

‘고객의 빛 되겠다’ 전층 빛 투과... 경기권 최고 백화점

내달 2일 ‘갤러리아 광고’ 오픈

한화갤러리아가 오는 3월 2일 수원 광교 컨벤션복합단지에서 ‘갤러리아 광고’를 오픈하고 경기권 최고의 백화점으로 도약한다.

갤러리아 광고는 한화갤러리아(이하 ‘갤러리아’)가 운영하고 있는 5개 점포 중 가장 큰 규모이자 10년만에 오픈하는 신규 점포로 갤러리아 백화점 사업 성장의 핵심 동력으로 주목 받는다. 연면적 15만㎡에 영업면적은 7만 3000㎡(2만 2000평)로 지하층에서 지상 12층(영업 공간 지하1층~지상 12층)의 규모다.

◆외관부터 압도적인 존재감

갤러리아 광고의 경쟁력은 외관에서부터 압도적인 존재감을 자랑한다.

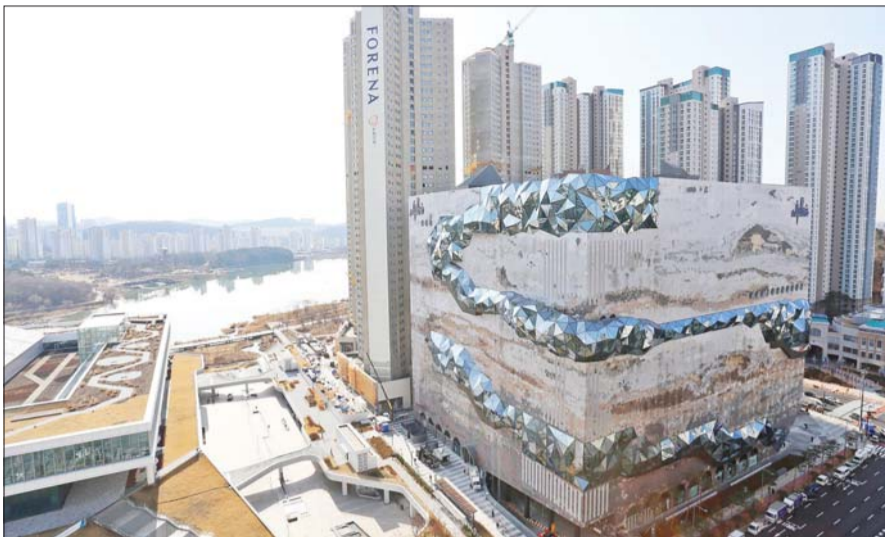
백화점에는 창문이 없다는 정형적인 형식을 깨고, 갤러리아 광고는 유리 통로인 ‘갤러리아 루프’로 백화점 최초로 전 층에 빛이 투과된다.

갤러리아 광고의 콘셉트는 ‘Lights in your life(당신 삶의 빛)’이다. 프리즘을 연상시키는 1451장의 삼각 유리가 ‘갤러리아 루프’를 이루고 있으며, 이를 관통한 다양한 빛의 스펙트럼이 매장에 쏟아진다. 다양한 빛의 스펙트럼처럼 갤러리아 광고는 고객들에게 쇼핑, 문화, 예술, 미식 등 다채로운 콘텐츠를 제안, 고객의 라이프스타일에 다채로운 빛이 되겠다는 계획이다.

총 540m의 ‘갤러리아 루프’에는 쇼핑 뿐 아니라, 유명 작가의 아트웍이 곳곳에 설치되어 있다. 특히 3층과 10층 ‘갤러리아 루프’의 계단형 광장 ‘루프 스퀘어’에서는 아트웍 전시 외에도



갤러리아 광고 루프



갤러리아 광고 전경

/갤러리아백화점

10년만에 ‘한화 갤러리아’ 오픈 지상 12층... 5곳 중 규모 가장 커

유리통로 ‘갤러리아 루프’ 조성 삼각유리1451장 ‘프리즘’ 연상

구찌·펜디 등 440개 브랜드 입점 12층 ‘VIP 라운지’ 국내 최대규모

6~8층에 삼성·LG전자 특화매장 오픈 1년차 매출액 목표 5000억

이벤트가 병행되며 다채로운 즐거움을 선사한다.

◆경기권 명품 수요 공략

갤러리아 광고는 이러한 파격적인 건축 디자인 기반 하에 수원 지역 최고의 명품 라인업을 갖추고 수원은 물론, 용인·동탄·분당 등 경기 남부권의 명품

수요를 공략한다는 계획이다.

총 브랜드는 440여개로 ▲구찌·펜디·발렌시아가 등 명품 뷰티를 비롯해 ▲불가리·예제르쿨트르·IWC·태그호이어·쇼메 등 명품시계 및 주얼리, 그리고 ▲오프화이트·발리·파비아나필리피 등 수원지역 최고의 명품 라인업을 완성했다. 주요 명품 브랜드로 구성된 2층 명품뷰티 매장은 올해 상반기내로 브랜드 별 일정에 맞춰 순차적으로 오픈한다.

층별 구성은 ▲지하 1층은 식품관인 고메이 494 ▲1층은 화장품과 하이주얼리&워치 ▲2층은 명품뷰티 ▲3층은 명품여성·컨템퍼러리 ▲4층은 국내 여성 캐주얼·슈즈 ▲5층은 남성·아웃도어 ▲6층은 키즈·애슬레저·란제리 ▲7층은 스포츠·골프·진·이지캐주얼 ▲8층은 홈리빙 ▲9층은 식당가인 고메이월드 ▲10~11층 영화관(CGV) ▲12층은 VIP라운지(갤러리아라운지)·문화센터·유튜브스튜디오(갤러리아스튜디오)

등으로 구성됐다. 특히 12층에 위치한 VIP 라운지인 갤러리아 라운지는 국내 최대 규모를 자랑하며 광고의 VIP 커뮤니티를 리딩할 계획이다.

갤러리아 광고는 층마다 특정 수요와 취향을 특화한 매장을 선보인다. 특히 6~8층은 삼성전자 ‘프리미엄 스토어’와 LG전자 ‘시그니처 키친 스위트’ 등 업계 최초로 선보이며 특화 매장을 통해 가전·전자 제품의 메카로 발돋움 한다.

6~8층에 북층으로 구성된 삼성전자 ‘프리미엄 스토어’는 국내 백화점 최대 규모의 삼성전자 미래형 매장이다. 3개 층을 관통하는 미디어아트와 AR(증강현실) 셀피존이 결합된 초대형 아트 구조물인 ‘인피니티 타워’를 설치하여 단순 제품 판매를 넘어 고객들의 상호 활동을 통한 복합문화 체험을 구현했다.

8층에는 LG전자 ‘시그니처 키친 스위트’ 전용관이 백화점 업계 최초로 문을 연다. 시그니처 키친 스위트는 지난

2016년 LG전자가 론칭 한 초프리미엄 빌트인 가전 브랜드로 서울 논현동에 쇼룸을 개관한 이후 백화점에 전용관을 여는 것은 처음이다. 냉장고, 와인셀러, 식기세척기, 오븐 등의 빌트인 라인업을 갖췄다.

◆2020년, 변화의 원년

갤러리아 광고는 대규모 컨벤션센터를 비롯해 고급 오피스텔, 호텔과 아쿠아리움(올해 말 오픈 예정)등 다양한 시설이 연계된 형태로 갤러리아가 처음 선보이는 대형 복합 쇼핑몰의 형태다. 이에 갤러리아는 국내를 대표하는 최고의 명품 백화점인 압구정동 명품관에 이어 갤러리아 광고를 ‘제 2의 명품관’으로 키우겠다는 비전 하에 오픈 1년차 매출액 목표를 5000억원으로 한다.

갤러리아 김은수 대표이사는 “갤러리아 광고는 명품 브랜드 입점 뿐 아니라, 프리미엄 콘텐츠를 지속 선보이며 명품관, 대전 타임월드와 함께 백화점 사업 성장 동력의 트로이카가 될 것”이라며 “2020년은 갤러리아 광고 오픈을 필두로 백화점 사업 강화와 함께 온라인 몰 개편, 플랫폼 기반 신사업, 신규 브랜드 발굴 및 사업 전개가 가시화되는 변화의 원년이 될 것이다”라고 말했다.

한편 갤러리아 광고는 최근 심각성이 고조되고 있는 코로나 19에 대비해 오픈 당일 오전까지 방역 활동 및 위생에 총력을 기울여 사전 준비를 철저히 한다는 계획이다. 또한 오픈 이후에도 시간·일 단위 방역 및 소독을 하는 등 고객 안전을 최우선시하여 매장을 운영할 예정이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

낙과 피해농가 돕기 선행 “고당도 ‘흠집 사과’ 사세요”

롯데마트, 밀양 사과 9만봉 매입 2.5kg 3봉 구입때 1봉당 3980원

사과 농가들이 시름을 앓고 있다. 연중 생산량의 대부분이 판매가 되었어야 할 2월임에도 불구하고, 지난해 9월, 17호 태풍 ‘타파’의 영향으로 낙과 피해를 입어 겉모양이 반듯하지 않다는 이유로 판매 부진을 겪고 있는 것.

이에 롯데마트는 태풍 피해를 입은 경남 밀양 지역의 사과 9만봉을 매입, 사과 농가 돕기에 적극 나섰다.

사과를 수확하는 시점인 10월부터 약 4개월 간 밀양시와 밀양농협과 함께 협력해 명절 기간 동안 좋은 등급의 상품을 판매했다.

이후 태풍 피해로 상처 입은 나머지 물량을 롯데마트가 사들여 책임지고 판매하게 된 것이다.

롯데마트는 27일부터 3월 4일까지 약 250톤의 물량을 전국 모든 점포에서 선보인다고 27일 밝혔다. ‘밀양 농가 돕기 사과(2.5kg/봉)’를 5980원에

선보이며, 2봉 구입하면 1봉 당 4980원, 3봉 구입하면 1봉 당 3980원에 판매한다.

이번에 선보이는 밀양 사과는 겉 표면에 약간의 흠집이 있을 뿐, 품질 및 당도에는 문제가 없다.

특히 경남 밀양 사과는 일조량이 풍부하고 일교차가 큰 지역에서 생육돼 과육이 단단하고 과즙이 풍부한 것으로 유명하다.

이은승 롯데마트 신선식품부장은 “태풍 피해로 어려움을 겪고 있는 농가들을 돕기 위해 이번 프로젝트를 기획하게 됐다”며, “앞으로도 산지의 어려움에 롯데마트가 적극적으로 도움을 줄 수 있도록 앞장서겠다”고 말했다.

/신원선 기자



신세계TV쇼핑

자연분해 플라스틱 사용 친환경 포장재 본격 도입

신세계TV쇼핑이 오는 3월부터 물, 이산화탄소, 토양무기질로 자연분해되는 생분해성 플라스틱을 단일 소재로 사용한 포장재를 본격 도입하고 친환경 경영을 강화한다. 새롭게 도입하는 포장재는 총 3종으로 워터팩, 의류 비닐, 종이 테이프이다. 그중 워터팩 비닐과 의류 포장 비닐의 2종에 생분해성 플라스틱 단일 소재를 사용했다.

워터팩과 같은 보냉용 포장재에 단일 소재로 생분해성 플라스틱을 사용한 것은 신세계TV쇼핑이 국내 최초다.

생분해성 플라스틱은 100% 자연 분해 가능한 소재로 수분과 습도 등을 조절할 때 매립 조건 아래에서는 180일 후 미생물을 통한 무기질화가 가능하다. 최적 조건에서는 100일 이내의 짧은 시간에도 분해 가능해, 기존 플라스틱 폐기물이 초래하는 환경오염의 해결책이 될 수 있을 것으로 기대되는 소재다. /신원선 기자

“봄을 부르는 별미국수” 맛 보세요

CJ푸드빌 제일제면소, 신제품 출시

CJ푸드빌 제일제면소는 다가오는 봄을 맞이해 입맛을 돋우는 봄 신메뉴를 출시한다고 27일 밝혔다.

이번 신메뉴 콘셉트는 ‘봄을 부르는 별미국수’다. ‘얼큰 달래 고기국수’는 얼큰한 사골 육수에 달콤 짭조름한 직화 고기구이를 듬뿍 올려 즐기는 별미국수다. 향긋한 제철 달래와 매콤한 청양고추가 감칠맛을 더해준다.

‘고기구이 마라비빔면’은 매콤하고 얼얼한 마라 소스와 불향 가득한 고기구이가 조화롭게 어울린다. 고명으로 올라간 수란을 터뜨려 마라 소스와 골고루 비비고 소면, 고기, 파를 톡톡 말아서 즐기기 좋다.

신메뉴 별미국수 2종은 배달이 가



제일제면소 봄 신메뉴 2종. /CJ푸드빌

능해 집, 회사 등 어디서든 즐길 수 있다. 면과 육수, 소스를 별도로 포장해 불지 않고 꼬들꼬들한 면에 손쉽게 육수와 소스를 부어 먹으면 된다. 매장에서 제공하는 수준의 맛과 품질로 배달된다. 면과 함께 선택해 든든하게 즐길 수 있는 ‘별미 결들임’ 메뉴 3종도 출시한다. ‘녹두전’은 녹두, 김치, 숙주, 돼지고기, 양파 등으로 만든 반죽으로 노릇하게 부쳤다. /김민지 기자

오리온

‘오!그레놀라바’ 출시

오리온은 간편대용식 브랜드 ‘마켓오네이치’의 신제품 ‘오!그레놀라바 카카오&유산균볼’을 출시한다고 27일 밝혔다.

오!그레놀라바 카카오&유산균볼은 통귀리, 호밀, 국산쌀 등 곡물에 깊은 풍미의 카카오 분말을 더한 제품으로, 유산



균볼을 첨가해 상큼한 맛까지 살렸다. ‘건강한 한 끼’ 콘셉트에 맞춰 든든한 포만감을 위한 견과류와 철분, 엽산, 비타민 E 등 9가지 비타민과 무기질을 더해 영양성분도 강화했다. /김민지 기자