

신세계  
영등포

# 10년 만의 리뉴얼, 쇼핑의 신세계 보여주마

89평 푸드코트, 지역 맛집 한자리 패션관, 글로벌 브랜드 대거 입점 백화점 얼굴인 1층에 식품전문관

신세계백화점 영등포점이 새 단장을 마무리하며 지역 상권에 새 바람을 불러일으킨다.

신세계백화점은 개점 10년 만에 리뉴얼을 진행해 온 영등포점이 27일 푸드코트와 해외패션전문관을 새롭게 선보이며 대변신을 완성한다고 26일 밝혔다. 특히 기존 영등포에서는 볼 수 없던 인기 맛집과 유명 브랜드를 대거 입점시켜 고객들의 발길을 사로잡을 계획이다.

영등포점은 신세계 전체 점포 중 20대 비중이 가장 높다. 지난해 신세계 전 점포의 20대 비중이 11%였지만, 영등포점은 2.2%포인트 높은 13.2%에 달했다. 그만큼 트렌드에 민감한 고객이 많은 곳으로 신규 브랜드를 흡수할 수 있는 여력이 크다.

신세계 영등포점은 이번 리뉴얼을 마무리하며 잠재적 백화점 VIP인 영 고객들을 이끌고 지역 랜드마크로 굳히겠다는 전략이다. 뿐만 아니라 영등포점은



신세계백화점 영등포점 전경



신세계 영등포점 식품관

/신세계백화점

타임스퀘어까지 연결되어 있어 인근 직장인들의 수요도 고려했다.

우선 푸드코트에서는 다양한 지역 맛집들을 만날 수 있다. 패션관 지하 1층에 89평 규모로 선보이는 이 공간에는 도시락, 분식, 족발, 김밥 등 인기 먹거리 MD를 10여개 정도 넣었다.

방배동에서 시작한 분식집 '홍미단'은 부산 강동시장의 가래떡 떡볶이를 재현한다. 떡볶이 외에도 김밥튀김, 쥐포 등의 개성 있는 메뉴가 가득하다.

치킨, 닭강정을 선보이는 '송우리 닭

공장'은 와플콘에 닭강정과 치즈를 담아주는 등 특별한 비주얼로 영 고객을 겨냥한다. 삶은 족발 전문점 '도가원', 옛날식 도시락 '윤스키친' 등과 함께 영등포점에서 처음으로 만날 수 있다.

수요미식회 등 유명 방송에 자주 등장한 '포이포이 베트남'도 입점했다. 베트남식반미 샌드위치가 주요 메뉴로, 베이커리를 전공한 셰프가 직접 매장에서 빵을 반죽하고 구워내 퀄리티가 높다. 신선한 채소와 부재료도 고객들을 만족시킨다. 서울 흥대와 부산 서면 등

에서 입소문이 난 '서울호떡'도 팝업으로 운영한다.

패션관 2층도 새롭게 달라진다. 캐주얼 위주였던 브랜드 대신 글로벌 브랜드를 대거 신규로 입점시키며 영등포 상권의 격을 올린다.

이번에 660평 규모로 오픈 하는 해외 패션 전문관에서는 기존에 영등포에서 만날 수 없었던 엠포리오아르마니, 에르노, 알렉산더왕, 막스마라, 파비아나 필리피, 플리츠플리즈, 바오바오, N 21, 비비안웨스트우드를 만날 수 있다.

리뉴얼 오픈을 기념해 브랜드데이, 사은품 증정 등 오픈 프로모션 등을 선보일 예정이다.

영등포점은 지난해 10월 생활전문관(리빙관)을 시작으로 올해 식품전문관, 영패션 전문관을 잇따라 리뉴얼 오픈했다. 리빙관은 건물 한동을 전부 생활 장르로 채운 파격적 시도로 업계 주목을 받았으며, 식품전문관 역시 백화점의 얼굴인 1층에 문을 열면서 과감한 혁신으로 평가 받았다.

3월 초에 선보인 영패션 전문관은 영 고객들이 좋아하는 스트리트 패션 브랜드는 물론 SNS 인증 명소인 아트월까지 마련해 주목을 받았다.

영등포점은 이번 푸드코트와 해외패션관까지 새롭게 선보이며 개점 10년 만의 리뉴얼이라는 과업을 완성했다.

신세계백화점 영등포점장 박순민 상무는 "기존의 틀을 깨는 혁신적인 리뉴얼을 통해 영등포점이 서남부 상권의 랜드마크 쇼핑센터로 발돋움 했다"며 "앞으로도 차별화된 콘텐츠와 구성으로 고객들의 만족을 이끌어낼 것"이라고 말했다.

/신원성 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 일본, 셀트리온-SK바이오와 코로나 치료제 개발 대응제약, 서체 'DW 임팩타민체' 무료 배포

후보물질 선별시 임상시험 지원  
백신실용화기술개발사업단 구성  
실용화 가속 위해 관련부처 협의

질병관리본부와 국내 기업들이 신종 코로나바이러스감염증(코로나19) 항체 치료제와 예방 백신 개발을 위해 나선다.

질병관리본부 산하 국립보건연구원은 26일 치료제와 백신 개발 긴급과제 공모 결과, 자체 연구 및 국내외 임상시험, 허가 등의 경험이 있고 대량생산 제조시설을 구축한 셀트리온과 SK바이오사이언스가 선정됐다고 밝혔다.

국립보건연구원은 셀트리온과 단클론항체 치료제 개발에 나선다. 단클론항체는 코로나19 완치자 혈액의 항체를

분석·평가하여 바이러스를 무력화시킬 수 있는 항체만 선별하여 치료제로 이용하는 방식이다.

SK바이오사이언스와는 합성항원(서브유닛) 기술을 이용한 예방 백신 개발을 추진한다. 서브유닛 백신은 면역 반응을 유도할 수 있는 병원체의 일부 단백질(항원)만 유전자재조합 기술로 합성, 제조한 백신으로 감염의 우려가 적고 안전성 높다.

국립보건연구원은 이번 연구를 통해 후보물질 개발과 효능 평가 등을 수행하고, 효능이 입증된 후보물질이 선별되면 비임상·임상시험도 지원할 예정이다.

앞서 국립보건연구원은 '코로나19의 치료·임상 및 백신개발 연구 기술 기반 마련'에 대한 연구계획 발표 및 산·학·연 전문가 회의를 통해, 현장에서 필요

로 하는 코로나19 대응을 위한 연구과제 수요를 발굴했고, 관련 예산을 추가로 확보했다.

정부는 백신실용화기술개발사업단을 구성해 올해 연구예산 119억5000만 원을 활용할 예정이다. 또 실용화를 가속화하기 위해 연구·개발 단계부터 식약처 등 관련 부처와 협업한다. 또 코로나19 환자를 진료하고 있는 의료기관(경북대학교, 국립중앙의료원)과 협업하여 임상현장에 필요한 환자의 임상역학과 면역학적 특성 연구를 추진하고, 관련 기술과 경험을 축적한 전문기관(광주과학기술과학원, 한국화학연구원)과 협업하여 방역현장에 신속하게 적용할 수 있는 진단자원과 치료제 평가에 필요한 자원을 개발하고 있다.

/이세경 기자 seilee@

대응제약이 '임팩타민' 브랜드 서체를 개발해 소비자와의 접점을 넓혀 나간다.

대응제약은 26일 '임팩타민' 브랜드 서체인 'DW임팩타민체'를 개발해 무료 배포한다고 밝혔다. 'DW임팩타민체'는 대응제약이 아시아 대표 국제 디자인상 'ASIA DESIGN PRIZE'에 출품해 금상을 획득한 서체이다.

대응제약은 국내외 기업들이 브랜드 이미지 강화를 위해 전용 서체를 개발하는 트렌드에 맞춰 '임팩타민' 브랜드 서체를 개발했다. 임팩타민은 '대치동비타민'이라는 입소문으로 성장해 매출 400억원을 바라보고 있는 제품으로, 대응제약은 이번 서체 개발을 통해 누구나 일상에서 쉽게 사용하도록 함으로써 소비자와의 브랜드 접점을 확대하고, '임팩트 있는 비타민'이라는 이미지를



대응제약이 개발한 브랜드 서체 'DW임팩타민체'

강화해 나간다는 계획이다.

'임팩타민'은 필수비타민B8종이 함유돼 피로회복과 에너지 생성에 도움을 주는 제품으로, DW임팩타민체는 '임팩타민'의 활기 넘치는 브랜드 이미지를 상징적으로 나타냈다. 또 글자의 중심을 위쪽에 두어 안정감과 가독성을 높인 것이 특징이다.

/이세경 기자

## 오취 종일 산뜻한 피부 '엘티밋커버 컨실러'

강력한 커버력, 촘촘한 밀착력

LG생활건강이 강력한 커버력과 밀착력으로 빈틈없이 완벽한 피부 표현을 돕는 오취의 '엘티밋 커버 톤웨어 컨실러 SPF 35 PA++'를 출시했다고 26일 밝혔다.

오취가 선보인 '엘티밋 커버 톤웨어 컨실러'는 트러블, 점 등 국소 부위부터 주근깨, 홍조, 다크써클 등 넓은 부위 커버가 가능한 쿵-픽싱 컨실러로, 듀얼 픽싱 시스템이 적용되어 피부에 뭉침 없이 빠르게 픽싱되어 강력한 커버력이 오랜 시간 유지되는 것이 특징이다.

또 피부 자극을 최소화한 마일드 스



킨 컨디셔닝 시스템을 적용해 컨실러 사용 후 시간이 지나도 끈적임 없이 산뜻하고 편안한 피부를 경험할 수 있다.

오취는 이번 신제품 출시와 함께 동일 엘티밋커버 라인의 '엘티밋커버 쿠션'에 한층 업그레이드된 고급스러운 디자인을 적용해 리뉴얼 출시했다.

/조효정 기자 princess@

## 길리어드 사이언스 코리아 코로나 취약계층에 1억 기부

길리어드 사이언스 코리아는 신종 코로나 바이러스(코로나19) 취약계층 지원을 위해 희망브리지 전국재해구호협회에 성금 1억원을 전달했다고 26일 밝혔다.

길리어드는 코로나19 사태로 인해 기초 생필품과 개인 위생용품 확보에 어려움을 겪고 있는 취약계층을 위해 1억 원의 성금을 조성했다. 이 성금은 희망브리지 전국재해구호협회를 통해 전국 코로나19 취약계층에게 생필품키트 및 마스크, 소독제 등 구호 물품을 지원 하는 데 사용될 예정이다.

/이세경 기자

## 헤지스, 기능·패션 모두 갖춘 마스크 출시

특수 원사 사용... 자외선 차단

생활문화기업 LF의 대표 브랜드 헤지스(HAZZYS)가 기능성과 패션성을 갖춘 필터 교체형 마스크를 LF몰을 통해 출시한다고 26일 밝혔다.

헤지스 마스크는 구리 파우더를 입힌 특수 원사 '큐프러스(CuPrus)'를 사용해 자외선 차단은 물론 항균 및 소취 기능이 뛰어난 제품으로, 미세먼지 포집 효율 94% 이상의 교체용 필터 마스크가 함께 구성됐다. 마스크 본체는 외부 오염 시 세탁하여 재사용할 수 있어, 내부 필터 마스크만 교체하면 지속적인 사용이 가능하다.



마스크의 디자인과 착용감도 우수하다. 얼굴 곡선을 감싸는 입체적인 핏과 뛰어난 밀착력으로 날렵한

V라인을 연출해주는 동시에 활동 중 흔들림이 적다. 또, 스트레치 기능성 및 봉제선이 없는 심리스 기법을 적용해 장시간 착용해도 귀 부분의 통증이 없으며, 통기성이 뛰어난 소재와 구조적인 볼륨감 덕분에 편안하게 호흡할 수 있는 것이 특징이다.

/조효정 기자