

신학기 대목이 다가온다... 변신하는 온·오프 유통가

롯데백화점 봄맞이 홈퍼니싱 행사
홈플러스 신학기 행사용품 확대
G마켓·옥션 디지털·가전 기획전

어느덧 3월이 코앞으로 다가왔다. 봄에는 새 학기가 시작되고, 분위기 전환을 위해 집안 인테리어를 재정비하는 고객이 많다. 이에 유통업계는 온·오프라인 가리지 않고, 신학과 집단장을 준비하는 고객을 위해 다양한 프로모션을 전개하고 있다.

◆**기능성 홈퍼니싱·소형 가전제품 인기**
먼저 롯데백화점에서는 22일부터 3월 10일까지 본점을 포함한 10여개 점포에서 봄맞이 홈퍼니싱 행사를 진행한다. 올 1월 1일부터 2월 17일까지 롯데백화점 리빙 상품군은 29.6% 신장이라는 놀라운 실적을 거두며 고공행진하고 있다.

특히 고객들은 가전, 홈패션(이불) 등의 리빙 제품을 구매함에 있어 디자인뿐만 아니라 성능이 뛰어난 제품을 찾는 등 홈퍼니싱 트렌드도 기능적인 측면을 고려하는 방향으로 나아가고 있다. 롯데백화점은 1인 가구가 증가하고 집을 주거 공간이라는 인식보다는 힐링을 할 수 있는 공간으로 여기는 홈족(집에서 음식, 문화 등 힐링을 즐기는 사람들)이



인터파크 신학기 통합 프로모션 '만반잘부 신학기'.



롯데백화점 본점 9층 침구 브랜드 임시 매장. /인터파크·롯데백화점

늘어남에 따라 다양한 1인 홈퍼니싱 제품을 제안한다. 옷 관리에 탁월한 '삼성전자 에어드레서'와 미세먼지 배출 차단 시스템을 갖춘 '삼성 제트 무선 청소기' 등 기능성 프리미엄 가전제품부터 알리기에 대비할 수 있는 기능성 침구 브랜드까지 합리적인 가격에 구매할 수 있다. 홈플러스는 신학기 용품 행사를 리빙용품, 소형가전까지 구색을 확대했다. 다음달 6일까지 문구 130여종을 균일가 2000원에, 3M 문구류 55여종을 균일가 2000~3000원에 판매한다. 아울러 자녀들이 어린이집이나 학교 등에서 사용할 수 있도록 8가지 인기 캐릭터를 활용한 식판, 가방, 겹, 교정젓가락 등 각종 식기를 가성비있는 가격에 선보인다.

또한 28일까지 공부방을 꾸밀 수 있는 책상, 의자, 스탠드 등 다양한 학생용품을 선보인다. 자취생들의 집 단장을 위한 특화 차림이불과 다용도 상, 리빙박스 수납용품, 행거 등도 행사에 판매한다. 'SK 매직 1인용 전기레인지' '일렉트리카 에어프라이어' '필립스 토스터' 등 소형 가전제품도 만날 수 있다. ◆**온라인에서도 디지털·문구 기획전 풍성** 이커머스에서도 신학기 프로모션 열기는 뜨겁다. G마켓과 옥션은 지난 18일 공동으로 '디지털빅세일' 행사를 진행하고 있다. 오픈 당일 자정(밤12시)까지 24시간 동안 판매량을 살펴본 결과, 디지털제품 매출이 전주 대비 115% 증가했다고 20일 밝혔다.

세부 품목별로 살펴보면, 행사 첫날 G마켓에서 특가로 나온 '애플 에어팟'은 출시 20여 분 만에, 'LG트롬 스타일러(S3RER)' 역시 반나절이 채 되지 않아 완판됐다. 이외에도 계절가전이 강세를 보이며 'LG퓨리케어 360공청기 클린부스터' 1억 3000만원, '삼성 블루스카이 공기청정기'가 1억 2000만원 상당의 판매고를 올렸다. 옥션에서도 완판 행렬이 이어졌다. '닌텐도 스위치+젤다의전설+보호필름'과 '소니 PS4 Pro 2TB 본체 + 테트리스 이펙트'가 단기간에 준비한 수량이 모두 소진됐으며 TV 등 대형가전, 노트북도 인기를 끌며, 'LG 4K UHD AI ThinQ TV' 4억 5000만원, 'LG 2019 그램'이 1억 2000만원 이상의 판매 실적을 달성했다.

'디지털빅세일'은 24일까지 이어지며 주방 인기 브랜드를 비롯해 닌텐도, 삼성 디지털가전, LG 디지털가전 등 대표 브랜드 상품을 포함, 약 300만여 개의 디지털가전제품을 특가에 선보인다. 인터파크는 내달 3일까지 '만반잘부 신학기(만나서 반가워 잘 부탁해 신학기)' 프로모션을 전개한다. 해당 프로모션은 ▲노트북 기획전 ▲문구 기획전 ▲학생 참고서 기획전 ▲대학생 학습서 기획전 등 총 4개 상품 카테고리로 구성됐으며, 인터파크는 각 카테고리에서 사용할 수 있는 다양한 할인 쿠폰을 선보인다. 또한 학생 참고서와 대학생 학습서 등의 도서 상품 구매 시 사용할 수 있는 인터파크 앱 전용 도서 상품권을 매일 선착순으로 제공한다. 여기에 '이 달의 혜택'으로 제공하는 도서상품권을 추가로 활용하면 최대 1만 원까지 중복 할인 가능하다. 이와 함께 인터파크는 두껍고 무거운 책을 스프링 제본해주는 분철 서비스 할인쿠폰도 매일 선착순 증정한다. 업계 관계자는 "3월은 결혼, 봄맞이 집 단장, 신학기 등 가전제품과 홈퍼니싱 기기가 수요가 몰리는 시즌이다"라며 "인기 브랜드 상품을 특가에 만날 수 있는 기회를 놓치지 말길 바란다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

갤러리아百, 럭셔리 스트릿·옴므 품었다

매장개편 단행... 트렌드 코드 반영
'베르사체 X 키스' 캡슐 매장 선보

갤러리아백화점은 올해 봄·여름 매장 개편을 단행, '럭셔리 스트릿'과 '럭셔리 옴므'의 트렌드 코드를 반영한 신규 팝업 스토어와 브랜드를 압구정동 명품관에서 선보인다. '럭셔리 스트릿'으로는 이탈리아 명품 브랜드 '베르사체'가 뉴욕 스트릿 편집매장 '키스(KITH)'와 콜라보레이션을 진행, 2월말까지 명품관에 업계 단독으로 '베르사체X키스' 캡슐 매장을 선보인다. 해당 매장에서는 '베르사체' 특유의 화려한 프린트에 '키스'의 로고와 화이트 그리고 스트리트 스타일이 더해진 디자인을 기반으로 의류와 함께 가방, 스니커즈, 선글라스, 모자 등을 만나볼 수 있다. 이외에도 갤러리아에서 직영으로 운영 중인 명품관 프리미엄 편집매장 'G494+ 옴므'에서는 3월 초에 미국 스트리트 브랜드 '리나운드(REOWNED)'와 국내 유명 래퍼인 '도끼'와의 콜라보레이션 제품을 한정 수량으로 단독 판매할 예정이다. 그리고 미국 스트리트 브랜드 '차이나타운 마켓(CHINATOWN MARKET)'과 유명 애니메이션 '스핀지밥'과의 콜라보레



베르사체 X 키스. /갤러리아명품관

이션 제품 역시 국내 단독으로 선보인다. '럭셔리 옴므' 트렌드 코드로는 명품 브랜드인 '디올옴므'가 명품관에 팝업 스토어로 3월 8일 오픈한다. 최근 '루이비통', '구찌' 등 럭셔리 브랜드가 남성 패션을 분리, 별도로 운영하며 명품남성의 시장 규모는 매년 크게 신장하고 있다. 이에 지난해 갤러리아명품관 명품남성 카테고리 신장률은 30% 상회했다. 갤러리아명품관은 영국의 1980년대 클래식을 재해석한 컨템퍼러리 브랜드 '유

니버설웍스'와 '에일대'를 콘셉트로 한 '탈프로렌' 등을 3월 1일 명품관 남성층에 오픈한다. 또한 국내 디자이너 브랜드 '송지오 옴므'에서는 '멀티버스'라는 콘셉트 하에 미디어 아트 팝업스토어를 3월 초까지 선보인다. 한편 갤러리아백화점은 명품관 의류 매장 개편 외에 천안 센터시티와 진주점 식품관에서 서울 및 집들을 신규로 대거 선보이며, 지역 최고의 '셀렉트 다이닝' 입지를 한층 더 강화할 예정이다. /신원선 기자

위메프, 거래액 5500억 돌파... 역대 최고

지난 1월 전년동월비 43.3% 증가
다양한 콘텐츠로 체류시간 길어져

위메프가 40%를 넘어서는 성장세를 꾸준히 이어가며 순항중이다. 위메프는 지난 1월 거래액 5500억원을 돌파, 역대 최고 실적을 기록했다고 20일 밝혔다. 이는 전년 동월 대비 43.3% 증가한 수치다. 지난해 4분기 매달 40% 이상의 성장을 거듭하며 전년 대비 43.0% 거래액이 증가한 데 이어 1월에도 성장세가 더 빨라진 것. 위메프는 소비자들의 체류시간이 길어지면서 거래액 증가를 이끌었다고 설명했다. 위메프의 PC와 모바일 방문자 평균 체류시간은 지난 1월 평균 79.6분으로 6개 주요 이커머스 가운데 1위다. 위메프를 제외한 주요 이커머스의 평균 체류시간은 51.9분이다. 위메프는 체류시간 1위 배경으로 '특가 마케팅'과 '다양한 콘텐츠'를 꼽았다. 위



/위메프

메프는 2016년 11월부터 특가마케팅을 이어가며 고객들이 위메프에서 머무는 시간을 늘려왔다. 가성비 좋은 제품을 하나하나 살펴보고 마음에 드는 상품을 구매하는, 이른바 쇼핑 자체를 즐기는 고객들의 수요를 충족했기 때문이다. 이에 힘입어 위메프는 지난해 11월부터 올해 1월까지 3개월 연속 월 거래액 5000억원을 넘어섰다. 특히 이 기간 동안 거래액이 지속 증가, 최대 실적을 매달 경신하고 있다. /신원선 기자

올리브영, 이브로쎬 고농축·소용량 샴푸 출시

헬스앤뷰티(H&B) 스토어 올리브영이 직수입하는 프랑스 토탈 뷰티 브랜드 이브로쎬(YVES ROCHER)는 농축 제형의 소용량 샴푸 '컨센트레이티드 샴푸 올 헤어 타입'을 내달 출시한다고 20일 밝혔다. 이브로쎬는 2016년에 출시한 300ml의 이브로쎬 래디언스 샴푸를 농축 제형의

로 재해석해 100ml로 재탄생시켰다. 농축 제형인 만큼 적은 양으로도 충분한 세정 효과를 내는 것이 특징이다. 또한, 간단한 사용 방법과 합리적인 가격이 강점이다. 올리브영 관계자는 "이브로쎬 컨센트레이티드 샴푸'는 화장품부터 생활용품 전반으로 착한 성분 바람이 불고 있는 최



향기 기분 좋은 샴푸타임을 선사할 것'이라고 전했다. /김민서 기자 min0812@

GS리테일 '2019 공정거래·동반성장 협약'

파트너사와 상호 발전·상생협력 위해 GS리테일은 파트너사와 함께 '2019 공정거래 및 동반성장 협약식' (이하 공정거래 협약식)을 진행했다고 20일 밝혔다. 양재 AT센터에서 진행된 이번 협약식에는 김종수 GS리테일 MD본부장을 비

롯한 GS리테일 관계자와 신선·가공·간편 식품·생활서비스 등 16개 파트너사의 대표들이 참석한 가운데 진행됐다. 특히 이번 공정거래 협약식에는 동반성장위원회 강재영 운영국장이 참석해 GS리테일과 파트너사의 상호 발전과 상생 협력을 위해 축사했다. /김민서 기자



20일 aT센터에서 진행된 '2019 공정거래 및 동반성장 협약식'에서 GS리테일 MD본부장 김종수 전무(맨 앞줄 우측에서 여섯번째)가 동반성장위원회 강재영 국장(맨 앞줄 좌측에서 다섯번째) 및 이레팜을 포함한 16개 파트너사 대표자들과 함께 협약서를 들고 단체사진을 촬영하고 있다. /GS리테일