

신혼 밀집 지역엔 영유아·캐주얼... 가족 지역엔 피크닉·휴식공간...

# 지역 특성 담으니 발걸음 ‘쑥쑥’... 先 명소 後 유통

## 위기의 유통대기업 돌파구를 찾아라!

〈중〉 ‘지역 랜드마크’가 관건

‘하남’하면 ‘스타필드’, ‘코엑스’하면 ‘별마당도서관’, ‘기흥’하면 ‘롯데 프리미엄 아울렛’이 떠오를 정도로 복합쇼핑몰이 지역 랜드마크로 자리매김하고 있다.

유통대기업들은 저조한 성적을 내는 백화점과 마트를 철수하는 대신 지역상권을 고려한 프리미엄 아울렛과 복합쇼핑몰 사업에 집중하는 모양새다. 이커머스 채널에서 누릴 수 없는 차별화된 콘텐츠와 쇼핑 경험을 제공해 고객의 수요를 잡겠다는 전략이다.

신세계그룹은 현재 스타필드 하남·고양·코엑스몰과 도심형 복합몰인 스타필드 시티 위례와 부천을 운영하고 있다. 신세계 관계자에 따르면 스타필드 하남은 주말 평균 약 9~10만 명의 고객이 다녀간다. 고양과 코엑스는 8~9만 고객이 방문한다. 도심형 복합쇼핑몰인 스타필드 시티의 경우 방문객 수는 약 3만에 달한다.

주말 가족단위 고객들이 복합쇼핑몰에서 쇼핑도 즐기고 엔터테인먼트 요소들도 즐기며 보내는 시간이 늘면서 오는 2022년에는 청라에 스타필드청라점이 문을 연다.

신세계 프리미엄 아울렛은 파주를 비롯해 부산, 여주, 시흥에 운영하고 있다. 신세계 파주 프리미엄 아울렛은 지역 최대 규모로 확장·리뉴얼해 지난 1일 오픈했다. 종전보다 70여개 늘어난 280여개 브랜드가 입점했으며 지역 최대 키즈전문존과 골프전문존도 들어섰다. 이로써 신세계 파주점은 수도권 서북부 최고의 관광 허브로 도약한다는 포부다.



스타필드 하남

프리미엄 아울렛·복합쇼핑몰 강화  
차별화된 지역 라이프스타일 제공

백화점比 할인율 높아 가격경쟁력  
임대사업으로 적자 리스크도 적어

다양한 브랜드·휴식·맛집·체험 등  
오프라인서만 즐길 수 있는 강점에  
체류시간 길어지고 집객력 높아져

해당 아울렛이 위치한 파주시 탄현면 일대가 앞서 4월 통일동산 관광특구로 지정되고, 아시아 최대 규모의 복합문화시설까지 들어서게 돼 전망을 더욱 밝히고 있다.

신세계는 인근 신도시에 영유아를 동반한 30대 전후의 신혼부부들이 많은 점에 주목, 아동, 캐주얼, 골프 등 가족



롯데 프리미엄 아울렛 기흥.

/롯데쇼핑

형 콘텐츠에 집중했다.

방문 고객의 라이프스타일을 고려해 브랜드가 입점한만큼 소비자들의 만족도도 상당히 높다.

롯데백화점이 지난해 12월 오픈한 롯데 프리미엄 아울렛 기흥점도 지역 특성을 고려한 아울렛이다.

롯데프리미엄아울렛 기흥점은 동탄 신도시·수원·분당까지 30분내, 서울 경기권에서 60분 내 접근이 가능하며, ‘자연담은 쇼핑 놀이터’란 매장 콘셉트를 통해 기존 상업형 아울렛과는 달리 가족들이 함께 방문해 휴식을 취할 수 있는 공간으로 꾸며졌다.

유통업계 최초로 들어선 ‘실내 서핑샵’, 10여 개의 미디어 파사드를 설치해 실제 자연 속에서 쉬는 듯한 느낌을 주는 ‘피크닉 가든’ 등이 가족단위 고객의 발걸음을 사로잡는다.

기흥점은 전체 매출 중 유아동 브랜드 매출 구성비가 기존 아울렛 대비 10%가량 높는데, 이는 기흥 지역의 부모 고객들의 수요를 잡은 것으로 분석된다. 실제, ‘숲모험놀이터’의 경우 주말 일평균 2000여명 이상이 이용할 정도로 기흥점의 명소가 되고 있다.

롯데백화점은 오는 2022년 아울렛을 산점과 의왕점을 신규 출점한다. 아울렛 매장 수만 25개로 늘어난다. 출점 계획없이 비효율 점포는 정리중인 마트 분위기와는 사뭇다르다.

AK플라자역시 백화점보다는 복합쇼핑몰 사업인 AK&에 초점을 두고 있다.

이처럼 유통대기업이 복합쇼핑몰과 아울렛 사업에 공을 들이는 지역 랜드마크로 부상해 고객 체류시간과 집객력을 높이고자 함이다.

소비자들이 온라인과 모바일 쇼핑으로 몰리면서 오프라인 채널은 가격경쟁력 면에서 뒤쳐지는 반면 아울렛은 백화점 대비 할인율이 높아 가격면에서 경쟁력이 있고, 기존 오프라인 매장에서 누릴 수 없는 다양한 체험행사를 진행해 집객력을 높일 수 있다는 장점이 있다. 또한, 복합쇼핑몰은 브랜드를 엄선해 자리를 내어주는 일종의 테넌트(임대)사업이라서 적자가 날 경우는 드물다.

업계 관계자는 “최근 소비자들이 구매 목적으로만 매장을 방문하지 않는다”며 “방문 고객의 특성을 고려해 지역 랜드마크로 자리매김하는 것이 관건, 고객 체류시간을 늘리기 위해 다양한 쇼핑경험과 콘텐츠를 제공하는 게 필요하다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 文 “경협 산단은 출발점, 지속 지원” 당부

» 1면 ‘미안마 젓줄’서 계속

### 韓 개발경험 공유 등 협력키로

실제 국제통화기금(IMF)에 따르면, 미안마의 경제성장률은 2012년 7.3%·2013년 8.4%·2014년 8.0%·2015년 7.0%·2016년 5.9%·2017년 6.7%·2018년 6.9%를 각각 기록했다. 이로 인해 미안마는 아시아의 마지막 미개척 시장으로 국제사회가 주목하는 기회의 땅이다. 미안마는 2011년 군부의 정권이양 및 민간정부 출범이 이뤄지면서 미국·유럽 연합 등의 경제제재가 해제됐다. 미안마에서 경제개발 정책이 이뤄진 배경은 이 때문이다.

문 대통령은 연설 때 “같은 배를 타면 같은 곳으로 간다”는 미안마 속담을 언급한 후 “오늘 이 자리가 양국 경제인들의 우정을 다지고, 평화와 번영을 위해 같은 배를 타는 자리가 되길 희망한다. 한-미안마 경제협력 산업단지가 우리



동남아 3개국을 순방 중인 문재인 대통령이 4일 오전(현지시간) 미안마 양곤 국제공항에 도착해 표민태인 양곤 주지사와 악수를 하고 있다. /연합뉴스

의 출발지다. 서로 돕고 배우며 미래를 향해 함께 가자”고 양국 정부간 협업을 통해 경험산단의 지속적인 지원을 당부하기도 했다.

문 대통령은 지속적 지원의 연장선상인 양국간 구체적인 미래 협력으로 ▲한국의 개발경험 미안마 공유, ▲경협산단을 비롯해 달라 신도시 개발 등 기반분

야 협력 및 우리기업 진출 지원, ▲문화 콘텐츠 공동제작 및 소비재 분야 협력을 통한 ‘사람과 사람 잇는’ 경제협력 추진 등 3가지 방안을 꺼냈다. 이어 “한국은 아세안과 대화 관계 30주년을 기념해 오는 11월 한국의 부산에서 ‘한-아세안 특별정상회의’ 및 ‘제1회 한-대륙 정상회의’를 개최한다. /미안마=우승준 기자 dn1114@

## 상표명 등 M&A 평가방식 도입을

» 1면 ‘무형자산 가치 반영’서 계속

많은 방법, 기준이 나올 수 있겠지만 우선은 M&A 실무에서 활용되는 무형자산 평가 방법을 활용하는 제안이다.

현재 M&A 실무에서는 식별 가능한 핵심 무형자산을 5개 집단으로 구분하고 있다. ▲개발된 기술(특허 포함) ▲진행 중인 연구개발, 고객 관련 요소(수주 전략, 고객 계약) ▲상표와 상표명(도메인명) ▲기타 비경쟁협정, 라이선스, 계약, 핵심에 금 등이다.

제약회사의 경우에는 특허권, 제약 공정, 연구능력을 자산화할 수 있고, 항공회사는 상표명, 항공 노선, 정비숙련도 등이 핵심 무형자산이 될 수 있다.

이런 기준으로 무형자산을 계산해 낸다면 이를 투자자에게 간결하

고, 빠르게 알리는 방법도 중요하다. 무형자산 별도 보고서를 공시하는 것 등이 대안이 될 수 있다.

정 교수는 “핵심 무형자산 공시는 자발적이고 보완적으로 이뤄져야 한다”면서 “별도 보고서에는 핵심 무형자산에 대한 요약과 평가 기준, 경영자의 명확한 반론(Disclaimer) 등을 담아 과거 2개년 측정치를 함께 공시해야 한다”고 제안했다.

다만 무형자산의 회계처리가 주관적 판단의 개입과 과대평가 유인이 될 수 있다는 것은 경계해야 한다는 주장이다.

한 회계업계 관계자는 “무형자산을 아무리 정확하게 평가한다고 해도 미래 가치를 정확하게 예측할 수 없기 때문에 정보는 불완전할 수밖에 없다”면서 “이러한 단점은 정확한 지침서 마련을 통해 상쇄해야 한다”고 설명했다. /손엄지 기자 sonumji301@