

현대백 본점 등 4곳 리뉴얼... 지역별 특성점으로 거듭

점포별 공사비 500억, 면적 6만㎡

압구정점 '휴식+상품' 공간으로
신촌·중동점 '유플렉스' 리뉴얼
미아점 '맛집성지'로 입지 강화

현대백화점이 점포 리뉴얼과 매장 운영 차별화를 통해 고객 유치에 박차를 가한다.

현대백화점은 8월부터 4개 점포(압구정본점, 신촌점, 미아점, 중동점) 리뉴얼 공사에 돌입했으며, 점포별 공사비만 총 500억원 가량, 면적은 총 6만 2337㎡ 규모에 달한다. 신규 출점 대비 상대적으로 적은 비용으로 고객에 변화를 느끼게 할 수 있는 리뉴얼을 단행해 기존 점포들의 경쟁력도 다시 한 번 강화하고 나선다는 계획이다.

◆상권 특성 반영해 공간 구성

압구정본점은 지하 2층 패션·잡화 매장을 시작으로, 지하 1층(리빙)과 4층(남성·골프)을 내년까지 순차적으로 새 단장한다. 지하 2층의 경우 브랜드별로 구획돼 있는 기존 백화점 공간 구성에



현대백화점 신촌점.



현대백화점 무역센터점. /현대백화점

서 탈피해 식물, 책, 잡화, 라이프스타일 콘텐츠를 자연스럽게 즐길 수 있는 '휴식과 상품이 어우러진 공간'으로 꾸민다는 계획이다.

신촌점과 중동점은 영패션 전문관 '유플렉스'를 리뉴얼할 계획이다. 백화점의 주고객층으로 부상하고 있는 '밀레니얼세대'를 겨냥한 복합문화공간으로 탈바꿈시키는 것이 목표다. 신촌점 유플렉스는 SNS(소셜네트워크서비스) 유명 브랜드와 라이프스타일을 제안하는 MD(상품기획)가 어우러진 '밀

레니얼 하우스'로, 중동점은 국내 최대의 스포츠 전문관을 갖춘 특화 매장으로 꾸밀 예정이다.

오는 2021년까지 1차 상권 내에 1만 세대가 입주하는 미아점은 식품관과 식당가를 리뉴얼해 서울 동북부의 '맛집성지'로 입지를 강화한다. 학생·신혼부부 등 20~30대를 겨냥한 '미니 가든' 콘셉트의 레스토랑과 카페 공간도 꾸며 지역 내 랜드마크화할 계획이다.

특히 신촌점의 경우, 대학생 등 젊은 유동인구가 많은 상권 특성을 살려 젊

은층의 관심을 끌 매장을 연이어 선보인다.

먼저, 11월에는 유플렉스 12층에 백화점 업계 최초로 '아크엔북'이 입점한다. 기존 서점과 달리 일상(Daily), 주말(Weekend), 스타일(Style), 영감(Inspiration) 등 취향에 따라 책을 분류해 놓은 것이 특징이다. 매장 곳곳에는 책을 읽으며 즐길 수 있는 식음료(F&B)도 함께 배치할 계획이다.

내년 1월 유플렉스 1층에는 루이비통 모에헤네시그룹(LVMH)이 운영하는 세계 최대 화장품 편집매장 '세포라'가 들어선다. 기존 백화점에 입점한 화장품 브랜드에 식상함을 느끼는 젊은 고객들을 위한 것으로, 제품 판매와 함께 다양한 뷰티 체험 공간도 함께 운영할 예정이다.

◆리빙관·F&B 강화

앞서 리뉴얼 오픈한 무역센터점과 천호점은 매장 운영에 변화를 줬다.

4개월의 리뉴얼을 마치고 7월 오픈한 무역센터점의 경우, 기존에 여성패션 브랜드가 입점해있던 4층에 '럭셔리 리빙관'을 오픈했다. 리빙관이 백화점 한

가운데 층에 입점한 것은 이번이 처음이다.

백화점 운영에 있어 명품과 리빙 품목이 성장을 견인하자 리빙관을 강화한 것이다.

미국 유명 팝아티스트 '로버트 인디애나', 스페인 디자이너 '파트리시아 우퀴올라' 등 유명 작가의 미술 작품을 곳곳에 전시해 마치 시내 미술관에 온 듯한 착각을 불러 일으킨다.

현대백화점 천호점은 1층 정문 옆에 F&B매장 '더 라운지'를 열었다.

주 방문객인 3040 세대의 힐링 플레이스 조성을 목적으로 1층 영업면적의 8분의 1에 해당하는 공간을 식당가로 바꾼 것이다. '더 라운지'는 이탈리아 캐주얼 레스토랑 '라그릴리아'와 커피전문점 '커피앳웍스'로 구성됐다. 커피앳웍스의 경우 백화점 운영시간보다 1시간 30분 빠른 오전 8시에 오픈하고, 보통 저녁 8시까지 백화점 운영시간보다 2시간 30분 늦은 저녁 10시 30분에 문을 닫는다. 이를 위해 백화점 외부에서 들어오는 출입구도 별도로 만들었다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



선물세트 본판매.



/롯데백화점 신세계 명절 선물.

/신세계백화점

“한우·굴비·와인 다있다”... 추석선물 대전

롯데백 19일부터 500여개 품목
굴비·와인 등 프리미엄 선물 선보여

신세계백 26일부터 총 33만세트
프리미엄 제품, 10만원 이하제품 강화

현대백 전국 점포별 특설매장 열어
한우세트 품목수·물량 30% 늘려

목을 준비해 고객들에게 선보인다.

프리미엄 선물세트로 'L-NO.9 세트(100세트, 6.5kg)'를 135만원에, 귀한 참조기만을 엄선해 만든 '영광 법성포 굴비 세트 황제(굴비 2.7kg)'를 200만원에, 세계 와인 중심 프랑스 보르도에 서도 특1등급으로 분류되는 와인만을 선별해 구성한 '5대 사포 2000빈티지 밀레니엄 세트(2세트 한정)'를 2500만원에 판매한다.

신세계백화점은 오는 26일부터 추석 선물 본판매에 나선다. 지난해 추석 총 물량보다 10% 정도 늘어난 총 33만 세트를 판매한다.

올해 신세계백화점은 명절 선물양극화 현상이 두드러지 것에 착안해 5성급 프리미엄 제품과 10만원 이하 제품을 동시에 강화했다.

대표적으로 '5스타 육포'가 있다. 1+ 등급 한우로 만들었으며, 기존 육포를 앞다리살로 제작하는 것과 달리 이번에 채끝과 우둔 부위를 썼다. 부드럽고 풍미가 뛰어난 것이 특징이다. 80g 단위로 소량 진공 포장했으며 10팩으로 구성했다. 견과에서도 프리미엄이 돋보인다. 국산 잣, 호두를 상위 1%로 선별했으며 우도

땅콩으로 차별화를 했다. 가격은 15만 원이다.

10만원 이하 선물세트로는 '광양식 한우 불고기'가 있다. 찜보다는 구이를 선호하는 젊은 세대의 취향을 반영해 구이용 고기를 30% 더 늘렸다.

연어, 고등어, 새우, 관자를 각각 소포장한 '간편 수산물 세트'도 확대했다. 청과의 경우 이른 추석을 맞아 산지 추가 확보에 힘썼다.

현대백화점은 오는 26일부터 다음달 12일까지 18일간 추석 선물세트 본판매를 전개한다. 본판매 기간 전국 15개 점포별로 150~200평 규모의 특설매장을 열고, 한우·굴비·청과 등 신선식품과 건강식품·가공식품 등을 판매할 예정이다.

올해는 명절 대표상품으로 꼽히는 한우 선물세트의 품목수와 물량을 전년 대비 각각 30% 늘렸다. 특히, '냉장 한우' 선물세트를 마련했다. 준비 물량은 총 4만 2000세트로 전체 한우 세트의 70% 이상이다.

대표상품은 1등급 등심 로스 0.9kg, 불고기 0.9kg, 국거리 0.9kg로 구성된 '현대특선한우 죽 세트(30만원)', 1등급 찜갈비 1.1kg, 1등급 등심 불고기 0.9kg, 국거리 0.9kg로 구성된 '현대특선한우 국 세트(36만원)' 등이다.

현대특선한우 죽 세트. /현대백화점

/신원선 기자



가열형+액상형 장점담은 '글로센스'

BAT코리아, 퓨전형 전자담배 첫 선

“한국은 가장 중요한 시장으로, 트렌드와 포트폴리오가 빠르게 변화하는 곳입니다. BAT코리아는 한국의 까다로운 소비자들의 눈높이에 신제품 글로센스를 선보입니다.”

김의성 브리티쉬아메리칸토바코코리아(BAT코리아) 사장은 13일 서울 성동구 성수동 복합문화공간 에스팩토리에서 글로센스 미디어 제품출시행사에서 이같이 말했다.

김 사장은 “이번에 출시하는 글로센스는 가열형 전자담배와 액상형 전자담배의 장점을 적용한 퓨전형 전자담배다”고 전했다.

BAT코리아가 선보인 'glo™ sens(글로센스)'는 기존 담배 대체 제품에 만족하지 못한 소비자들에게 새롭고 강렬한 맛을 선보이며 수준 높은 경험을 제공할 예정이다.

김 사장은 “IT기술과 트렌드에 민감한 소비자들께서 견인하는 역동적인 한국 시장에서 BAT의 차세대 제품인 글로센스를 처음 선보이게 되어 기쁘다”며 “급변하는 시장 트렌드에 대응하고 소비자에게 보다 만족스러운 대체제를 제공하고자 제품군을 확장하고 개선하기 위해 끊임없이 노력하고 있으며, 오늘 출시한 신제품은 이러한 노력의 결과물이다”고 말했다.

글로센스는 혁신적인 '테이스트 퓨전 테크놀로지'를 통해 액상형 전자담



13일 진행된 차세대 전자담배 신제품 '글로센스' 출시행사에서 BAT코리아 김의성 사장, 알퍼유스 최고마케팅책임자, 타티아나 벤티스 BAT그룹 박사가 Q&A를 진행하고 있다. /BAT코리아

배의 한계를 넘어 오리지널 담배맛을 구현한다. 글로센스는 전용 카트리지 네오 포드(neo™ pods™)에 담긴 액상을 가열해 생성된 증기가 담배 포드를 통과하면서 담배 고유의 풍미와 니코틴을 동시에 전달한다. 또한, 담배 고유의 맛과 4가지 액상 포드가 구현하는 블렌딩이 어우러져 풍부한 연무량과 감각적인 맛을 표현해낸다.

알퍼유스 BAT코리아 마케팅총괄 전무는 “풍부한 향과 담배 고유의 맛, 그리고 사용 편의성이 극대화된 글로센스가 기존 담배의 대체품을 찾는 소비자들에게 한 차원 높은 경험을 제공할 것으로 믿는다”고 전했다.

글로센스 기기는 버튼 터치만으로 대기시간 없이 풍부한 맛과 연무량을 즐길 수 있다. 한번의 기기 충전으로 하루 종일 사용하며, 매번 스틱을 교환하는 불편한 전자담배와 달리 연속 사용을 지원한다. /박인용 기자 parku7854@



글로센스와 전용 카트리지 네오 포드. /BAT코리아

/BAT코리아