

한층에서 웃고르고 커피마시다 화장품 구매까지

신세계, 입점공식 파괴 “백화점 자체를 편집했어요”

신세계百, 4층 영캐주얼 매장에 화장품 편집숍 ‘시코르’ 오늘 오픈 맞은편엔 카페 겸 레스토랑 자리



강남점 시코르 매장

/신세계백화점

백화점 입점 공식이 달라지고 있다. 변신의 주인공은 신세계백화점의 ‘시코르’다.

시코르의 17번째 매장이 16일 문을 연다. 신세계백화점 본점에 선보이는 시코르는 영캐주얼 매장이 있는 신관 4층에 배치될 예정이다. 규모는 약 119㎡로 국내의 70여개의 브랜드를 한 곳에 모았다.

시코르 맞은 편에는 카페 겸 레스토랑 ‘베키아에누보’가 자리잡고 있다. 의류매장 한 가운데에 카페와 화장품 편집숍까지 들어선 셈이다. 웃고르다가 커피마시고 화장품 구매까지 원스톱으로 해결할 수 있다.

시코르가 들어서는 본점 4층은 최신 트렌드를 선보이는 장소로도 잘 알려져 있다. 2013년엔 ‘4N5’라는 이름으로 신·본

관을 연결해 하나의 콘셉트로 구성한 패션전문관을 만들어 화제를 모았다. 당시 컨템포러리 패션을 한자리에 모아 젊은 고객들을 만족시켰다는 평가를 받았다.

뿐만 아니라 4층은 명품 매장이 즐비한 본관과 연결된다. 유행인구가 많은 ‘명당’ 층에 일부러 화장품 편집숍을 배치해 시너지를 낸다는 것이다. ‘1층 화장품, 2층 여성복’과 같은 백화점 입점 공식을 깨

고 트렌드를 반영한 MD 구성은 점점 늘어나는 추세다.

지난 9월 시코르는 신세계 강남점에서 먼저 가격 실험을 시작했다.

화장품 매장이 몰려있는 1층 대신 5층 여성복 영캐주얼 매장 한복판에 입점했다. 이른바 ‘스파이스(Spice 양념)MD’로 다른 장르의 브랜드를 같은 층에 선보여 쇼핑객들의 입맛을 자극 하는 양념 같은

역할을 맡았다.

신세계백화점 시코르 이은영 팀장은 “서로 다른 성격으로 매장을 구성하는 스파이스 매장의 경우 해당 브랜드는 물론 주변 매출도 끌어올리는 효과가 있다”며 “시코르만의 색다른 볼거리와 즐거움이 여성복 매장에서 시너지를 불러일으키고 있다”고 말했다.

이번 시코르 매장은 면세점을 방문하는 외국인 관광객의 수요가 높다는 지역적 특성이 크게 반영됐다. 중국인들에게 인기 있는 3CE, AHC, 파우, 클레어스, 라곰 등 K뷰티 브랜드의 비중을 기존 시코르 매장보다 약 20% 정도 늘렸다. 시코르 신세계 본점에 입점한 국내 화장품 브랜드 비중은 60%로 절반 이상이다.

오픈을 맞아 이벤트도 풍성하다. 3만원 이상 구매 고객을 대상으로 휴대폰 팝소켓, 10만원 이상은 신세계상품권을 증정한다. 외국인 고객의 경우 시코르 리플렛을 지참 후 5만원 이상 구매 시 시코르 헤

이시트 마스크 1세트(5개)를 제공한다.

입점 브랜드 포니이펙트에서는 3만원 이상 구매 고객에게 럭키박스를 선착순으로 나눠주고 에이지20s는 크렌징밤(15ml)을 주는 등 프로모션을 진행한다.

시코르 자체 브랜드 제품 행사도 있다. 시코르 바디컬렉션은 11월 16일부터 30일까지 전 품목을 20% 할인하고, 헤이시트 마스크팩도 같은 기간 동안 2+1 행사를 진행한다. 시코르 메이크업 컬렉션은 최대 4만2000원어치 제품이 담긴 럭키박스를 9000원에 준비했다. 30개 한정이며 선착순으로 판매한다.

한편, 17번째 매장을 낸 시코르는 플래그십 스토어, 로드샵, 미니 매장, 아울렛 등 다양한 형태를 선보이며 새로운 수요를 잇따라 창출하고 있다. 연내 20개까지 매장을 확대한 뒤 내년 40곳 이상으로 늘린다는 계획이다. 현재 목표대비 매출 10% 초과 달성하며 순항 중이다.

/신원선 기자 tree6834@metrosooull.co.kr

홈맥족 증가에 편의점 맥주, 사계절 잘 팔린다

세븐일레븐

1~3월, 10월 평균매출 22.8% ↑
외산맥주 가격 경쟁력 등 기인



고객이 세븐일레븐에서 맥주를 구입하고 있다. /세븐일레븐

술 한잔을 마셔도 집에서 편하게 즐기는 홈술 문화가 확산되면서 맥주도 사계절 상품으로 진화하고 있다.

15일 세븐일레븐에 따르면 올해(1~10월) 맥주의 월별 매출 지수를 분석한 결과, 상대적 비수기라고 볼 수 있는 1~3월, 10월의 매출 지수가 해마다 높아지고 있는 것으로 나타났다.

세븐일레븐에 따르면 올해 10월 맥주 매출 지수는 112.6으로 전년 보다 2.4%p 오르는 등 2년 새 4.0%p나 올랐다. 올해 초 겨울에도 매출 지수 상승폭은 평균 2.2%포인트에 달했다.

올해(1/1~10/31) 세븐일레븐 맥주는 전체 20.0% 매출 증가세를 보이고 있는 가운데 4~9월 기간 평균 매출은 18.5% 오른 반면, 1~3월 그리고 10월은 평균 22.8%의 매출 신장률을 보였다.

이처럼 상대적 비수기간의 매출 증가

세가 뚜렷한 이유는 홈술 문화 확산에 따른 홈맥족 증가, 그리고 외산맥주를 중심으로 한 가격 경쟁력에 기인한 것으로 보인다. 세븐일레븐 측은 밝혔다.

세븐일레븐 측은 52시간 근무제 정착 이후 가정에서 ‘홈술’을 즐기는 사람들이 많아지면서 차가운 맥주에 대한 심리적 부담감이 줄어든 것이 이 같은 변화를 이끌었다고 분석했다. 실제 홈술 문화 확산의 영향으로 가족 상권에서의 맥주 매출이 크게 증가한 것으로 나타났다.

올해 세븐일레븐 가족 및 독신 상권의

맥주 매출은 전년 동기대비 27.3% 증가하는 등 2년 연속 20% 이상의 신장률을 기록하고 있다. 반면 유흥가 등 기타 상권은 10%대에 머물렀다.

저가 외산 맥주의 출시와 균일가 행사의 정착으로 경제적 부담이 완화된 점도 주요 원인이다.

세븐일레븐은 지난 5월 편의점 업계에서 유일하게 4천5천원 맥주 상품인 스페인 정통 필스너 ‘버지미스터500ml’를 선보였다. 그리고 버지미스터의 인기에 힘입어 지난 8월엔 ‘라에스빠놀라500ml’를 추가로 선보였다. 이들 상품은 맥야함량이 70% 이상이고, 알코올 도수도 4.5~4.8%로 여타 맥주와 동일한 수준의 품질을 갖추면서 가격은 절반 수준으로 가성비 높은 점이 장점이다.

실제 세븐일레븐의 4천 5000원 시리즈는 소비자 입소문과 SNS에서 회자되며 한 때 공급량이 부족할 정도로 큰 인기를 끌었다. 세븐일레븐의 ‘버지미스터’와 ‘라에스빠놀라’는 여전히 높은 판매량을 기록하며 시장에 성공적으로 안착한 모양새다. /김민서 기자 min0812@

갤러리아명품관 ‘미리 크리스마스’

‘크리스마스 기프트 아틀리에’ 오픈



갤러리아명품관 웨스트 5층에 마련된 ‘크리스마스 기프트 아틀리에’ 매장에서 갤러리아 직원들이 관련 상품을 홍보하고 있다. /갤러리아 백화점

갤러리아명품관은 다가오는 크리스마스 시즌을 앞두고 명품관 웨스트 5층에 크리스마스 관련 기획상품을 판매하는 ‘크리스마스 기프트 아틀리에’ 매장을 오픈했다고 15일 밝혔다.

해당 매장은 ‘아틀리에(예술가의 작업장)’라는 콘셉트로 인테리어를 구성하고, 해외 유명 브랜드들과의 콜라보레이션 단독 상품을 비롯하여 다채로운 크리스마스 기획 상품을 선보인다.

콜라보레이션 브랜드는 총 4개로 ▲이탈리아 명품 브랜드 ‘마르니’, ▲프랑스 디자이너 브랜드 ‘메종 라비시’, ▲이탈리아 스타이셔너리 브랜드 ‘파브리야노’, 그리고 ▲국내 유일의 스카프 브랜드 ‘빙 딸리제’ 등이다. /신원선 기자

이탈리아 명품 ‘마르니’와의 콜라보레이션 상품은 소파백과 카드지갑으로, 마르니가 전세계 상품 중 갤러리아만을 위해 디자인한 플로럴 패턴이 연달과 새해의 설레임을 상품에 담은 것이 특징이다. /신원선 기자

신세계면세점, QR코드 간편결제 도입

BC카드사와 제휴... 선불카드 증정



신세계면세점 QR코드 결제 이미지. /신세계면세점

신세계면세점이 국내외 고객들의 결제 수단 및 QR결제 플랫폼을 다양화하기 위해 BC카드사와 제휴해 QR코드 간편결제 서비스를 도입한다고 15일 밝혔다. 내년 1월까지 BC카드 QR결제를 이용하는 고객에게는 선불카드도 증정한다.

먼저 11월 12일부터 21일까지 간편결제 서비스 시범 기간 동안, 명동점과 강남점을 통해 각각 300달러, 150달러 이상 BC카드 QR결제로 구매하는 고객에게는 선불카드 1만원을 증정한다. 구매금액별 선불카드 증정 행사에도 중복 혜택이 주어진다.

11월 22일부터는 명동점, 강남점을 비롯해 부산점, 공항점 등 전 오프라인 지점

에서 간편결제가 가능하며, 서비스 도입을 기념해 내년 1월 3일까지 선불카드 증정 프로모션도 계속할 예정이다. 명동점 또는 부산점을 통해 300달러 이상 QR코드 결제 시, 공항점과 강남점은 각각 200달러 이상, 150달러 이상 결제 시 선불카드 1만원을 제공한다. /신원선 기자

CU 백종원 도시락 리뉴얼 12찬 한판, 7찬 매콤불고기

편의점 CU가 출시 3년만에 ‘CU 백종원 도시락’을 전면 리뉴얼해 새롭게 선보였다. ‘CU 백종원 12찬한판도시락’은 도시락 한 판에 다양한 반찬을 즐길 수 있도록 한 상품 콘셉트에 맞게 지난 3년간 고객 반응이 가장 좋았던 반찬을 모았다. ‘CU 백종원 7찬매콤불고기도시락’은 매콤한 돈불고기볶음을 20% 늘리는 등 더욱 푸짐하게 고기를 즐길 수 있도록 했다. /김민서 기자



롯데百, 수험생 고객에 상품권·이벤트

18일까지 할인 행사 다채

롯데백화점이 수능시험을 마친 수험생들을 위해 상품권 증정, 상품 할인, 사은품 증정 등 다양한 마케팅을 진행한다.

롯데백화점 본점에서는 15일부터 18일까지 수험표를 지참한 고객에 한해 롯데상품권 증정 이벤트를 진행한다. 10만원 이상 구매 고객에 한해 구매금액의 5%에 해당되는 롯데상품권 5000원을 증정한다. /신원선 기자

잠실점에서는 같은 기간, 수험표 소지 고객을 대상으로 식당가 할인행사를 진행한다. 지하1층 식품관에 위치한 멕시칸 요리 전문점 ‘바토스’ 매장에서는 수험표 지참시 10% 할인을, 돈까스 전문점 ‘다이치’, 냉면 전문점 ‘봉피양’은 20% 할인을 진행한다. 2층에 위치한 T.G.I.F.매장에서는 수험표를 지참한 1만원 이상 구매 고객에게 ‘어니언 파스타’를 무료로 증정하는 등 다양한 혜택을 제공한다. /신원선 기자

롯데주류, 대만 수출 전용 피츠 육성재 패키지 출시

롯데주류가 중국과 대만 수출 전용 ‘피츠 육성재 패키지’를 출시했다고 15일 밝혔다. 이번에 출시한 ‘피츠 육성재 패키지’는 중국, 대만 등 중화권 국가에 한정적으로 수출되는 제품으로 ‘피츠’의 모델로 활동하고 있는 육성재의 모습을 제품 전면에 담았다.



피츠 육성재 패키지 /롯데주류

오는 18일 선적하는 중국 수출 초도 물량은 약 5만 캔(355ml)으로 11월말부터 중국 광둥, 상해, 북경 지역을 중심으로 판매된다. 12월에는 대만에도 약 10만 캔 분량의 ‘피츠 육성재 패키지’를 수출할 예정이다. /백인용 기자