

# 유명브랜드 모아 대폭할인... '오프 프라이스 스토어' 뜬다

(아울렛보다 상품 할인이 높은 상점)

## 2020 패션 키워드

### KEY 매장에 몰리는 고객

아울렛과 달리 이월상품 직접 판매 2000년대 초 美 백화점서 첫 도입 롯데, 오픈 3년만에 38개점 확보 신세계, 패션의 리빙브랜드도 전개 현대, '오프웍스' 목표비 130%매출

경기 침체가 장기화에 접어들었지만, 유명 브랜드 상품은 여전히 소비자들 사이에서 활발히 판매되고 있다. 이에 백화점 3사 롯데, 신세계, 현대는 '오프 프라이스 스토어(Off Price Store)' 운영 강화에 나섰다.

유명 브랜드의 상품을 기존 가격에서 대폭 할인해 판매하는 오프 프라이스 스토어를 불황을 이겨낼 신사업모델로 적극 키워나가겠다는 방침이다.

오프 프라이스 스토어는 경기 침체에 대응하기 위하여 등장한 오프라인 유통 모델이다. 해석 그대로 기존의 가격을 벗어난 상점이라고 할 수 있다. 아울렛과는 달리 업체에서 유명 브랜드의 이월상품을 대량 매입하고 재고관리에

서 판매까지 직접 운영한다.

오프 프라이스 스토어는 2000년대 초 경제 성장이 둔화되자 미국 백화점에서 도입한 매장이다. 현재 미국 내에는 3000여 개가 넘는 오프 프라이스 스토어가 운영되고 있다.

우리나라에서도 주요 백화점들이 오프 프라이스 스토어를 개장하고 있으며 시세를 빠르게 확장해 나가고 있다.

롯데는 2015년 12월 평촌점에 '탑스(TOPS: The Off Price Store)'를 첫 선보인 이후 오픈 3년만에 38개점(백화점 20개, 아울렛 18개)을 확보하며 시장을 선점했다.

2017년 전년 대비 2배를 훌쩍 뛰어넘는 매출을 거뒀으며, 2018년에도 80% 이상 매출 성장세를 보였다. 롯데는 프리미엄 아울렛 기흥점에 리빙이 결합된 '탑스 매장'을 오픈하며 라이프스타일 샵으로도 한번 도약했다.

신세계는 2017년 스타필드 고양 1층에 '팩토리스토어' 1호점을 오픈했다. 이후 스타필드 센텀과 사이먼파주, 강남점 등을 추가로 오픈해 현재 4개의 매장을 운영하고 있다.

신세계그룹이 전개하고 있는 분더샵, 델라라나, 무스너를 등 패션브랜드

외에 까사미아, 마리메꼬 등 리빙 브랜드까지 함께 만날 수 있다. 미국 대형 유통사들이 운영하는 오프 프라이스 매장 방식을 따르면서 잘 정돈된 매장 보다는 다양한 상품과 할인폭이 큰 재고를 많이 확보하는 데 주력하는 모양새다.

대규모 팩토리형 매장인데다 70~90%까지 할인폭이 커 소비자의 관심을 모으고 있다.

현대백화점은 지난해 9월 현대시티 아울렛 동대문점에 오프 프라이스 스토어인 '오프웍스' 1호점을 개장했다.

오프웍스는 월 평균 4000~5000명의 고객들이 방문하며, 목표 대비 130%의 매출을 달성하고 있는 것으로 알려졌다.

이에 현대백화점은 올해 현대프리미엄아울렛 대전점과 남양주점 등에 오프웍스 신규 매장을 추가로 오픈하는 등 관련 사업을 확장할 예정이다.

업계 관계자는 "오프 프라이스 스토어가 소비자의 발길을 돌리고 있는 것은 확실하다"며 "지속적으로 소비자를 집객시키려면 차별화된 상품과 가격 경쟁력을 갖춰야 할 것"이라고 말했다.

/신원성 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



롯데아울렛 광고점 탑스

/롯데쇼핑



팩토리스토어

/신세계백화점



오프웍스

/현대백화점그룹

## KCC글라스, 친환경 PVC바닥재 리뉴얼

신규 디자인 대폭 추가... 총 20가지

KCC글라스는 가정용 PVC 바닥재 'KCC숲 블루(2.0mm)'와 'KCC숲 옥(2.2mm)' 리뉴얼 제품을 출시했다고 9일 밝혔다.

이번에 리뉴얼된 KCC숲 옥은 신규 디자인을 대폭 추가, 총 20가지 디자인으로 구성됐다. 트렌디한 우드 패턴과 거친 느낌의 콘크리트, 아름다운 천연 대리석과 텍스타일 등 소비자 기호에 맞게 공간에 어울리는 디자인을 선택할 수 있도록 다양한 디자인 패턴을 마련했다.

특히 신규 디자인 중 하나인 '피에트라 화이트'는 뉴트럴 톤의 마블이 돋보이는 자연스러운 대리석 무늬로 고급스러운 인테리어를 원하는 소비자들에게 많은 사랑을 받을 것으로 보인다. 우드

패턴 역시 백색도를 개선해 기존보다 더욱 시원하고 깨끗한 느낌을 살렸고, 다양한 사이즈의 디자인으로 원목의 자연스러운 무늬를 더욱 풍부하게 구현했다.

KCC숲 블루는 밝은 계열부터 어두운 계열까지 총 5종의 우드 패턴 제품이 있다. 소비자들이 많이 찾는 대중적인 디자인으로 구성했기 때문에 실내 어느 공간이든 멋스러운 인테리어 효과를 볼 수 있으며, 소형 주거 공간에도 부담 없이 시공할 수 있어 매우 실용적이다. 또한 이번 리뉴얼로 신규 추가된 디자인들에는 무늬와 엠보싱을 일치시켜 천연 소재 표면의 질감과 특성을 사실적으로 구현하는 '동조 엠보스' 기술이 적용됐다.

KCC숲 블루와 옥은 환경표지인증, HB마크 최우수 등급 등 국내 주요 친환경 인증마크를 획득한 제품이다.

/김승호 기자 bada@

## #물류플랫폼 #배송자동화 #라스트마일 효율화

현대경제연구 로지스틱스 4.0시대 특징

유통물류 선도기업 중심... 변화 가속 '디지털 트랜스포메이션 활발해질 것' '물류+α' 영역 선점, M&A 등 절실

물류 관련 기업들이 빠르게 발전하는 '로지스틱스(Logistics) 4.0' 시대에 살아남기 위해선 배송 솔루션 제공 역량 강화, 업종을 초월한 서비스, '물류+α' 영역 선점, 필요 기술 확보 등을 위한 M&A 또는 제휴 등의 노력이 절실하다는 조언이다.

'로지스틱스 4.0'이란 물류로봇, 자율운전 등에 의한 인력 효율화와 전체 공급체인의 물류 기능 표준화가 실현되는 것을 의미한다.

정보통신기술(ICT) 활용으로 '사람 개입'이 불필요한 완전자동화를 실현하는 것을 인력효율화, 산업 표준화에 의해 조달→생산→택배까지 공급체인 전체가 연결되면서 종합적인 판단에 따라 최적의 물류 프로세스를 공급하는 것을 표준화라고 한다.

현대경제연구원은 9일 펴낸 '로지스틱스 4.0시대의 특징과 시사점' 보고서에서 관련 시대에는 IoT, 빅데이터, 인공지능(AI), 블록체인, 로봇, 자율주행 등 게임 체인징 기술로 디지털 트랜스포메이션이 활발히 펼쳐질 것이라고 내다봤다.

이장균 수석연구위원은 "최근 유통물류 선도기업을 중심으로 ▲물류 플랫폼 구축 ▲물류센터 등 건물내 배송 자동화 ▲라스트 마일 배송 효율화 등 3가지 변화가 가속화되고 있다"고 설명했다.

실제로 관련 글로벌 기업들의 대응

물류 혁신의 진화 Logistics 4.0			
Logistics 1.0 (19세기 후반~)	Logistics 2.0 (60년대~)	Logistics 3.0 (80년대~)	Logistics 4.0 (현재~)
수송의 기계화	하역의 기계화	물류관리의 시스템화	IoT 진화로 인력절감, 표준화
<ul style="list-style-type: none"> <li>트럭, 철도에 의한 육상 수송의 고속화, 대용량화</li> <li>선박 보급에 의한 해상수송의 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자동창고, 자동분류기 등의 실용화</li> <li>컨테이너화에 의한 해운-육운의 일관수송 실현</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>WMS, TMS 등 물류 관리시스템</li> <li>통관정보시스템으로 통관과 수송절차의 전자화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>창고로봇, 자율운행 기기 등 보급에 의한 인력효율화</li> <li>전체 공급체인의 물류 기능 표준화</li> </ul>
*WMS= 창고 관리 시스템, TMS= 수송 관리 시스템			자료/물랜드버거

도 곳곳에서 분주하게 벌어지고 있다.

마스크는 IBM과 협력해 블록체인을 활용한 국제 무역 플랫폼 구축을 진행하고 있다.

DHL은 독일내뿐만 아니라 독일~유럽구간의 화물포워더 플랫폼인 'CILLOX'를 이미 론칭한 바 있다. 'CILLOX'는 송하인과 운송업자간 운송 계약 체결, 요금산정, 상품 추적이 가능한 플랫폼을 말한다. 페덱스는 온라인 쇼핑 중소화주용 물류서비스 플랫폼인 '패택스 풀필먼트'를 개시했다.

아마존은 주문이행프로세스의 핵심 시설인 물류센터 자동화를 선도하고 있다. 온라인 식료품 유통업체인 오카도는 로봇을 활용한 차세대 유통업 모델을 제시하고 있다.

또 대형병원이나 요양시설, 호텔, 공항 등 공공장소 뿐만 아니라 대형마트 등에서 문서나 물건을 옮기는데 옥내용 배송 로봇을 도입하는 사례가 늘고 있다.

이장균 수석연구위원은 "초연결화로 특징지어지는 4차산업혁명시대가 성숙될 수록 제품, 시장, 공급사슬, 운영

기술 등 전반에 걸쳐 물류비즈니스에 대한 혁신을 초래하고 있다"면서 "이에 따라 관련 기업들은 물류 비즈니스의 기반인 디지털 플랫폼, 운송수단, 운영기술을 융합한 솔루션을 저렴하게 공급하는 게 관건이 될 것"이라고 전했다.

그러면서 "기존에는 특정업체 또는 업종에 체화된 수직적 서비스 역량 확보에 집중했으나 앞으로는 복수 업체, 나아가 업종과 무관한 수평 통합 서비스를 제공하는 역량이 요청된다"고 말했다.

"또 물류 비즈니스도 전통적인 물류 보관 및 배송서비스에 더해 조달대행, 수요예측 뿐만 아니라 나아가 제품의 보수 유지, 조립 등 새로운 부가가치 서비스를 창출하거나 3D 프린팅을 통한 수요업체의 보수유지부품 생산까지 확대될 것"이라고 내다봤다.

아울러 로봇, 자동화기기, AI, 블록체인, 자율주행차량 등이 물류 변혁을 위한 핵심기술로 M&A나 제휴를 통해 이들 관련 기술이나 역량을 확보하는 노력이 필요하다는 조언이다.

/김승호 기자

### 교원, '엄마 취저' 온라인플랫폼 공개

(취향저격)

교원그룹이 20~40대 '엄마'들을 위해 온라인 플랫폼 '마켓85(Market85)'를 선보였다.

교원그룹은 온라인 사업 강화를 위한 첫 실험으로 온라인 플랫폼 '마켓85'를 론칭하고 기존 구문학습 및 빨간편, 웰스 등 각 브랜드와 시너지를 극대화해나간다고 9일 밝혔다.

'마켓85'는 자녀 성장 단계에 따라 맞춤형 라이프스타일을 제시한다. 이를 위해 맞춤형 키즈리빙 브랜드 '아이나래'를 우선 내놨다. 아이나래는 마켓85에서 기획한 자체 브랜드로 아이가 성장 과정에서 창의력과 상상의 나라를 펼칠 수 있도록 그에 맞는 최적의 상품을 선보인다. 나이에 맞춰 총 4단계로 분류하고, 나이별 필요한 아이들을 선별해 패키지로 구성했다.

/김승호 기자