

# 40년 만에 본점 개혁... 롯데百貨, 리빙관 매출 67% '쑥'

유럽의 로얄 코펜하겐·덴비 등 8층 리빙관에 '최상급 브랜드' 오픈 20일동안 매출 1억 성과

롯데백화점이 40년만에 본점 개혁에 나선 가운데, 첫 번째로 베일을 벗은 '리빙관 1공구'가 고객들에게 큰 관심을 끌고 있다.

롯데백화점에 따르면, 리뉴얼을 완료한 본점 8층 리빙관 주방·식기 카테고리(1공구)는 최상급 브랜드들과 구색으로 주부의 마음을 사로잡았다.

실제로 롯데백화점 본점의 리빙관 1공구는 1월 24일부터 2월 12일까지 1만 명이상이 방문했고, 매출은 전년과 비교해 66.7% 신장했다.

세부적으로 살펴보면, 덴마크 왕실 식기 브랜드 '로얄 코펜하겐'은 매출이 약 197% 신장했고, 영국 고급 식기 브랜드 '덴비'의 신장률은 162.4%로 전년과 비교해 매출이 약 2.6배 늘어났다.

새로 전개한 브랜드들도 좋은 성적을 내고 있다. 롯데백화점이 최초로 선보인 주방·식기 편집샵은 오픈 이후 20일 간 약 1억 원의 매출을 올렸으며, 스페인 명



롯데백화점 리빙관 1공구 오픈 더 웨이브 행사.



롯데백화점 본점 리빙관 1공구 전경.

/롯데백화점

로에는 고객들을 위한 의자와 테이블을 마련한다.

이밖에도 브랜드 위주 백화점 매장형태에서 벗어나 고객 맞춤형 아이템 편집이 가능한 '키친웨어 편집존'을 구성해 최근 고객들이 선호하는 라이징 아이템인 '우드 키친툴', '커트리리(은기류 테이블 세트)', '아이디어 주방용품' 등 재미있는 아이템 전문 코너도 구성할 예정이다.

롯데백화점 유행택 본점장은 "본점 리뉴얼의 첫 시작인 주방·식기 카테고리를 준비하면서 고객들이 끌릴 수밖에 없는 다양한 고급 브랜드와 이벤트를 준비했다"며, "19년 말 완료될 8층 리빙관부터 식품관까지 이어질 본점의 변신은 기대 이상일 것"이라고 말했다.

한편, 롯데백화점 본점 리뉴얼은 올해 리빙관을 시작으로, 2020년 식품관, 2021년 여성/남성관, 2022년 해외패션관으로 4개년간 진행된다. 가장 먼저 리뉴얼이 들어가는 리빙관은 지난 해 11월부터 현재 순차적으로 공사가 진행돼 앞서 1월 24일 주방/식기 카테고리(1공구)를 오픈했으며, 오는 19년 11월까지 최종 공사를 마친 후 2020년 오픈할 예정이다.

/신원선 기자 tree6834@metrosool.co.kr

품 도자기 브랜드 '야드로(Jadro)'는 3000만원이 넘는 매출을 기록했다.

아울러 주 소비층인 주부 고객을 공략하기 위해 독일 유명 주방 용품 브랜드 'AMT'와 독일 명품 주방 칼 브랜드 '헥켈'과 함께 요리 시연회를 진행, 좋은 성과를 거뒀다.

롯데백화점은 올해 말까지 5개 공구로 구성된 8층 리빙관 리뉴얼을 완료할 예정이다.

본점 리뉴얼의 첫 단추인 '리빙관'은 최근 급성장하고 있는 국내 리빙 시장을 겨냥해 씨어터형 공간 연출과 함께 체험

형 매장을 결합한 'Play at Home-리빙'에 재미를 더하다'는 컨셉으로 꾸며진다.

본점 8층 리빙관 4752㎡(1440평)와 7층 643.5㎡(195평)를 확장해 총 5395.5㎡(1635평)의 리빙관을 조성하며 '극장의 돛 천정'을 형상화한 대형 '아레나(Arena)'와 극장의 스테이지(Stage)를 연상하게 하는 '프로세니엄 아치' 그리고 다양한 상품의 교체가 가능한 플렉시블 집기를 도입할 방침이다.

리빙관에는 기존 대비 70% 가량 늘어난 약 200여개의 리빙 브랜드가 들어설 예정이다.

또한, '리빙관' 특성에 맞춰 단순 판매 공간이 아닌 고객들을 위한 공간들을 늘리는 것이 필요하다 판단해 리빙관 전체 면적의 10%를 휴식공간으로 배치한다.

대표적으로 아름다운 영상을 감상할 수 있는 'LG OLED터널'과 스피커와 VR 기반으로 작동하는 가상체험 모델링인 '삼성 IoT관' 등이 입점해 고객들에게 색다른 경험을 제공할 수 있는 공간들을 입점시킬 계획이다.

가구와 인테리어 소품을 체험하고, 음료를 마실 수 있는 '홈스타일 카페'가 50평 규모로 입점하고, 신관과 본관 연결 통

## 강스템바이오텍, '퓨어스텝' 독자개발

3상 투여 마무리... 개발 가속화

강스템바이오텍이 개발중인 아토피치료제를 단독 개발로 전환한다. 사업 주체가 명확해지면서 개발 속도가 빨라질 것으로 기대된다.

강스템바이오텍은 아토피치료제 '퓨어스텝'의 대응계약 공동개발 계약이 변경됐다고 17일 밝혔다. 지난 2014년, 강스템바이오텍과 대응계약은 제대혈 유래 동종 줄기세포치료제인 '퓨어스텝'의 국내외 판권 및 공동개발 계약을 체결한 바 있다.

그러나 최근 강스템바이오텍이 대응계약과 합의에 의해 '퓨어스텝 AD주'를 계

약에서 제외시킬 것으로 결론지었다고 밝혔다.

그동안 '퓨어스텝 AD주'는 강스템바이오텍에서 독자개발을 진행해 왔고 지난해 말 3상 투여를 마무리지었다. 강스템바이오텍은 올해 하반기 임상결과가 나오는데로 품목허가를 신청할 예정이다.

강스템바이오텍 이태화 대표는 "이번 계약 변경으로 빠른 시일 내에 '퓨어스텝 AD주'에 대한 향후 국내 판권계약을 적극적으로 추진할 예정"이라며 "특히 사업 주체가 명확해진 만큼 강스템바이오텍 주도로 해외 기술 수출도 가속화 할 것"이라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@



색조 화장품 브랜드 '스톤브릭' 출시

17일 오전 서울 마포구 스톤브릭 홈대점에서 모델들이 제품을 소개하고 있다. 스톤브릭은 다채로운 색상을 재미있는 블록 형태로 구현한 신규 색조 화장품 브랜드다.

/연합뉴스

## 신세계 '카페사장님' 꿈꾸는 청년 전폭지원

센트럴시티에 '청년커피LAB' 마련 6개월 운영 후 원하는 상권서 창업

신세계 센트럴시티가 창업을 꿈꾸는 청년 사업가 지원에 나선다.

신세계 센트럴시티는 항상 고객들의 발길로 북적이는 서울 고속터미널 파미에스테이션에 '청년커피LAB' 공간을 마련, 이곳에서 꿈을 펼쳐갈 청년 창업자를 공개 모집한다고 17일 밝혔다.

카페 창업을 희망하는 만 20세~39세까지 누구나 지원 가능하며, 최종 선정된 청년 창업자는 6개월간 실질적 카페 운영 경험을 두루 할 수 있게 된다.

카페 운영으로 경험과 노하우를 축적한 청년 사업가는 영업을 통해 마련한 자본금을 토대로 이후 원하는 상권에서 실제로 창업을 하는 방식이다.

신세계 센트럴시티는 선정된 청년 사업자에게 20여평(약 66제곱미터) 매장 공간은 물론 매장 인테리어 비용 전액과 커피 머신 등 영업 장비를 모두 지원한다.

청년커피LAB 운영 후 청년 사업자가 실제 창업 시 창업자금도 지원할 예정이다.

상권 및 입지 조사도 함께 진행하고, 브



파미에스테이션 전경.

/신세계백화점

랜드 로고와 매장 디자인 컨설팅도 지원해 청년 사업가의 안정적인 영업을 도모한다.

신세계 센트럴시티는 비용뿐 아니라 한국커피협회와 손잡고 커피 머신과 원두 품질관리, 매장 운영 멘토링, 위생, 서비스 등 실질적 카페 운영 노하우도 전수해 성공적인 창업을 돕는다.

실제 신세계센트럴시티 전 직원은 바리스타 자격을 소지하고 있어 전 임직원이 교대로 청년커피LAB에서 함께 근무하며 청년 창업자를 지원 사격한다. 오는 21일까지 전자우편을 통해 지원할 수 있으며, 모든 혜택이 실제로 미래 청년 사업가에게 전달될 수 있도록 법인 명의와 사업자 등록이 되어있는 사람은 제외된다.

사업 계획 등 1차 서류심사로 10여명의

후보를 선정하고 바리스타 능력 등 2차 면접과정을 통해 2월 말 청년커피LAB을 운영할 최종 1인이 탄생한다.

최종 선발된 청년 사업가는 본인이 원하는 팀(바리스타 등)을 꾸려 3월부터 8월까지 6개월간 카페를 운영하게 된다.

신세계센트럴시티는 이 공간을 청년 창업자 지원 공간으로 두고, 지속적으로 청년 창업자들을 배출하고 지원한다는 계획이다.

청년커피LAB이 자리잡게 될 파미에스테이션은 4500여평 면적에 10개국 30여개의 식음 브랜드 51개를 모아놓은 국내 최고의 맛집 클러스터로 국내 상업시설 중 최대 유동인구를 자랑한다. 다양한 고객들로부터 어느 곳에서도 경험할 수 없는 값진 사업 노하우를 얻게 된다.

신세계센트럴시티 박주형 대표이사는 "창업을 꿈꾸는 청년들을 돕기 위해 영업 공간을 마련해주고 사업 노하우도 전달하는 뜻 깊은 기회를 만들게 됐다. 청년들이 실제 창업을 해 반드시 성공할 수 있도록 전폭적인 지원을 아끼지 않겠다"며, "앞으로도 많은 청년들의 안정적인 창업을 위해 다양한 지원을 펼쳐나갈 것"이라고 말했다.

/신원선 기자



2018년 aT 센터에 마련된 GS25 상품 전시회 입구.

/GS리테일

## "올 GS25 편의점 상품 미리 체험하세요"

19일부터 '2019년 상품 전시회'

GS25는 '2019년 상품 전시회'를 진행한다고 17일 밝혔다.

GS25는 오는 19일부터 23일까지 서울 aT센터에서 서울·수도권·중부·호남지역 경영주와 함께하는 상품 전시회를 시작으로, 27일~28일 이틀간 부산 벡스코에서 영남지역 경영주와 함께 같은 행사를 진행한다.

올해로 20회째를 맞이하는 GS25 상품 전시회는 전국 1만3000여개 점포의 2만

여명 경영주와 250여개 국내외 협력업체가 한자리에 모여 GS25의 비전을 공유하고 상생과 동반성장을 도모하는 동종업계 기준 국내 최대 규모 행사다.

전국 가맹점은 올해 예상되는 편의점 상품 트렌드를 미리 체험함으로써, 히트예감 상품에 대한 안목을 높일 수 있는 기회다. 이를 통해 보다 능동적이고 효율적으로 상품을 도입하고 점포를 운영할 수 있게 됨으로써 점포 경쟁력을 높이고, 매출 증대로 이어질 수 있다.

/김민서 기자 min0812@