

‘삼한사미’로 실내에서 즐기는 ‘인도어 용품’ 뜬다

(3일은 추위, 4일은 미세먼지가 기승을 부린다는 뜻)

실내 스포츠 대세... 관련용품 인기
트레이닝복·헬스용품 등 매출 급증

폭염이 기승을 부리던 여름에 이어 올 겨울에도 실내 스포츠가 대세로 떠올랐다. 한파와 미세먼지의 공세에 지친 이들이 날씨의 제약이 없고, 공간 접근성도 뛰어난 실내로 눈을 돌린 것이다. 관련 제품의 판매도 덩달아 늘어, 매출 효과 역할을 톡톡히 하고 있다.

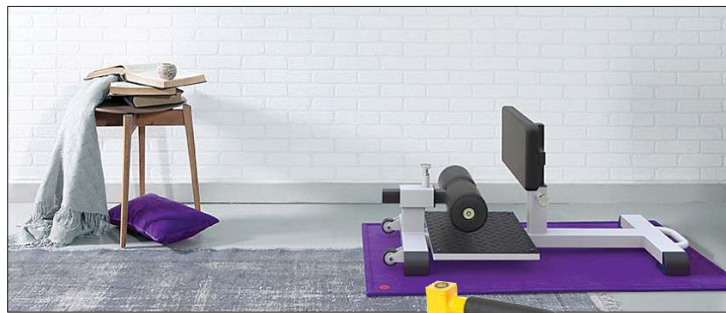
12일 관련 업계에 따르면 최근 인도어 스포츠의 인기가 높아지면서 트레이닝복, 스포츠 용품 등의 매출이 상승세다. 온라인 쇼핑사이트 G마켓의 최근 한 달(1월 11일~2월 10일)간 매출을 살펴보면, 남성 트레이닝복 매출은 전년 동기 대비 89% 증가해 2배 가까이 늘었다. 여성용 세트도 39% 증가한 것으로 조사됐다.

트레이닝복은 가볍고 활동성이 뛰어나



나면서도 적당한 두께감을 가진 제품이 인기다. 뉴발란스 'UNI 트랙클럽' 후드티, 팬츠는 남녀가 함께 입을 수 있어 실용성이 좋은 제품으로 꼽힌다. 다이아핏의 '네오소닉 남성 트레이닝' 재킷, 팬츠는 두께감과 복원력, 활동성을 두루 갖춘 제품이다.

인기있는 실내 스포츠 종목의 운동복



◀다이아핏의 네오소닉 남성 트레이닝 재킷&팬츠.
▲건강한형제들의 스쿼터머신.
▶멜킨스포츠의 에너제틱 강철 푸쉬업바.
/다이아핏·G마켓

이나 이너웨어도 잘 팔린다. G마켓이 같은 기간 조사한 바에 따르면 요가·필라테스복의 판매율은 전년 대비 21% 늘었고, 스포츠 브라와 레깅스는 각각 33%, 22% 증가했다.

이러 종류로는 유니클로의 '에어리즘 스포츠레깅스'가 탄탄한 기능성에 예쁜 실루엣을 연출해줘 반응이 좋다. 살레와

의 '스트레치 레깅스', 아이더의 '여성 스포츠브라' 등은 몸을 크게 움직여도 활동이 쉽고 편안하다.

다이아핏 관계자는 "최근 인도어 스포츠가 대세로 떠오르며 한겨울임에도 가벼워지면서도 소재가 탄탄한 제품군의 반응이 좋은 편"이라며 "뛰어난 기능성으로 움직임에 제약이 없지만 실내 한기 정도

는 충분히 막아주기 때문에 활용도가 높다"고 말했다.

패션 만큼이나 관심이 쏠리는 제품군은 '스포츠 용품'이다. 스쿼시 용품 중 하나인 거트(라켓 줄) 판매는 2배(100%) 급증했고, 요가 볼 및 볼, 필라테스 링 판매는 각각 70%, 48% 신장했다. 헬스용품은 스쿼트 107%, 복근운동기구 13%, 로잉머신 11% 등 판매량이 늘었다.

높아진 인기로 따라이색 전용 슈즈 등을 구비하는 소비자도 많아졌다. 실제, 같은 기간동안 배구화(153%), 암벽화(31%) 등의 판매도 눈에 띄게 늘었다.

한 업계 관계자는 "운동에 대한 관심이 높아지면서 유명 브랜드 제품만을 선호하기 보다, 제품력 꼼꼼히 따져 구매하는 소비자층이 늘고 있다"면서 "SNS 등을 기반으로 마니아층을 형성한 제품도 있다"고 말했다.

/김민서 기자 min0812@metroseoul.co.kr

신세계백 "얼어붙은 소비심리 녹여라"

700억대 해외 명품 할인전... 최대 80% ↓

설 행사 이어 내일부터 4일간 진행
200여개 브랜드 인기상품 총집합

신세계백화점이 설 행사에 이어 명품 할인 행사를 앞세워 소비 진작에 나선다. 올해 설 선물행사 실적이 전년 대비 7.2% 신장하며 출발을 한 신세계백화점은 명품 할인행사를 연이어 펼쳐 호실적을 이어간다는 계획이다.

이번 해외 유명브랜드 대전은 14일부터 17일까지 4일간 강남점, 센텀시티점, 대구신세계에서 동시에 펼쳐진다. 200여개 브랜드 700억대의 물량으로, 최대 80% 할인된 인기상품을 모아 올 상반기 명품 쇼핑의 절호의 기회가 될 예정이다.

먼저 신세계백화점만의 강점인 분더샵 여성·남성, 분주니어 등 직접 운영하는 의류 편집숍의 대표 상품뿐만 아니라 슈컬렉션 등 다양한 잡화도 준비했다. 3.1 필립립, 아크네스튜디오, 드리스반노튼, 마르니, 오프화이트, 베트멍 등이 참여하는 분더샵 여성 제품은 최대 80% 저렴하게 쇼핑할 수 있다. 분더샵 남성 역시 인기상품을 최대 80% 할인된 가격에 내놨다.

슈컬렉션에서는 여성 구두를 최대 70% 저렴하게 선보인다. 아동복 할인행사도 풍성하게 연다. 최대 70%의 할인율을 자



해외 유명 브랜드 대전 전경.

/신세계백화점

랑하는 '분주니어'는 스텔라맥카르티, MSGM, 겐조 등의 브랜드가 참여한다.

대표 상품은 스텔라맥카르티 원피스 8만원대, MSGM 맨투맨티셔츠 9만원대, 겐조 바지 6만원대다.

신세계가 직접 만든 프리미엄 캐시미어 브랜드인 '텔라라나'도 참여한다.

최고급 이탈리아 캐시미어 원사를 사용해 고급스러운 우아함을 살린 니트웨어를 합리적으로 구입할 수 있는 기회로 간절기에 활용하기 좋은 긴 팔 니트와 다양한 스타일로 연출이 가능한 이너웨어 등을 선보인다.

또한 요지아마모토, 메종 마르지엘라,

엠포리아오르마니 등 인기 컨템포러리 브랜드도 참여해 트렌드 세터들의 환영을 받을 예정이다.

신세계백화점이 해외 명품 할인행사 카드를 꺼내든 이유는 소비심리가 주춤한 분위기 속에서도 해외 명품은 홀로 고신장을 이어가고 있기 때문이다.

신세계백화점 상품본부장 손문국 부사장은 "설 행사 실적 호조에 이어 대규모 명품행사로 고객 몰이에 나선다. 신세계백화점만의 차별화된 브랜드와 대규모 물량을 앞세운 만큼 연중 최고의 명품 쇼핑 기회가 될 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

롯데홈쇼핑, 4050 브랜드 '라우렐' 론칭

패션 단독 브랜드 비중 40% 목표

롯데홈쇼핑은 오는 14일, 40년 전통의 독일 패션 브랜드 '라우렐(Laurel)'을 단독 론칭한다고 12일 밝혔다.

'라우렐'은 명품 패션 그룹 에스카다의 창업주 볼프강 레이가 1978년 출시한 브랜드로, 전세계 30여 개국에서 280개 매장이 운영되고 있다. 고급스러우면서 실용적인 스타일로 유럽의 40, 50대 여성들로부터 오랫동안 인기를 얻고 있다. 롯데홈쇼핑은 '라우렐'을 통해 지난해 패션 매출에서 30%였던 단독 브랜드 비중을 올해 40%까지 끌어올린다는 계획이다.

14일 오전 8시 15분부터 130분 동안 진행되는 론칭 방송에서는 트렌치코트, 원피스, 니트 등 이번 봄 시즌 신상품 3종을 선보인다.

지난 1일부터 온라인몰을 통해 사전주문을 받은 결과 현재(11일)까지 주문수량 630여 건, 주문금액 약 7000 만원을 기록 중이다. 론칭 기념 사전 이벤트에도 3000명 이상이 참여하는 등 고객들의 관심이 이미 높은 상태다. 현재 가장 호응을 얻고 있는 '트렌치코트'는 착용감과 신축성이 우수하며, 탈부착 가능한 허리 벨트로 여성스러운 스타일 연출이 가능하다. '이태리 캐시미어 울 원피스+숄더기던 세트'는 캐시미어와 울을 혼방했으며, 차콜, 블루, 베이지, 페일 핑크 등 고급스러운 색상이 돋보인다. 또한 간절기 대표 아이템인 '홀가먼트 메리노울100니트 2종'도 선보인다.

롯데홈쇼핑은 생동감 있는 색감이 특징



독일 패션 브랜드 라우렐 론칭.

/롯데홈쇼핑

인 기존 '라우렐'의 브랜드 성격을 유지하는 한편, '컴퍼터블 럭셔리(Comfortable Luxury)', 즉 '평범함 속에 특별함을 제안하다'라는 콘셉트를 기반으로, 국내 4050대 여성 고객이 선호하는 스타일과 가격대 등을 반영해 '라우렐'을 재해석했다.

이를 위해 최근 3년간 롯데홈쇼핑을 통해 패션 상품을 구매한 중장년층 여성 고객의 쇼핑 패턴을 다각도로 분석했다. 또한 세련된 스타일과 예능 프로그램 출연으로 친근함까지 갖춘 배우 한고은을 모델로 선정해 초반 주목도를 높일 예정이다.

황범석 롯데홈쇼핑 상품본부장은 "롯데홈쇼핑은 지난 2014년부터 '패션 이즈 롯데(Fashion is LOTTE)' 슬로건을 내걸고, 고객 니즈와 최신 트렌드를 반영한 단독 패션 브랜드들을 지속적으로 발굴해 왔다"며, "홈쇼핑 메가 브랜드로 꼽히는 LBL, 조르주 레쉬를 잇는 롯데홈쇼핑 대표 브랜드로 '라우렐'을 육성할 계획이며, 앞으로도 고객의 선호도를 기반으로 한 패션 브랜드를 꾸준히 기획해 나갈 예정"이라고 말했다.

/신원선 기자

빚스, 하이엔드 스테이크 시장 공략 본격화

전매장 '토마호크&포터하우스' 출시

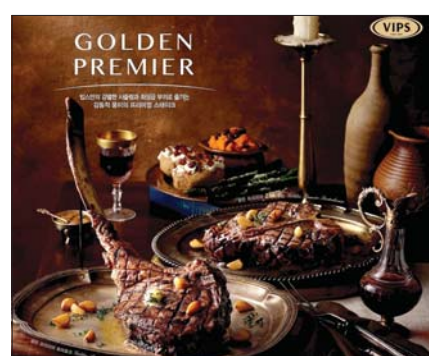
CJ푸드빌이 운영하는 빚스(VIPS)가 본격적으로 하이엔드 스테이크 시장 공략에 나선다. CJ푸드빌은 빚스 전매장에 최고급 스테이크인 '토마호크&포터하우스'(사진)를 출시한다고 12일 밝혔다.

올해 론칭 22년을 맞은 빚스는 '프리미엄 스테이크하우스'의 명성에 걸맞게, 스테이크의 전문성 강화와 고급화에 집중해 왔다. 스테이크 경험이 많은 요충 고객의 눈높이에 맞춰 부위와 중량, 육즙과 풍미에서 압도적 우월함을 자랑하는 '골든프리미어 스테이크' 2종인 '토마호크'와

'포터하우스'를 전매장에 선보인다.

빚스는 먼저 '토마호크'와 '포터하우스'를 일부 매장에서 2개월간 테스트 판매했으며, 자체 조사에서 예상을 뛰어넘는 호응을 얻어 빚스 전매장에 출시하게 됐다.

'골든프리미어 토마호크'는 긴 갈비뼈를 따라 꽃등심 등이 붙은 도끼 모양의 스테이크로, 고급 부위를 한 번에 제공해 다양한 맛을 즐길 수 있으며 650g부터 1000g까지 중량별로 선택 주문 가능하다. '골든프리미어 포터하우스'는 거대한 'T'자 모양 뼈에 두툼한 안심과 등심 2가지를 동시에 맛볼 수 있는 최고급 스테이크다. '골든프리미어 스테이크'는 빚스에서



자체 개발한 특별한 접시인 '골든 플레이트'를 사용해 스테이크 맛을 한층 업그레이드 했다. 고급스런 느낌의 황금색 유기 접시(놋접시)를 250도까지 달군 후 스테이크를 올려 내는데, 온도가 오래 유지돼 마지막 한 점까지 최상의 스테이크 맛으로 즐길 수 있다.

/박인용 기자 parkiu7854@

풀무원, 냉동 가정간편식 '오뎅나베' 선보

풀무원이 가정에서도 이자카야의 국물 맛을 낼 수 있는 일본식 어묵전골요리를 선보였다. 풀무원식품은 '찬마루 오뎅나베 가쓰오'와 '찬마루 오뎅나베 해물' 2종을 출시했다고 12일 밝혔다.

기존의 가정간편식 어묵탕 제품들은 주로 상온이나 냉장유통을 위해 분말이나 액상소스를 사용했다. 그러다 보니 대부분 소위 '분식집 오뎅 국물' 스타일의 멸치 육수 국물 맛을 벗어나기 쉽지 않았다. 풀무원의 '찬마루 오뎅나베'는 국내 브



랜드 최초로 전골 육수를 그대로 농축해 일린 냉동블록소스를 활용해 집에서 5분 만에 이자카야 수준의 오뎅나베를 구현할 수 있는 제품이다.

또한 풀무원의 '찬마루 오뎅나베'는 9가지 종류의 푸짐한 건더기가 특징이다.

/박인용 기자