20일부터 다음달 10일까지 전국 모든 점포에서 '추석맞이 완구대전'을 진행한다고 19일 밝혔다.

행사기간 동안 ▲'헬로카봇' 18종은 30~50% ▲손오공 '공룡메카드 메가 시리즈', '캡처카 시리즈'는 전 품목 50% ▲'타이니소어' 전 품목(100여종) 40% 할인 혜택이 제공된다.

홈플러스가 단독 직수입한 '플레이고 요리사 주방놀이 4종 세트'를 비롯한 직수입 역할놀이세트 10여종은 행사카드(신한·삼성·KB국민카드) 결제시 1만원 추가 할인된다.

아울러 행사 기간 동안에는 각종 사은품 증정 행사도 진행된다. 우선 베이블레이드 6만원이상 구매시 한정판 '골드위닝 발키리'를 증정하고, 반다이 갤럭시포스, 갤럭시싱 등 메인 3종 구매 고객에게는 한정판 '스타볼'을 증정한다. /신원선 기자



레고 7만원 이상 구매 고객에게는 '레고 플레이 매트'를, 10만원 이상 구매시 '레고 학용품'을 사은품으로 제공한다.

또 다음달 3일까지 행사카드로 완구 상품 10만원 이상 구매시 홈플러스 상품권 1만5000원권을 증정한다.

김진희 홈플러스 문화상품팀 바이어는 "완구에 대한 수요가 높은 명절 시즌을 맞아 아동들에게 인기가 높은 완구들을 저렴한 가격에 선보이고, 구매 금액 대비 사은품도 마련한 만큼, 고객들의 많은 관심이 기대된다"고 말했다. /신원선 기자

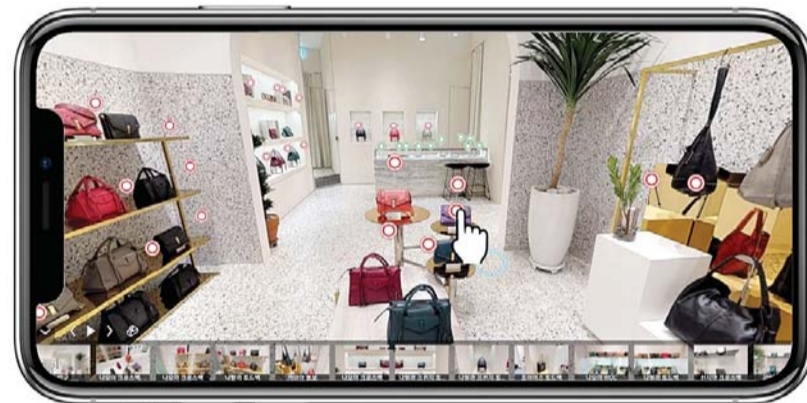
## 롯데홈쇼핑 'VR 스트리트' 업계 첫 도입

플래그십 매장 6곳 VR기술 적용  
내년 상반기 100여개 브랜드 확대

롯데홈쇼핑은 가상현실(VR) 기술을 활용해 실제 매장에 있는 것처럼 쇼핑이 가능한 'VR 스트리트' 서비스를 업계 최초로 선보였다고 19일 밝혔다.

VR 스트리트는 입체(3D) 화면을 통해 매장 곳곳을 살펴보고 원하는 상품을 선택해 정보를 확인한 후 구매까지 가능한 체험형 서비스다. 덴마크 디자인 스토어 '플라잉타이거 코펜하겐', 뉴욕 디자이너 핸드백 브랜드 '조이그라이스', 국내 주얼리 브랜드 '골든듀' 등 국내외 유명 플래그십 매장 6곳을 VR 기술을 활용해 그대로 재현했다.

계절이나 이슈에 따라 변경되는 매장의 모습과 상품을 지속적으로 업데이트 해 단순 온라인 전시장이 아닌 구매까지 연계된 가상 쇼핑 공간으로 정착시킬 예정이다. 내년 상반기까지 100여 개 브랜드



의 매장을 구현하고, 롯데홈쇼핑 단독 브랜드로 구성된 오프라인 매장 '스튜디오샵'도 서비스할 계획이다.

VR 스트리트는 롯데홈쇼핑 모바일 앱, 인터넷 쇼핑몰 '롯데아이몰'에서 '테마샵'을 선택한 후 VR 스트리트를 클릭하면 이용할 수 있다. 원하는 매장을 선택해 바닥을 터치하며 실제 걸어 다니듯이 매장을 둘러볼 수 있으며, 관심 있는 상품을 선택해 정보를 확인한 후 구매까지 가능하다. /신원선 기자

롯데홈쇼핑 이완신 대표이사는 "4차 산업혁명 시대를 맞아 상품 추천 서비스부터 증강현실, 가상현실 기술을 활용한 체험형 쇼핑 서비스까지 디지털 기술을 활용한 고객 편의 중심의 서비스 선도적으로 제공해 오고 있다"며, "앞으로 고객들에게 가장 편리하고 만족도 높은 쇼핑 기회를 제공하기 위해 선진화된 쇼핑 서비스를 지속적으로 도입해 나갈 예정"이라고 말했다. /신원선 기자

## 한섬 '타임옴므'·'시스템옴므' 라인업 확대 가속화

여성복 넘어 남성복 라인업 강화

한섬이 남성복 브랜드인 '타임옴므'와 '시스템옴므' 상품 라인 확대에 속도를 낸다. 이미 여성복 시장에서 확실하게 자리 잡은 타임·시스템과 함께 국내를 대표하는 남녀 토털 프리미엄 브랜드로 육성하기 위한 전략의 일환이다.

한섬은 이번 가을·겨울(F/W) 시즌을 맞아 타임옴므와 시스템옴므에서 '더 젠틀'과 'SSC' 라인을 각각 선보인다고 19일 밝혔다. 타임옴므는 세련되고 품격있는 '비즈니스 캐주얼'을, 시스템옴므는 국내 유명 아티스트와 협업에 중점을 둔 것이 특징이다.

타임옴므의 더 젠틀 라인은 클래식과 캐주얼 스타일을 동시에 연출할 수 있어



한섬 시스템옴므 SSC라인. /현대백화점

최근 복종에 상관없이 인기를 끌고 있는 '셋업 슈트'를 비롯해, 기존 캐주얼 아이

템과 믹스매치해 짧게 스타일링하는 '트렌디룩', 재킷에 셔츠와 니트를 함께 코디해 감각적인 컬러감을 강조하는 '레이어드룩'으로 콘셉트를 정했다.

가을 시즌에는 재킷(6개 모델)·코트(1개 모델)·셔츠(3개 모델)·니트(3개 모델)·팬츠(5개 모델) 등 총 18개 모델을 선보인 뒤, 겨울 시즌까지 순차적으로 다운 등 아우터류를 더해 총 32개 모델을 추가로 시장에 내놓을 계획이다.

시스템옴므는 론칭 10주년을 맞아 국내 유명 그래픽 아티스트인 '비너스맨션'과 협업해 'SSC' 라인을 선보인다. '비너스맨션'은 개성있는 그래픽과 색감 등 작가만의 독특한 표현 방식으로 국내외 패션·출판·게임 등 다양한 분야에서 러브콜을 받고 있는 인물이다. /신원선 기자