‘AK&OO의 변신술’… 지역특화형 쇼핑몰 먹혔다

AK PLAZA

AK&홍대

젊은 세대·외국인 맞춤형 MD 선별

AK&기흥

거주민 특화 쇼핑몰… 주민 비율↑

AK& 홍대 외관.

AK&기흥 외관. /AK플라자

오프라인 유통채널이 장기 저성장을 겪고 있는 가운데, AK플라자가 미래 성장동력인 ‘NSC형 쇼핑몰’로 분위기 전환을 꾀한다.

NSC(상권특화형 쇼핑센터)형 쇼핑몰은 상권 거주민을 대상으로 그 지역에만 특화된 브랜드와 서비스, 마케팅 활동을 펼치는 것을 말한다. 대표적으로 ‘AK&홍대’와 ‘AK& 기흥’이 해당한다.

◆상권에 특화된 MD 구성, 매출로 이어져

NSC형 쇼핑몰 1호점인 ‘AK&홍대’가 홍대 상권의 특성에 맞게 젊은층과 외국인 관광객에게 초점을 맞추고 이들에게만 특화된 MD를 선별해 집중적으로 서비스했다면, ‘AK& 기흥’은 기흥구의 절반 이상을 차지하고 있는 30~40대 부모를 중심으로 한 패밀리 고객에 특화된 쇼핑몰로 꾸며졌다.

결과는 성공적이다. ‘AK& 홍대’가 위치한 동교동 삼거리 주변 상권의 유동인구가 폭발적으로 증가하면서 평일 점심 장사도 활개를 치고 있는 것.

‘AK&홍대’의 평일 평균 방문객 수는 2500명, 주말 평균 4500명을 기록하고 있다. 오픈 이후 현재까지 약 4개월간 40만명 이상이 ‘AK& 홍대’를 다녀갔다.

특히, ‘AK& 홍대’와 같은 애경타워에서 운영 중인 ‘홀리에이 인 익스프레스 서울 홍대’와의 협업으로 외국인 관광객의 쇼핑몰 구매도 꾸준히 증가 추세다. 현재(1월 16일)까지 ‘AK& 홍대’ 전체 매출 중 외국인 관광객 비중은 9%를 차지했다.

그리고 지난해 12월 14일 문을 연 ‘AK& 기흥’ 역시 쾌조의 스타트를 끊었다. 오픈 후 한 달간 6만명 이상이 쇼핑몰을 이용했다. 기흥역이 위치한 기흥구 구갈동 인구는 총 3만8000명으로 구갈동 주민들이 1인당 2번씩 다녀간 셈이다.

쇼핑몰 회원가입에서도 기흥구 거주민에 특화된 쇼핑몰 이라는 특성이 그대로 드러난다. 부모세대인 35~44세 연령대가 회원 전체의 40%를 차지하고, 쇼핑몰 소재지인 구갈동 주민의 가입비중은 60%를 차지한다.

‘AK& 기흥’의 한 달간 매출은 목표 대비 125%를 초과 달성했다. 입점 브랜드 총 85개 중 64개 브랜드만 먼저 오픈해 영업한 점을 감안했을 때 의미있는 수치라는 분석이다.

오는 25일 이후 스파오, 서점, 무인양품, 패밀리 테마파크 등 나머지 브랜드가 순차적 오픈을 완료하고 나면 방문객과 매출은 더욱 늘어날 전망이다.

◆AK&, 2022년까지 8개 목표

AK플라자는 NSC형 쇼핑몰 ‘AK&홍대’, ‘AK& 기흥’에 이어 오는 3월 ‘AK& 세종’, 2022년 상반기 ‘AK TOWN 안산’ 등 2곳의 쇼핑몰 오픈을 확정했다. 2022년까지는 4개의 쇼핑몰을 더해 총 8개의 쇼핑몰 오픈을 목표로 하고있다.

향후 오픈 예정인 쇼핑몰들도 모두 상권특화형으로, 면적 규모와 상권 콘셉트에 따라 ‘AK&’과 ‘AK TOWN’으로 나뉜다.

‘AK& 홍대’와 ‘AK& 기흥’ 두 쇼핑몰의 콘셉트가 그 상권에 맞게 차별화 된 것처럼 ‘AK& 세종’은 세종시 상권에 맞추고, ‘AK TOWN 안산’은 안산 거주민의 니즈를 반영해 쇼핑몰 규모와 브랜드 구성 및 마케팅 방향을 정해 운영한다는 전략이다.

‘AK& 세종’은 정부종합청사에 근무하는 30~40대 젊은 공무원 가족들을 위한 중대형 서점, 엄마들의 커뮤니티공간, 라이프스타일, 직장인들의 점심식사 공간, 키즈, SPA 브랜드로 구성된다.

대규모 신도시로 조성될 안산 사동의 ‘AK TOWN 안산’은 40~50대 연령층의 많은 인구가 유입될 예정인 만큼 전 연령층이 즐길 수 있는 패밀리형 쇼핑공간으로 구성된다. 극장, 라이프스타일, 서점, 키즈, 가전, 홈퍼니싱 등의 브랜드로 구성하겠다는 방침이다.

AK플라자 김진태 대표이사는 “NSC형 쇼핑몰은 AK플라자 미래 성장의 기반이 될 것”이라며, “쇼핑몰 점포별 콘셉트에 맞춰 그 상권에서 이슈가 될 수 있는 쇼핑몰이 되도록 지속적으로 업그레이드 시켜 나갈 것”이라고 말했다.

◆영등포역 입찰 여부는?

한편, 올해 롯데백화점 영등포점의 영업 종료를 앞둔 상황에 AK플라자 구로점이 8월 말 철수를 결정해 애경의 입찰 참여 가능성에 관심이 쏠리고 있다. 그동안 AK플라자가 민자역사와 함께 성장해왔기 때문에 구로점의 대안으로 영등포역점에 진출하는 것 아니냐는 것.

이에 AK플라자 측은 “성장성이 높은 NSC형 쇼핑몰인 ‘AK&’에 집중할 계획이며, 영등포역 입찰에 참여할지 여부는 이야기된 바 없다”고 밝혔다.

국토교통부에 따르면, 한국철도시설공단은 오는 2월 말 영등포역의 새 주인을 찾는 신규 사업자 모집 공고를 내고 사업자를 선정할 계획이다. 입찰 방식은 최고가 낙찰제다. 사전적격심사를 거쳐 일반경쟁입찰 방식으로 가장 높은 금액을 제시한 사업자가 선정되는 방식이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

케이카

신입 차량평가사 공개채용

국내 최대 직영 중고차 기업 K Car는 2019년 상반기 차량평가사를 공개 채용한다고 17일 밝혔다.

이번에 공개채용을 진행하는 K Car 차량평가사의 주요 업무는 중고차 성능 및 상태를 진단, 가치를 평가한 후 가격을 산정해 차량을 매입하거나 전국 직영점에서 중고차를 판매하는 일을 담당한다.

차량평가사는 소비자의 중고차 거래 과정을 전문적으로 안내하는 K Car만의 차별화된 직무로, 학력, 전공, 성별, 나이 등의 제한을 두지 않는 열린 채용방식으로 진행되는 것이 특징이다. 운전면허증을 보유하고 있고 자동차에 대한 관심과 열정이 가득한 사람이라면 누구나 지원 가능하다. 여기에 자동차 관련 각종 자격증 및 자동차 매매관련 업무에 대한 경험이 있으면 우대 채용한다.

신입 차량평가사는 정규직으로 채용되며 입사하면 약 2주에 걸쳐 중고차 사업 관련 법규 및 현황, 자동차 공학, 중고차 진단 실습 등 체계적인 교육을 통해 현장에서 관련 직무의 수행 능력을 높이기 위한 시간을 가진다.

이번 K Car 차량평가사 공개채용 지원 기간은 1월 27일까지로, K Car 채용 페이지를 통해 지원서를 작성하면 된다. 전형 절차는 서류심사, 인·적성검사, 통합면접 단계를 걸쳐 선발되며 최종 합격자는 2월 13일 발표된다. /양성운 기자 ysw@

“990삼겹살·990전복”… 이마트, 파격 ‘국민가격’ 흥행

신규고객 17만명 이상 유치

성공적 집객 효과 거둬

이마트가 올해 첫 선을 보인 ‘국민가격’ 프로젝트가 제대로 소비 심리를 자극했다.

국민가격은 ‘이마트가 국민의 가계살림에 힘이 되도록 생활 필수품 가격을 내리는 프로젝트’로, 고객들의 장바구니 물가에 큰 영향을 미치는 신선식품 할인이 핵심이다.

앞서 이마트는 ‘990삼겹살·목심’, ‘990전복’, ‘계란’ 등 가계 물가를 낮출 수 있는 파괴력 있는 1차 국민가격 상품을 선보이고 연초부터 흥행에 성공했다.

이마트는 첫 국민가격 상품 흥행 바통을 이어받아 17일부터 23일까지 일주간 몸값 고공행진 중인 닭고기를 비롯해 쌀과 조개 등 국민가격 2차 상품을 선보인다.

우선, 두 마리 생닭을 신세계 포인트 회원 대상으로 기존 가격보다 40% 할인한 4380원~6960원에 판매한다. 마리당 최저 2190원에 선보이는 셈이다.

이마트는 닭고기는 저렴하게 즐길 수 있는 대중 육류이지만 최근 혹한의 여파로생닭 시세가 가파르게 상승 중이라는 점에 주목했다.

한국인의 주식으로 장바구니 물가에 상징적으로 영향을 미치는 쌀도 국민가격 상품으로 선정했다.

연간 쌀 평균 도매가격(20kg, 상품)은 2017년 3만3569원, 2018년 4만5412원에 이어 올해 평균 4만9389원(1월16일 기준)까지 뛰며 쌀 역시 시세는 오름세이기 때문이다.

이마트는 지난 18년 햇곡 수매 시기부터 의성군과 사전 기획을 통해 ‘바른고을 의성진(眞)쌀 10kg’을 기존 대비 25% 가량 가격을 낮춰 2만3900원에 국민가격 상품으로 준비했다. 평소 대비 2배 이상 할인 폭을 키워 최근 1년 중 가장 큰 할인 폭이다.

이 밖에도 제철을 맞아 맛이 좋은 조개류를 모아 고객이 봉투에 골라담을 수 있는 ‘찜조개 골라담기(봉)’과 깐마늘(1kg×1봉)도 4980원에 국민가격 상품으로 준비했다.

가리비, 홍합, 석화, 피조개 4종을 고객 취향에 따라 봉지에 골라 담을 수 있어 단품으로 구매하는 것 보다 평균 40% 가량 저렴하다.

최훈학 이마트 마케팅 담당은“오프라인은 물론 온라인과 비교해도 경쟁력 있는 가격들로 앞세운 국민가격 상품이 고객들로부터 호평을 받으며 오프라인 매장의 신규 고객 유입에도 기여했다”고 분석한 후 “앞으로도 소비자 체감물가를 낮출 수 있는 파괴력을 갖춘 행사상품을 선보일 것”이이라고 말했다. /신원선 기자

터키 인조대리석 업체 ‘벨렌코’ 지분 인수

롯데케미칼, 72.5% 지분 인수

고급 인테리어 소재 시장 교두보

롯데케미칼의 핵심 자회사 롯데첨단소재는 터키의 엔지니어드스톤 시장점유율 1위 업체인 벨렌코(Belenco)사의 지분 72. 5%를 인수한다고 17일 밝혔다.

벨렌코(Belenco)사는 에게해 인근 터키 3대 도시인 이즈밀에서 차량으로 30분 거리에 있는 마니사(Manisa) OIZ공업단지(터키내 3번째 규모의 공업단지)에 위치한다. 이즈밀(Izmir)항 및 천연석 광산에 근접, 생산 및 물류 효율성이 탁월하며 2개 라인 23만매 규모의 생산설비를 갖추고 있다.

롯데첨단소재는 이번 인수를 통해 미국 등 급성장하고 있는 선진국 고급 인테리어 소재 시장 진출의 교두보를 마련하는 한편 첨단소재와 벨렌코 생산기지의 라인별 생산 전문화로 다양한 제품을 갖췄다.

국내 여수공장에 9만매의 엔지니어드스톤 생산능력을 보유하고 있는 롯데첨단소재는 벨렌코사 인수 후 추가 설비투자 등을 통해 글로벌 TOP5업체로 진입한다는 계획이다. 또 그룹 계열사인 건설, 호텔 등에 최고급 실내외 건축자재를 제공하는 등 계열사 간 시너지도 도모할 방침이다.

터키 벨렌코(Belenco)사 공장 공정 모습. /롯데케미칼

앞서 롯데그룹은 화학부문의 지속성장 발판을 마련하기 위해 기존 범용제품 중심의 사업 포트폴리오를 고부가 제품인 스페셜티 사업부문으로 확대하고 이에 대한 투자를 계속해서 진행하겠다고 밝힌 바 있다.

이번 터키 벨렌코 인수는 이같은 성장 전략을 실행에 옮기는 올해 첫 결과물이라고 롯데측은 설명했다. 롯데 화학부문은 스페셜티 화학사업에 대한 국내외 투자를 더욱 공격적으로 진행해 나간다는 계획이다. /김유진 기자 ujin6326@