

옥상의 변신은 무죄

홈플러스 루프에 벼룩시장 선다

12~13일, 대구점 '보부상마켓' 개최
셀러 참여... 역대 최대 규모로 열려

'보부상마켓', '핑글시장', '마켓툼' 등 열리기만 하면 수천, 수만 인파가 몰려 '지름신'을 부르는 것으로 이름난 플라마켓이 대형마트에도 들어선다.

홈플러스는 오는 12~13일 양일간 오전 10시부터 오후 5시까지 대구점 7층 옥상 주차장에서 '보부상마켓'을 개최한다고 4일 밝혔다.

'보부상마켓'은 장소와 날짜가 정해지면 참여를 희망하는 셀러(판매자)들이 음식, 주방용품, 생활용품 등 각종 라이프스타일 아이템을 선보이는 일종의 플라마켓이다.

생산 규모는 작지만 공들여 직접 만들거나 셀러의 취향에 따라 독특하게 구성한 소품, 건강 먹거리, 감각적인 디자인 제품들이 주를 이뤄 20~40대 여성을 중심으로 반응이 뜨겁다.

이번 홈플러스 대구점에서 열리는 '보



부상마켓'은 대형마트 옥상의 넓은 공간을 활용, SNS에서 큰 인기를 끌고 있는 70여 셀러들과 함께 역대 최대 규모로 치러진다.

아울러 선착순 고객 5000명에게는 홈플러스 대구점에서 3만원 이상 구매 시 3000원을 할인 받을 수 있는 쿠폰도 제공해 쇼핑 편의를 높일 예정이다.

회사 측은 대형마트와 창고형 할인점의 장점을 결합한 '스페셜' 매장 1호점인 대구점에 대한 고객 성원에 보답하고자, 평소 쉽게 만나기 힘든 소상공인과 공예가들의 다양한 아이템을 즐길 수 있는 이번 행사를 마련했다고 설명했다.

새로운 성장을 모색하고 있는 대형마트 입장에서 옥상 유희 공간을 시민들

이 함께 즐길 수 있는 '문화 체험 플랫폼'으로 변신시켜 신규 고객 유입을 도모하는 한편, 방문객들이 마트를 이용하며 생기는 다양한 '사위 효과'도 누릴 수 있을 것으로 전망된다.

실제 지난 6월 22~23일 홈플러스대전둔산점에서 열린 '보부상마켓'에는 대전은 물론 동탄, 울산에서부터 원정 온 고객들까지 7000여 명이 몰리며 평소보다 객수가 9%나 늘었고, 푸드코트 매출은 20% 이상 신장했다. 전국 13개 점포 옥상 풋살파크에는 유소년 축구클럽과 네티즌이 부대를 중심으로 연간 약 110만 명 고객이 신규 유입되는 것으로 나타나고 있다.

홈플러스 문화콘텐츠팀 김민수 팀장은 "대형마트가 단순히 물건을 사고 파는 장소가 아니라 각 지역의 체험과 문화를 공유하고, 방문하는 것만으로도 즐거움을 느낄 수 있는 '감성 1번지'로 인식될 수 있도록 다양한 변신을 시도해 나갈 것"이라고 말했다.

/김민서 기자 min0812@metroseoul.co.kr



롯데마트 랍스터 페스티벌 개최

롯데마트 홍보도우미들이 4일 서울 중구 봉래동 롯데마트 서울역점 수산매장에서 캐나다산 자숙 랍스터(바닷가재)를 소개하고 있다. 롯데마트는 오는 10일까지 전국 매장에서 '랍스터 페스티벌'을 통해 자숙 랍스터를 1마리(450g 내외) 9천800원에 판매한다. /연합뉴스

올리브영 "셀프 마사지용품 매출 5배"

스트레스 해소·피로 회복 제품 특수
건강관리 트렌드 힘입어 꾸준히 인기

스트레스 해소와 피로 회복을 위한 '셀프 마사지용품'이 특수를 누리고 있다.

올 여름 기록적인 폭염으로 대부분이 지친 여름을 보낸 가운데, 가을 들어서도 추석과 개천절 등 연이은 연휴를 보내며 피곤함을 호소하는 사람들이 늘고 있기 때문이다. 이에 안마기, 마사지 크림, 피로 회복 패치 등 스스로 건강을 케어하는 상품의 수요가 꾸준히 늘고 있다.

CJ올리브네트웍스가 운영하고 있는 헬스앤뷰티(H&B) 스토어 올리브영은 9월 한 달 간의 매출을 살펴본 결과 마사지·안마용품의 매출이 전년 동기 대비 5배 이상 증가했다고 4일 밝혔다. 또한 전월 대비로는 약 72% 신장하는 등 마사지·안마용품 카테고리도 급격한 성장세를 보였다.

신체 부위별로 피로 회복을 돕는 아이템도 인기다. 편안한 수면과 휴식을 돕는 안대와 아이마스크는 전월 대비 매출이 60% 증가했으며, 발·다리 피로 회복 용품은 30% 이상의 매출 신장률을 기록했다.

또한 최근에는 주 52시간 근무제 시행 등으로 삶의 질을 개선하는 것에 대한 관심이 높아진 것과 더불어, 건강 관리를



업무에 지친 직장인이 사무실에서 셀프 마사지용품을 사용하고 있는 모습. /CJ올리브네트웍스

중요하게 여기는 품조가 젊은 세대에까지 확장되면서 가성비 좋은 건강관리용품이 지속적으로 인기를 얻고 있다.

올리브영은 이러한 소비 흐름에 따라 최근 두 달간 현대인의 일상을 편안하게 케어해 주는 마사지·안마용품을 다수 선보이며 고객 니즈를 공략하고 나섰다.

지난 8월 입점한 '타이거밤 넥앤솔더 크림'은 지친 목과 어깨를 위한 마사지 크림으로, 입점 첫 달 대비 매출이 2배 가까이 성장했다.

올리브영 관계자는 "만성 피로에 시달리는 사람들이 늘면서 고가의 안마의자 등으로 한정됐던 기존 마사지·안마용품의 수요가 점차 가성비 좋은 일상 제품으로 확대되고 있다"며 "고객의 니즈에 걸맞은 다양한 피로 회복 용품을 선보일 계획"이라고 밝혔다. /김민서 기자

이마트, 세일페스타 끝나도 할인은 '쭈욱~'

10월 한 달간 가전할인 행사 지속
소비심리·내수 경기 회복에 일조

코리아세일페스타가 끝나도 이마트의 가전 할인 행사는 10월 내내 계속된다.

4일 이마트는 코리아세일페스타 이후에도 10월 내내 지속되는 가전 행사를 통해 명절 성수기 직후 위축된 소비 심리를 되살리고 내수 경기 회복에 일조할 계획이라고 밝혔다.

특히 올해 신장율이 높은 이마트 가전 행사 기획을 통해 이마트 전체 매출 신장에도 기여할 계획이다. 실제 올해 1월부터 9월까지 이마트 MD별 매출 신장을 확인해본 결과 가전이 17.4%로 가장 높은 신장율을 기록했다.

우선 이마트는 코리아세일페스타 시작일인 지난달 28일부터 시작된 대형가전 할인 행사를 10월 10일까지 이어나간다.

TV, 건조기, 냉장고 등 대형가전 행사 상품 구매 시 금액대별로 최대 30만 원까지 상품권을 증정하며, 행사카드 구매 시 최대 50만원의 상품권을 추가로 제공한다.



이마트 디지털 가전 전시회 모습.

이마트 디지털 가전에서는 10월 10일까지 코리아세일페스타 기획모델인 삼성 노트북9 Metal(NT900X5J-KS F) 제품, LG 그램(15Z980)을 할인 판매한다.

이어지는 10월 2주차인 11일~24일까지는 이마트로마트 전점 할인 행사와 프리미엄 대형가전 할인 행사가 진행된다.

이마트로마트 전점 행사에서는 최근 대세 아이템으로 부상한 블루투스 이어폰 AIRPOD 3만원 할인, 뱅앤올룹슨 이어폰 E8 구매 시 4만원 상품권

을 증정한다.

또한 이마트로마트 전점 행사 기간 동안 캐논·소니 카메라를 특별 가격으로 운영할 계획이며, 가을 나들이 고객을 위한 소니 모바일 프로젝터(MP-C L1P)를 구매하는 고객에게는 60인치 와이드 스크린을 증정한다.

동기간 진행되는 프리미엄 대형가전 할인 행사에서는 이마트 70개 점포에 특별 행사장을 구성, 행사카드 구매 시 최대 30만원 할인과 금액대별 최대 50만원 상품권 증정 행사를 실시한다.

/김민서 기자 min0812@

GS리테일, 지역 축산업체 유통 도우며 상생

GS리테일이 지역 축산업체와 유통 전과정에 걸쳐 머리를 맞대고 상생 협력을 실천하고 있다.

GS리테일은 지난 2015년 10월 전남장조경재혁신센터(이하 전남혁신센터)의 품평회를 통해 지역 축산업체인 콤스영농조합과 첫 인연을 맺었다. 콤스영농조합은 원광대 한의과와 10년 연구 끝에 개발한 한약재 사료로 키운 무항생제 돈육 브랜드 '콤스 유향 포크'를 주요 상품으로 취급하는 전라남도 나주시의 축산업체다.

콤스영농조합은 한방 사료와 관련한

특히 외에도 친환경 농산물 인증서 외 다수의 인증을 취득한 업체로 축산 기술에 탁월한 역량을 보유하고 있었으나 유통 판로가 없어 한때 어려움을 겪기도 했다. GS리테일이 전남혁신센터를 통해 업체의 우수성을 알아 보고 '16년부터 GS수퍼마켓에 콤스 유향 포크를 도입한 이래 콤스 영농 조합은 본격적으로 성장하기 시작했다.

GS수퍼마켓이 차별화 상품으로 도입해 판매하는 콤스 유향 포크는 특허 받은 한약재를 먹여 키워 일반 돼지고기에 비



콤스 유향 포크 상품.

/GS리테일

해 누린내가 현저히 덜하고 건강에 좋은 불포화 지방산과 아르기닌산 함유량이 높다. 최근 율로(자신의 행복을 가장 중시하는 소비 형태, YOLO)족의 증가와 웰빙 먹거리에 대한 고객 선호도가 높아지면서 GS수퍼마켓에서의 매출도 매년 16%씩 신장하고 있다.

/김민서 기자

어퓨, 태국 진출... 동남아 시장 공략 박차

방콕 대형 쇼핑몰에 1호점 오픈

어퓨가 본격적인 동남아 시장 공략에 박차를 가한다. 에이블씨에서는 화장품 브랜드 어퓨가 태국 화장품 시장에 진출했다고 4일 밝혔다.

지난달 29일 방콕 시내 중심가에 위치한 대형 쇼핑몰 '센트럴 플라자 핑클라오(Central Plaza Pinklao)'에 어퓨 태국 1호 매장이 문을 열었다. 센트럴 플라자 핑클라오는 유명 패션브랜드와 영화관, 레스토랑 등이 입점해있어 어퓨의 주요 고객층인 10~30대 젊은이들이 많이 찾는 것으로 알려졌다.

어퓨는 이달 말 방콕 지역의 대형 쇼핑몰 '더 몰 방콕피(The Mall Bangkok Pi)'에 2호 단독 매장을 연다. 다음 달에는 2개의 매장을 추가로 오픈하며, 내년 1월에는 방콕의 최대 쇼핑 메카인 시암스퀘어에 매장을 열 계획이다.



어퓨 태국 1호 매장에서 손님이 제품을 구경하고 있다. /에이블씨

태국의 H&B스토어에서도 어퓨 제품의 판매가 시작했다. 어퓨는 지난 달 말 에스티모더, 크리닉 등 유명 글로벌 브랜드가 입점된 태국의 고급 드럭스토어 '이브앤보이(EVEANDBOY)' 5개 지점에 입점을 완료했다. 이달 말까지 방콕 내 10개 지점 등 이브앤보이 12개 전 지점으로 입점을 확대할 예정이다.

/김민서 기자