

체험하고 놀고 쉬고... 테마파크야? 가전매장이야?

르포 | 롯데하이마트 잠실점 '메가스토어' 가보니

국내 가전 시장이 침체된 가운데, 롯데하이마트 잠실점이 국내 최대 규모의 프리미엄 가전 체험형 매장인 '메가스토어'로 탈바꿈했다.

롯데하이마트는 오는 9일 서울 송파구 잠실동에 '메가스토어' 잠실점을 오픈한다고 7일 밝혔다. 기존 롯데하이마트 잠실점을 대폭 확장 리뉴얼한 것으로 전체 면적은 7431m² (약 2248평)으로 국내 최대 규모다.

1층에 들어서면 모바일, 스마트 모빌리티(이동수단), 사물인터넷(IoT) 등 디지털/정보기술(IT)가전을 체험할 수 있는 공간이 눈앞에 펼쳐진다. e-스포츠 경기장, 1인 미디어존, 프리미엄 오디오 청음실 등을 구성해 직접 경험해 보고 구매할 수 있게 했다.

가장 눈길을 끄는 것은 매장의 중심부에 소비자들 쉬 수 있도록 카페와 휴식 공간을 마련한 것이다.

제주서귀포 성산에서 시작해 최근 SNS 핫플레이스로 유명한 카페 '도넛커피'에서 시그니처 메뉴인 '너티클라우드'와 에그샌드위치 등 다양한 메뉴를 즐길 수 있다.

이외에도 매장 곳곳에는 고객이 쉬어갈 수 있는 휴식 공간이 마련돼 있다. 매장을 방문한 고객이라면 누구든지 매장 내 다양한 제품과 체험 콘텐츠를 즐기다가 휴식할 수 있다.

2층으로 올라가면 다양한 브랜드들의 프리미엄 가전, 대형 가전, 주방가

1인 미디어존, e-스포츠 등 체험 삼성·LG, 초대형 브랜드관 입점 다이슨 등 글로벌 브랜드 총망라

에어프라이어 활용 쿠킹 클래스 뷰티가전 셀프 스타일링 강좌도

매장 곳곳 카페, 휴식공간 마련 "올 전국에 점포 10곳 오픈 목표"

전, 생활 가전들을 한눈에 볼 수 있다.

삼성전자, LG전자 초대형 브랜드관이 입점해 원룸, 오피스텔에 맞는 1인가구부터 LG전자 '시그니처'와 '오브제', 삼성전자의 QLED TV와 '비스포크' 냉장고 등 모든 라인업 제품들을 갖췄다. 쇼룸 형식으로 구성된 매장에 앉아



캠핑카와 캠핑 용품을 전시한 매장.



캠핑카와 캠핑 용품을 전시한 매장.



매장 중앙에 마련된 고객 휴식 공간 겸 체험 공간.

/롯데하이마트

직접 방안 한가득 프리미엄 가전을 배치한 생활 환경을 체험해볼 수 있다. 이 밖에도 워니아담채, 캐리어 프리미엄관, 롯데하이마트에서 단독으로 운영하고 있는 터키 브랜드 '베코(beko)'의 브랜드관에서, 국내외 주요 브랜드의 프리미엄 대형 가전을 한 눈에 보며 체험할 수 있다.

이동우 롯데하이마트 대표는 "메가스토어 잠실점 인근에는 삼성과 LG 전문관이 각각 위치해있다"며 "경쟁사가 있는 것이 롯데하이마트에 큰 자극제가 되고, 발전할 수 있도록 동기부여가 된다"고 말했다. 이어 "삼성과 LG 대형매장이 있지만, 우리는 삼성, LG, 다이슨, 기타 해외 브랜드 등 다양한 제품을 보여줄 수 있다는 강점을 갖고 있다. 경쟁사들이 갖지 못한 것들을 앞세워 소비자를 공략하겠다"고 말했다.

실제로 메가스토어 잠실점에는 다양

한 글로벌 브랜드 건강가전과 주방가전, 생활가전을 만날 수 있다. 쿠첸, 쿠쿠, 코웨이 등 국내 브랜드와 SK매직, 쿠진아트, 돌체구스토, 드풍기, 켄우드 등 해외 브랜드의 주방가전 코너, 필립스, 테팔, 일렉트로룩스, 브라운 등의 생활가전 브랜드관, 바디프렌드, 오섬, 휴테크 등 안마이자 체험관과 위닉스, 블루어 등 국내외 브랜드의 에어케어 가전 브랜드관을 마련했다.

2층 한쪽에는 세미나실 '하이클래스'가 위치해 가전 제품을 활용한 다양한 강의 콘텐츠로 소통의 장을 마련한다. 에어프라이어, 토스터, 오븐 등 주방가전을 활용한 쿠킹클래스와 시식회, 뷰티 가전을 활용한 셀프 스타일링 강좌, 모바일 신제품 사용법 강의, 집에서 스스로 할 수 있는 전자제품 관리, PC 내부구조의 이해 등 남녀노소 모두를 아우를 수 있는 강의 콘텐츠를 지속적

으로 운영할 계획이다.

프레스투어와 함께 진행된 이날 간담회에서 이동우 롯데하이마트 대표는 올해 오프라인 점포 10곳 오픈계획과 함께 온라인 사업 확대를 발표했다.

이 대표는 "올해 메가스토어 점포를 10개 오픈하는 것을 목표로 하고 있다"며 "물리적으로 규모만 크게 만드는 것이 아니라 다양한 프리미엄 제품을 아우르면서 고객 체험을 우선으로 하는 매장으로 거듭날 것"이라고 말했다. 이어 "2012년은 온라인 매출이 전혀 없었지만, 2018년에는 4000억, 지난해 5800억, 올해는 8000억원을 기록할 것으로 예상된다. 다양한 상품 확대와 선제적 온라인 인프라 투자를 진행할 계획"이라고 덧붙였다. 또한, 온라인의 편의성과 오프라인의 경험을 결합한 O2O매장 즉, 옴니스토어도 확대할 방침이라고 전했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

신세계백 강남점 매출 2조 '신기록'

국내 단일점포 최초 매출 새역사 해롯 등 글로벌사와 어깨 나란히 라이프스타일 리뉴얼 효과 특출

신세계백화점 강남점이 대한민국 백화점 역사를 또 한번 새롭게 썼다. 지난해 누적 매출 2조원을 돌파하며 국내 백화점 최초로 단일 점포 연매출 2조원을 달성한 것.

지난 2010년 개점 10년만에 매출 1조를 돌파한 강남점은 '업계 최단기간 1조 점포'라는 타이틀을 얻은 데 이어 '국내 첫 2조 점포'라는 새로운 기록을 추가하게 됐다.

이에 따라 '2조 클럽'에 가입한 강남점은 이세탄(일본 신주쿠), 라파예트(프랑스 파리), 해롯(영국 런던) 등 세계적인 백화점들과 어깨를 나란히 하는 글로벌 백화점 대열에 합류하게 됐다.

강남점은 지난 2016년 신관 증축 및 전관 리뉴얼을 통해 영업면적을 기존 1만6800여

평(약 5만5500m²)에서 2만6200평(약 8만6500m²)으로 늘렸다. 증축·리뉴얼 전인 2015년 1조 3000억원이었던 매출은 리뉴얼 오픈 3년차인 2018년 1조 8000억원까지 급성장했고 마침내 지난해 '연매출 2조원'의 벽을 깼다.

◆백화점·면세점·특급호텔 '3박자'

강남점은 청담동등 인근의 트렌디한 패션거리는 물론 시내 면세점(신세계면세점 강남점), 특급호텔(JW메리어트), 센트럴시티(교통)까지 같은 상권을 공유하며 서울을 대표하는 글로벌 쇼핑·관광 메카로 떠올랐다.

지난해 강남점을 찾은 국가별 고객 동향을 살펴보면 중국, 대만, 러시아, 일본, 베트남 등 총 46개국의 다양한 글로벌 고객들이 찾아 이를 증명하고 있다. 특히 면

세점, 특급호텔과 연결된 구조로 더욱 큰 시너지 효과를 보고 있다.

◆라이프스타일 맞춰 '전문관' 전략

강남점의 '전문관'이란 고객들의 라이프스타일에 맞춰 A부터 Z까지 해당 장르에서 필요한 모든 상품들을 품목별 편집매장 형태로 꾸민 새로운 쇼핑 공간이다. 기존 브랜드 위주의 매장구성에서 상품위주의 체험형 매장형태로 바꾼 것이 특징이다.

강남점은 2016년 증축·리뉴얼 오픈과 동시에 슈즈, 컨템포러리, 아동, 생활까지 4개의 전문관을 선보였는데, 이들 전문관은 오픈 이후 지난해까지 매년 두자릿수의 높은 매출신장세를 보여주고 있다. 강남점의 명품매출비중은 신세계백화점 평균 매출 비중의 4배를 뛰어 넘는다.

/신원선 기자



신세계백화점 전경/신세계백화점

폰 화면 밖으로 나오는 게임 PC·콘솔 등 '플랫폼 다변화'

2018년 모바일게임 점유율 소폭 ↓ 인기게임 업고 PC·콘솔 등 성장세

한국 게임산업이 모바일 게임뿐 아니라 PC, 콘솔 게임 등 플랫폼 다변화에 나서고 있다. 여전히 모바일 게임이 주력으로 성장을 이끌고 있지만 PC 게임과 콘솔, 아케이드게임의 늘어나는 영향력도 한국 게임산업의 호재가 될 것으로 보인다.

7일 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 내놓은 '2019 대한민국 게임백서'에 따르면 2018년 국내 게임산업 매출액은 전년 대비 8.7% 늘어난 14조 2902억원으로 집계됐다. 수출액은 64억 1149만 달러(약 7조546억원)로 전년 대비 8.2% 증가한 것으로 나타났다.

눈에 띄는 부분은 모바일 게임이다. 2018년 모바일게임 매출액은 6조6558억원을 기록, 전체 게임산업 매출액의 46.6%를 차지했다. 전년 대비로도 7.2%의 성장률을 보였다. 모바일 게임은 지난 2017년 처음 PC 게임 시장의 규모를 넘어선 한국 게임 산업 중심으로 부상했다.

다만, 47.3%를 차지했던 2017년에 비해 점유율 자체만 비교하면 모바일 게임은 다소 낮아졌다. 반면, PC 게임과 콘솔 시장은 전년 대비 점유율이 늘어 플랫폼 다변화의 성장 가능성을 보여주고 있다.

PC게임 매출액은 5조236억원(점유율

35.1%), 콘솔게임 매출액은 5485억원(점유율 3.7%), 아케이드게임 매출액은 1854억원(점유율 1.3%)을 각각 기록했다. PC 게임의 성장요인은 '배틀그라운드', '던전앤파이터' 등 기존 인기 게임의 안정적인 운영과 '로스트아크' 등 신작 초반 흥행에 의한 것으로 분석된다.

특히 콘솔 게임도 닌텐도 스위치의 판매 호조와 '배틀그라운드', '데라' 등 기존 게임 지식재산권(IP)의 콘솔 버전 출시가 성장에 힘을 더했다.

글로벌 게임시장에서 한국 시장의 점유율은 동일했다. 2018년 세계 게임시장 규모는 전년 대비 7.1% 늘어난 1783억6800만 달러로 나타났다. 그 중 한국의 점유율은 6.3%로, 지난해와 동일하게 상위 4위에 위치한다. 미국, 중국, 일본에 이은 순위다. 플랫폼 별로 보면, PC 게임의 점유율은 13.9%로, 상위 10개국 중 중국에 이어 2위를 차지했다. 모바일게임의 점유율은 9.5%로 4위다.

한국 게임산업의 수출액 규모는 늘어났다. 2018년 한국 게임산업의 수출액 규모는 전년 대비 8.2% 증가한 64억 1149만 달러(7조546억원)에 이르렀다. 수출액 비중은 중국(30.8%), 미국(15.9%), 대만·홍콩(15.7%), 일본(14.2), 동남아(10.3%), 유럽(6.5%)의 순서로 나타났다.

/김나인 기자 silkni@