

할인부터 체험까지… ‘명절스트레스’ 백화점서 날려요

명절에 지친 고객위한 힐링 상품판매

현대百 ‘추석연휴 힐링 페스티벌’
신세계百 인기모델 할인·여행 상품

추석 명절이 코 앞으로 다가온 가운데, 유통업계가 귀성길 교통체증, 명절 가사 노동 등으로 지친 고객들을 위해 다양한 힐링 상품 판매에 나섰다.

현대백화점은 이번 추석 연휴 기간 전국 15개 백화점과 6개 아울렛에서 ‘추석연휴 힐링 페스티벌’을 진행한다. 행사 기간 각 점포별로 대형 할인 행사를 열고, 가족 단위 고객들을 위한 다양한 이벤트를 진행해 명절 연휴 기간 쌓인 피로를 풀려는 고객들의 발길을 잡기 위해서다.

또 연휴 기간 차례만 지내고 빨리 돌아와 여가를 즐기는 고객들의 발길을 끌기 위해 다양한 할인행사와 이벤트를 마련한 것.

우선 무역센터점은 오는 14일부터 17일까지 지하1층 대행사장에서 ‘레고 상품 특별전’을 진행해 인기 상품을 최초 판매가 대비 최대 40% 할인 판매한다.

판교점은 8일부터 오는 15일까지 지하1층 대행사장 ‘명절 힐링 상품전’을 열고, 여성패션·남성패션·잡화 등 이월



강남점 행사장



안마의자체험

한 것으로 나타났다. 명절 스트레스를 쇼핑으로 풀어내는 고객들이 점점 증가하는 추세이다.

14일 오전 10시 25분에는 ‘셀티바 프로바이오틱 디아이트’를 편성했으며 15일 오전 11시 15분에는 롯데홈쇼핑의 단독 패션 브랜드 ‘라우렐’의 가을 신상품을 판매한다. 고급스러운 광택과 부드러운 촉감의 메리노울 소재와 봉제선 없는 허가먼트 기법을 사용한 패션 웨어를 합리적 가격으로 선보일 예정이다.

같은날 오후 5시 35분부터 ‘호주/뉴질랜드 여행 상품’을 판매한다. 가족과 함께 떠나기 좋은 곳으로 청정자연과 여유로움이 어우러져 많은 이들이 가고 싶어하는 여행지 중 하나다. 남반구 최대 관광지인 ‘호주’와 광활한 자연의 ‘뉴질랜드 남북섬’을 모두 관광하는 일정으로 세계 3대 미항의 도시 호주 시드니, 요트와 문화의 도시 뉴질랜드 오클랜드 등이 포함되어 있다.

이외에도 오후 11시 50분부터 음식물 쓰레기 처리에 지친 주부들을 위해 ‘휴레 흄케어 음식물 처리기’ 서비스 판매를 진행한다. 토탈 흄케어 서비스를 결합한 신개념 상품으로 음식물 처리기 설치를 포함해 세탁기, 에어컨, 침대 매트리스 청소 및 라돈 측정 서비스까지 제공한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

상품을 최초판매가 대비 30~60% 할인 판매한다. 행사에는 코데즈컴파인·르샵·플라스틱아일랜드·올젠 등 20여 개 브랜드가 참여한다. 특히, 행사장에선 명절 집안일로 피로가 쌓인 고객들을 위해 안마의자·리클라이너·소파 등을 직접 체험할 수 있는 체험존도 운영할 예정이다.

각 점포별로 가족 단위 고객들을 위한 다양한 이벤트도 진행한다.

천호점은 오는 15일 13층 문화홀에서 ‘동춘서커스’ 공연을 진행하고, 판교점은 오는 14일, 15일 이틀간 각 종별 행사장에서 ‘저글링쇼’, ‘버블쇼’ 등 이벤트를 진행한다. 아울러 각 점포별로 헬스테크·바디프랜드·파나소닉 등 리빙 매장에선 안마의자 및 다양한 건강 관련

용품을 직접 체험해 볼 수 있다.

신세계백화점과 롯데홈쇼핑은 명절 직후 급증하는 고객들의 소비심리를 겨냥했다.

실제로 지난해 추석 연휴 직후 1주일 간 신세계백화점의 매출을 살펴보면 전년 동기 대비 14.0% 신장세를 보이며 ‘황금쇼핑 주’라는 것을 증명했다.

또 추석 이후는 가을 및 겨울 신상품을 본격적으로 소개하는 기간으로 전통적으로 패션과 집화 그리고 아웃도어 장르의 강세가 특징이다.

명절 전에는 주변 친지 또는 업무와 관련된 식품 관련 선물매출이 높았다면, 명절 직후에는 가족과 나를 위한 선물 그리고 다가오는 겨울을 준비하는 고객들이 많아지며 대중장르가 인기를

끌고 있는 것이다.

신세계백화점 강남점에서는 10일부터 19일까지 ‘동우모피 & 유명 모피 초대전’을 진행한다. 다양한 브랜드의 인기 모델을 50~60% 할인된 가격에 만나볼 수 있다.

오는 11일부터 26일까지 신세계백화점 본점 신관 4층 행사장에서는 ‘탑셀러 마켓 팝업스토어’를 기획해 2030세대가 좋아하는 패션·집화 브랜드를 선보인다. 모두 백화점 미입점 브랜드로 애크루, 에이취부치, 레더써전, 제이지오바니 등 젊은 세대의 취향을 적극 반영했다.

롯데홈쇼핑은 추석 이후 14~15일 이틀 동안 건강기능 식품을 비롯해 패션 신상품, 여행 상품 리프레쉬 할 수 있는 상품들을 집중 편성했다.

최근 2년간 명절 직후 소비 패턴을 분석한 결과, 여행 상품은 20%, 패션 및 뷰티 제품은 30% 이상 주문건수가 증가

성인남녀 5명 중 1명 “올 추석 혼자 보낸다”

성인남녀 5명 중 1명은 올해 추석을 혼자 보내는 것으로 나타났다.

8일 잡코리아와 알바몬이 성인남녀 2835명을 대상으로 설문조사한 결과, 응답자의 19.8%는 자신을 ‘홀로 추석을 보내는 사람을 의미하는 혼추족’이라고 답했다.

혼추족은 성별로 남성(22.4%)이 여성(17.3%)보다 많았고, 결혼 여부에 따라서는 미혼(21.3%), 취업 여부에 따라 저는 취준생(28.0%) 비율이 높았다.

추석을 함께 보내고 싶은 사람(복수응답)으로는 ‘부모님 등 직계가족’(43.5%), ‘친구, 연인(37.0%)’, ‘나 혼자 만’(28.8%), ‘친인척’(19.8%) 순이었다.

올 추석에 친지모임에 참석할 예정이라는 응답자는 56.8%였다. 친지모임에 불참하는 응답자들은 그 이유(복수응답)로 ‘친지들과의 만남이 불편하고 부담스러워서’(39.4%), ‘현재 나의 상황이 자랑스럽지 못해서’(26.8%), ‘평소 왕래가 없어서’(21.5%), ‘혼자 쉬려고’(21.0%), ‘취업 준비, 구직 활동 때문에’(20.9%), ‘출근해야 해서’(13.4%) 등이었다.

추석 풍경에 가장 어울리는 키워드(복수응답)를 꼽게 한 결과 ‘쉼이 있는, 여유로운’(54.6%)이 1위였고, 이어 ‘오손도손, 화목한’(48.0%), ‘한 데 모인, 북적북적한’(26.9%), ‘혼자만의, 자유로운’(26.7%), ‘조용한, 한적한’(25.0%) 순이었다.

/한용수 기자 hys@

대목 앞두고 손님들 북적… “싼 가격에 정 넘치고 에누리까지”

Q. 르포 망원시장을 가다

“나주 배가 한 개당 이천원 한 개당 이천원!”

추석을 한 주 앞둔 주말, 서울 마포구 망원시장은장을 보는 인파로 가득했다. 시장 곳곳에 한가위를 맞아 수확한 농산물, 제사상에 올릴 조기, 깐 밤, 전 등이 보였다. 제수용품뿐만 아니라 선물용 한과나 과일 세트도 있었다. 장바구니를 끌고 이곳 저곳에서 물건을 들여다보는 사람들이 가게 앞을 잔뜩 메웠다. 이들은 꼼꼼히 사과와 배를 들여다보고 하나하나 골라 바구니에 담았다. 한가위 대목을 앞두고 전통시장은 활기를 띠었다. 한 정육점에서는 추석 맞이 전 품목 세일을 하기도 했다.

망원시장만의 추석맞이 이벤트도 전



망원시장 곳곳에 추석맞이 이벤트 행사를 알리는 현수막이 걸려 있었다.



추석을 일주일 앞둔 망원시장은 인파로 가득했다.

4인 기준 제수용품 평균 비용 마트 보다 전통시장이 7만 저렴

행됐다. 5만원 이상 구매 고객 또는 5000원 이상 제로페이 결제 고객에게 쇼핑캐리어를 증정하고, 추첨을 통해 송편도 나눠주는 등 손님의 발걸음을 이끄는 다양한 행사가 가득했다.

추석을 맞아 떡집은 송편을 늘어놓았다. 집에서 송편 빙는 집을 위해 반죽을 판다는 문구도 걸려 있었다. 추석 전이라 그런지 송편에 손을 뺀 손님이 많았다. 망원동에 위치한 솔나무떡집 사장님은 “명절은 계속 팬찮다. 평소보다는 훨씬 장사가 잘돼서 괜찮아”고 말했다.

명절마다 전통시장을 찾는 인파로 가득한 이유는 가격경쟁력 때문이었다. 특히 차례상에 오르는 채소류나 육류, 과일류 등 식품류는 마트에 비해 전통시장이 저렴하다.

망원시장에서 20년 넘게 방앗간을 운

면 채소류는 51.6%, 육류는 30.3%, 수산물류는 25.9%, 과일류는 10.1% 더 싼 가격으로 전통시장에서 살 수 있다. 실제 시장 곳곳에는 ‘인근 대형마트와 비교해 보세요’라는 문구가 붙어 있었다.

온누리 상품권 때문에 일부러 전통시장을 찾는 사람들도 있었다. 전통시장에서만 유통되는 온누리 상품권을 할인된 가격에 살 수 있는 곳도 많고, 기업에서 보너스로 제공하는 곳도 있기 때문이다. 최근 정부는 내수 활성화를 위해 온누리 상품권 발행 규모를 2000억원 추가 확대하기도 했다. 망원시장 내에 있는 모든 가게가 온누리 상품권 가맹점이어서 유통과 환전이 자유롭다.

반면, 차례상 간소화로 예전만큼 명절 매출이 나오지 않는다는 목소리도 있었다. 유동인구는 많지만 보따리 손님이 없다는 거다. 차례상에 올라가는 물건 갯수가 줄면서 제수용품 판매량도 떻잖아 줄었다.

실제로 차례상에 올라가는 물품은 줄어들고 있다. 한국물가정보는 차례상 차림 간소화 추세에 맞춰 조사 품목을 줄였다. 과일류만 해도 5가지를 제수용품 목으로 잡았는데, 지난해부터는 3가지로 줄었다. 밀가루도 3kg에서 2.5kg으로 기준을 낮췄다.

장을 보러 온 강 모(40대 중반)씨도 “몇 년 전부터 시어머니와 이야기해 차례상 규모를 줄였다. 예전처럼 며칠에 걸쳐 제사 음식을 만드는 게 아니라 반나절이면 다 할 수 있게 차례상을 만든다”고 말했다. /배한님 기자 ericabae1683@