

새단장하는 타임스퀘어... 日 불매에 신규매장 잡음도

타임스퀘어 개점 10주년

지오다노·지오지아 등 매장 리뉴얼
日 브랜드 GU 9월 오픈에 '잡음'

“주렁주렁, 동물 윤리 어긋난다”
시민단체서 ‘운영 중단’ 규탄도

올해 개점 10주년을 맞은 복합쇼핑몰 경방 타임스퀘어가 변화한 소비자들의 라이프스타일에 맞춰 새단장을 하고 있다. 글로벌 패션 브랜드를 비롯해 F&B, 여가생활까지 아우르는 매장을 새롭게 열고 기존 매장은 리뉴얼하는 것이다. 신규 입점 브랜드 때문에 잡음도 있었지만, 예정된 리뉴얼은 올 연말까지 지속될 예정이다.

◆순차적 개편...입점 매장 업그레이드
먼저 패션브랜드에서는 ‘지오다노’, ‘지오지아’, ‘에이랜드’, ‘원더플레이스’ 등이 매장 리뉴얼을 마쳤다.

지난 4월 리뉴얼 오픈한 지오다노는 현대적인 라이프스타일에 착안한 심플한 디자인과 함께 타임스퀘어 3층에 신규 매장을 오픈하고, 신선하고 세련된 감성으로 고객들을 맞이해 눈길을 끈다. 7월 타임스퀘어 지하 2층 기존의 매



GU 타임스퀘어 오픈 안내.



/손진영 기자 son@ 타임스퀘어 내 ‘주렁주렁’

장과 동일한 위치에 리뉴얼 오픈한 편집샵 원더플레이스는 디자이너 브랜드들을 강화해 10대부터 30대를 아우르는 매장으로 거듭났다.

애플 공인 리셀러인 프리스비 타임스퀘어점도 새로운 리뉴얼을 통해 60여평의 넓고 쾌적한 공간과 최신 애플 제품을 포함해 트랜드한 IT제품을 선보이고 있다. 특히, 애플 제품에 특화된 직원과 다양한 데모 이벤트를 통해 고객 맞춤형 제품을 추천하고 맥 제품에 대해 전문적인 솔루션을 얻을 수 있으며 매장서 직접 맥, 아이패드, 아이폰, 애플워치, 에어팟 등 애플 전 제품을 구매할 수 있다.

◆유니클로·MUJI 리뉴얼에 GU까지 오픈

현재 리뉴얼 중인 매장으로는 글로벌 패션 브랜드 ‘ZARA’와 ‘유니클로’, ‘GU’, ‘무인양품(MUJI)’, 그리고 대형 오프라인 서점 ‘교보문고’가 있다.

일본 불매운동의 열기가 고조되고 있는 상황에서 유니클로의 자매 브랜드로 알려진 GU가 지하 2층 중심부에 9월 중 새롭게 오픈한다는 소식이 알려지면서 급지 않은 시선도 있다. GU는 유니클로 모기업인 패스트리테일링이 2006년 론칭한 브랜드다. 유니클로와 비슷한 품질로 가격대는 더 저렴하다. 한국에는 지난해 9월 14일 서울 잠실 롯데월

드에 첫 매장을 오픈했다.

일본 불매운동의 분위기가 최고점을 찍고 있는 상황에서 타임스퀘어 지하 2층에 유니클로와 GU매장이 나란히 오픈하는 것이다. 유니클로는 이번 불매운동으로 매출이 40% 가량 줄어든 것으로 전해졌다.

타임스퀘어 측은 “기존에 영업중인 유니클로 매장은 타임스퀘어 10주년을 기념해 리뉴얼이 예정되어 있었고, GU의 경우도 이번 사태가 발발하기 전에 계약이 된 것”이라며 “유니클로와 GU의 매출과는 상관없이 (타임스퀘어는) 임대사업을 하는 쇼핑몰 사업자이기 때문에 매출에 타격은 없다”고 말했다.

MUJI와 교보문고는 2층에 나란히 리뉴얼 오픈한다. MUJI의 경우 8월말 오픈이 예정되었다.

◆‘주렁주렁’ 취지는 좋지만, 동물윤리 어긋나

한편, 타임스퀘어 5층에 지난달 24일 문을 연 실내 동물 테마파크 ‘주렁주렁’은 잡음이 끊이지 않고 있다. 주렁주렁은 실내 동물 테마파크 최대 규모로 구성되었으며 단순히 동물을 관찰하는 동물원이 아닌 지구 생태계를 유한 생명의 숲을 배경으로 판타지 스토리와 캐릭터를 결합 한 새로운 유형의 테마파크다.

문제는 동물 복지에 신경쓴다고 하지만, 자연적인 요소와는 거리가 먼 사육장에서 수백 마리의 야생동물을 사육하는 것은 동물 윤리에 어긋난다는 것이다.

실제로 개장일에는 시민단체가 기자회견을 열고 ‘실내 동물원 운영을 중단하라’고 규탄한 바 있다. 하지만, 현행 법상 누구든지 어디에서든 ‘형식적 등록기준’만 갖추면 야생동물을 전시할 수 있다.

타임스퀘어 측은 어디까지나 임대사업자일뿐 주렁주렁의 운영에 관여하지 않는다는 입장이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



6일 서울시 강서구 홈플러스 스페셜 가양점에서 모델이 ‘더 클럽’의 서울 전 지역 당일배송 서비스를 소개하고 있다. /홈플러스

홈플러스 더 클럽, 서울 전 지역 ‘당일배송’

홈플러스의 온라인 창고형 마트 ‘더 클럽’이 전용 상품을 선보임과 동시에 서울 전 지역 당일배송을 시작한다.

홈플러스는 “‘더 클럽’ 론칭 이후 홈플러스 스페셜 매장 인근에서만 시행되던 당일배송 서비스를 배송차량 추가 투입을 통해 서울 전 지역으로 확대했다”며 “앞으로 홈플러스 스페셜 순천포점, 동대문점, 서부산점 등 기타 지역에서 매장 인근 지역 외 원거리에서 주문한 고객 역시 당일 상품을 받아볼 수 있도록 서비스를 확대해나갈 방침이다”라고 6일 밝혔다.

홈플러스의 창고형 매장 ‘홈플러스

스페셜’의 온라인몰인 ‘더 클럽’은 대용량 직수입 상품부터 소용량 신선식품까지 갖추고 있어 이번 당일배송 서비스를 통해 오후 4시 주문량까지 해당 상품을 그날 안에 배송 받을 수 있다.

서울 지역 홈플러스 스페셜 점포 4개 점(가양, 목동, 동대문, 시흥)으로부터 배송되며, 주소지에서 가까운 매장에서 근거리 배송돼 채소, 고기 등의 상품을 신선하게 받아볼 수 있다. 상온/냉장/냉동의 3단 온도관리 신선배송 전용차량을 통해 최상의 신선도를 유지하며 배송한다는 것 역시 장점이다.

/신원선 기자

롯데마트, 체감물가 뚝! ‘통큰 할인’ 돌입

‘통큰 가격으로 한판볼자’ 행사
육류·과일·견과류 등 최대 50%

최근 백색국가(화이트리스트) 제외와 경제 성장률 하락 등 국제적 어려움과 함께 체감 물가 상승으로 소비자들의 지갑이 쉽게 열리지 않고 있다.

이에 롯데마트는 7일부터 신선식품과 가공식품, 생활용품 등을 파격적인 가격에 선보이는 ‘더위야 통큰 가격으로 한판볼자’ 행사를 열고 매출 부진을 타개한다.

먼저, 가족과 함께 휴가지에서 즐길 수 있는 ‘미국산 초이스 냉장 척아이를 (100g)’을 엘포인트(L.Point) 회원에게 정상가 대비 40% 할인된 가격에 판매하며, ‘미국산 초이스 냉장 부채살 (100g)’도 기존 2600원 대비 저렴한 1560원에 선보인다. 또한, 여름철 대표 과일인 ‘GAP 임실 복숭아’와 ‘GAP 햇사레 복숭아’ (각 8-14수/1박스/국산)를 롯데와 KB 국민 등 5대 카드(신용/체크/엠펙드 포함)로 구매하면 각각 1만3900원에 구매할 수 있다.

휴가철 빠질 수 없는 간단한 간식거



초밥 등 나들이 간식을 고르는 모습.

/롯데마트

리도 선보인다. 적은 양으로도 쉽게 포만감을 느낄 수 있고 옆에 두고 먹으면 입이 심심하지 않게 할 수 있는 건강 간식거리인 ‘구운 아몬드(480g/미국산/봉)’ 등 인기 견과류 12종을 종류와 가격에 상관없이 2봉 이상 구매시 정상가의 50% 할인된 가격인 1봉당 4990원에 판매하며, 16개 초밥이 1팩에 들어있는 ‘만원이 행복 초밥세트’를 1만원에 구매할 수 있다.

롯데마트 이상진 마케팅전략부장은 “올 여름 전체 휴가객의 40%가 몰릴 것으로 예상되는 본격적인 휴가시즌에

앞두고 롯데마트만의 특징을 살린 ‘통큰 가격’ 행사를 준비했다”며, “최대 50% 할인된 가격과 함께 풍성하고 즐거운 여름 휴가를 보낼 수 있는 절호의 기회”라고 말했다.

한편, 동일 기간 동안 ‘요리하다 부산 식 밀면(874g, 4980원)’과 ‘요리하다 쫄깃한 찹쌀탕수육(600g, 5980원)’ 등 롯데마트 PB행사 상품을 구매할 엘포인트(L.POINT) 고객이면 누구나 최대 20배의 포인트를 추가로 적립 받을 수 있는 ‘롯데마트 BEST PB’ 상품 대전도 진행한다.

/신원선 기자

푸르밀 ‘더 깊고 진한 흑당밀크티’ 출시

푸르밀이 ‘전 세계의 특별한 음료’ 시리즈 4탄으로 ‘더 깊고 진한 흑당밀크티 (사진)’를 출시한다고 6일 밝혔다.

푸르밀은 전세계 각지의 다양한 커피를 편의점에서도 만나볼 수 있도록 ‘세계의 레시피’ 시리즈를 선보이고 있다. 지난해 9월에 첫 선을 보인 베트남 ‘연

유라페’와 이탈리아 ‘헤이즐넛 초코라페’, 위스키를 넣어 화제가 된 아일랜드 ‘아이리시 커피’에 이어 이번이 네 번째 제품이다.

/백인용 기자



GS홈쇼핑, 매출 16%↑ 영업이익 5.8%↓

2분기 취급액, 1.1조 0.5% 증가

GS홈쇼핑은 2019년 2분기 취급액이 1조1199억원으로 전년동기 대비 0.5% 증가했다고 공시했다.

같은 기간 매출액은 3106억원으로

15.6% 늘었다. 영업이익은 326억원으로 5.8% 감소했으며, 당기순이익은 전년 대비 28.7% 줄어든 272억원을 기록했다.

취급액은 모바일 쇼핑 호조에 힘입어 증가했다. 모바일 쇼핑 취급액은 전

년 대비 17.5% 증가한 5917억원을 기록했다.

모바일 쇼핑이 전체 취급액에서 차지하는 비율은 52.8%에 달했다. 모바일 쇼핑은 지난해 4분기 TV쇼핑 취급액을 추월한 후 지속 성장하고 있다. 같은 기간 TV쇼핑 취급액은 4170억원, 인터넷 쇼핑은 815억원을 기록했다.

/신원선 기자