

코로나가 바꾼 바캉스 패션 트렌드

# 호캉스 인기로 '파자마룩' 뜬다

휴가철 호캉스 예약률 급증  
홈웨어·파자마 덩달아 불티  
자주, 전년보다 511% 신장  
BYC, 기능성 홈웨어 각광



엘라코닉 파자마 /신세계백화점

여름철 휴가 풍경이 달라졌다. 해외 여행족들이 국내로 눈을 돌리는가 하면, 도심에서 호캉스를 즐기는 사람들도 많아졌다. 실제로 서울신라호텔의 경우 7~8월의 예약률이 6월에 비해 50% 이상 높아진 것으로 나타났다. 이에 '비치웨어' 대신 '홈웨어'와 '파자마'가 휴가철 드레스 코드로 떠올랐다. 해외 휴양지에서 즐겨 입는 비치웨어 대신 호텔에서 뒹굴거리며 입을 수 있는 파자마를 구입하는 이들이 늘어난 것.

신세계백화점의 라제리 중심 편집매장 '엘라코닉'에서 판매하는 파자마는 올 1월부터 7월까지 지난해 같은 기간보다 20% 더 잘 팔렸다. 올해 새롭게 선보인 다양한 신상품도 파자마룩 열풍에 한몫하고 있다.

이달 오픈 3주년을 맞은 엘라코닉은 오는 8월 13일부터 30일까지 세일을 통해 파자마를 포함해 속옷과 이지웨어 등을 선보인다. 올해 봄·여름 상품을 구매할 경우 40~50% 할인이 적용되며, 구매 금액별 사은품도 증정한다.

엘라코닉 PB의 대표 상품 중 하나인 '코튼 아일랜드 크롭탑·팬츠'는 실내뿐 아니라 실외에서도 멋스럽게 입을 수 있다. 슬리브리스 탑과 와이드 팬츠로 구성되어 있다.

남성들을 위한 제품도 있다. 여성용인 '레드 스트라이프 코튼 드레스'와 커플로 입을 수 있는 '레드 스트라이프 코튼 남자 쇼츠'는 시어셔커 소재로 시원하다.

신세계인테리어내셔널의 라이프스타일

브랜드 '자주'에서도 홈웨어와 파자마라인이 각광받고 있다. 남녀공용 '365 파자마'는 출시 2개월 만에 판매율이 80%에 달하고 일부 제품은 완판됐다. 10부 기장부터 반팔, 4부까지 다양한 스타일로 선택의 폭을 다양화했으며 화사한 색깔과 실용적인 소재로 제작했다.

자주가 이달 29일 처음 진행한 네이버 셀렉티브 라이브 방송에서도 365파자마는 판매율 1위를 차지했으며, 상하의 세트 제품들 일부는 방송 시작 후 30분만에 품절됐다. 올해 상반기 자주 파자마 판매량은 지난해 대비 511% 신장할만큼 폭발적인 반응을 보이고 있다.

BYC도 기능성 홈웨어를 출시해 소비자들의 이목을 끌었다. 대표상품으로는 편안함을 극대화해줄 홈웨어 보디드라이 '아린쿨웨어'가 있다.

아린쿨웨어는 피부와 접촉 시 시원한 감촉을 느낄 수 있는 접촉감각 기능에 땀을 빠르게 흡수하고 건조시키는 속건성 기능이 뛰어나다. 냉감원사를 특수 제작하여 피부와 닿는 면적을 최소화했으며 통기성이 좋고 피부에 달라붙지 않아 항상 쾌적한 착용감을 유지할 수 있다. 다양한 데일리룩을 연출할 수 있으며, 편안한 홈웨어로도 겸할 수 있다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

# 런던·밀라노 '툼딕슨 카페', 韓 첫 상륙

현대백화점 압구정본점에 국내 1호점  
매장내 집기 톼딕슨이 직접 디자인



툼딕슨 카페 더 마티니 전경.

현대백화점이 압구정본점에 세계적 산업 디자이너 '툼딕슨'이 직접 디자인한 카페를 국내 처음으로 선보인다.

현대백화점은 서울 강남구 압구정본점 4층에 국내 최초로 '툼딕슨, 카페 더 마티니'를 오픈했다고 2일 밝혔다. 톼딕슨은 영국을 대표하는 산업 디자이너로, 세계 3대 디자인 박람회 중 하나인 프랑스 '메종앤오브제'에 특별 디자이너로 참여하면서 세계적인 명성을 얻었다. 철제 뼈대 위에 왕골을 감아 만든 'S 체어', 청동 구리로 디자인한 둥근 조명인 '미러볼' 등이 그의 대표작이다.

'툼딕슨, 카페 더 마티니'는 현재 영국 런던, 이탈리아 밀라노, 홍콩 등 5개국에 10여 개 매장이 있으며, 아시아에선 홍콩에 이어 이번 현대백화점 압구정본점이 두 번째 매장이다.

압구정본점에 문을 연 '툼딕슨, 카페 더 마티니'는 총 90㎡(약 27평) 규모로,

매장 내 의자·테이블·조명·식기 등의 집기는 모두 톼딕슨이 직접 디자인한 제품들로 채웠다. 카페에선 티·커피·디저트 등 식음료(F&B)는 물론, 톼딕슨이 직접 디자인한 조명과 가구, 인테리어 소품 등을 판매한다.

'툼딕슨, 카페 더 마티니'가 현대백화점 압구정본점에 국내 1호 매장을 열기로 한 것은 명품 백화점으로서의 압구정본점 위상과 무관치 않다. 압구정본점은 명품은 물론 식품까지 국내 최

고 수준의 브랜드 경쟁력을 갖춘데다, 단위 면적당 매출도 국내 백화점 가운데 가장 높다.

여기에 해외 여행이나 해외 거주 경험이 많아 새로운 트렌드에 대한 이해도가 높은 고객층을 보유하고 있다는 점도 '툼딕슨, 카페 더 마티니' 입점에 영향을 준 것으로 알려졌다.

현대백화점은 지난해부터 압구정본점에서만 경험할 수 있는 공간과 매장을 지속적으로 선보이고 있다. /신원선 기자

# 11번가, 경력개발자 100여 명 대규모 공채

커머스 포털 11번가가 대규모 경력 개발자 공개 채용을 실시한다.

11번가는 지난해에 이어 올해에도 연말까지 100여 명의 개발자를 채용할 계획이다. 프론트엔드(Front-end), 백엔드(Back-end), 앱(App) 개발, 데

이타베이스(DB) 개발, 인프라 등 개발 전 영역에 걸쳐 모집한다.

상세 채용 분야는 11번가 채용 홈페이지와 페이스북 등 소셜미디어, 링크드인, 블라인드, 로켓펀치 등 다양한 경로를 통해 확인할 수 있다. 지원서는

8월 13일까지 11번가 채용 홈페이지를 통해 접수하면 된다. 지원서 접수 후 온라인 코딩테스트, 면접 등을 거쳐 최종 합격자를 발표한다.

11번가는 이번 공개 채용을 위해 채용 홈페이지를 새롭게 단장하고 11번가의 개발문화 소개와 각 채용 분야에 대해 개발자들이 궁금해하는 내용들을 한눈에 볼 수 있게 했다. /신원선 기자

# 이마트, '3000원대 루테인' 한정판매

이마트가 온 국민의 건강을 챙기는 '국민건강 프로젝트'를 시작한다.

'국민건강 프로젝트'는 온 국민이 매일 부담없이 건강을 관리할 수 있도록 우수 건강기능식품 업체와 협업해 합리적인 가격대의 건강식품을 선보이는 캠페인이다.

이마트는 홍삼, 유산균, 비타민 등 국민 관심이 높은 상품들을 비롯해, 계절적·사회적 요인을 반영한 트렌디한 건강 관련 상품을 '국민건강 프로젝트' 상품으로 지속 출시할 계획이다.

이마트는 국민건강 프로젝트 1차 상품으로 '국민 루테인(500mgX30캡슐·사진)'을 선보이고, 출시 기념으로 '국민 루테인' 2만5000개 한정수량을 '리미티드딜'로 정사가 대비 50% 할인한 3900원에 판매한다.



'리미티드딜'로 구매시 매일 130원으로 눈 건강을 챙기는 것이며, 행사 종료

후에는 정사가 7800원에 판매한다.

루테인은 노화로 인해 감소될 수 있는 황반 색소 밀도를 유지해 눈 건강에 도움을 주는 것으로 알려진 건강기능식품이다. '국민 루테인'은 건강기능식품 전문제조기업인 코스맥스엔비티에서 생산하며, 캡슐 1개(500mg)당 루테인 1일 섭취 최대함량 20mg을 담았다.

또한,비타민 A, 비타민 B1, 비타민 B2, 비타민 B12, 비타민E, 베타카로틴, 셀렌, 아연 등 8가지 기능성 성분까지 추가로 넣었다. /신원선 기자

# 홈플러스, 국내 첫 '올위스 와인' 선보여

전국 114곳서 15종 판매

홈플러스는 호주 최대 유통 기업 올위스 그룹과 협업을 통해 국내 최초로 '올위스 와인' 15종을 전국 114개 주요 점포에서 선보인다고 2일 밝혔다.

올위스 그룹은 호주 전역에 걸쳐 약 1000개의 슈퍼마켓과 230여 개의 와인 전문 매장 '댄 머피', 1300여 개의 주류 전문 매장 'BWS'를 운영하는 유통 기업이다.

먼저 판매 점포에서 공통적으로 선보이는 '올위스 앰버튼 쉬라즈 카베르네 소비뇽(750ml, 9900원)'은 부드럽고 대중적인 맛이 특징이다. 올위스가 해당 와이너리를 인수하기 전 와인 메이커 이름인 '앰버튼'을 현재까지 그대로 사용하며 해당 상품 고유의 맛을 강조



모델들이 2일 서울 등촌동 홈플러스 강서점에서 '올위스 와인'을 선보이고 있다. /홈플러스

했다. 또 ▲올위스 워터컬러 모스카토(750ml, 1만900원) ▲올위스 워터컬러 샬도네이(750ml, 1만900원) 등 상품은 화이트 와인을 전문으로 생산하는 워터컬러 와이너리에서 만들어달콤하고 청량한 맛을 극대화했다. /신원선 기자

# “키보드계 명품 ‘마이크로 키보드’ 만나요”

롯데백, 잠실점 등 4곳서 판매

올 여름은 수영장 같은 물놀이 시설의 방문을 자제하면서 이를 대체할 수 있는 실내의 놀이 완구의 인기가 꾸준히 높아지고 있다.

여름방학과 바캉스를 맞이해 놀이 완구의 수요에 맞춰 롯데백화점은 8월 3일부터 롯데백화점 4개 점포(본점, 잠실점, 영등포점, 김포공항점)의 토박스 매장에서 키보드계의 명품 '마이크로 키보드'를 선보인다

마이크로 키보드는 정교한 기술력과 안전성을 바탕으로 세계 83개국에서 판매되고 있는 스위스 키보드 브랜드다. 가벼운 무게와 안정적인 주행감을 주는 특허 받은 기술력으로 일반 키보드의 5배가 넘는 고가임에도 불구하고 '키보드계의 명품'이라고 불리며 아이를 키우고 있는 부모들의 관심을 받고 있다. 이에 롯데백화점은 8월 3일부터 롯데백화점 본점, 잠실점, 영등포점, 김포공항점 총 4개 점포의 토박스(TO EBOX) 매장에 별도로 마이크로 키보드 판매 매장을 확보했다.

대표 상품으로 미니헨즈 디럭스 LE



롯데백화점 마이크로키보드 /롯데쇼핑

D(신장 110cm 이하, 허용중량 25kg 미만)는 15만 4000원, 맥시 T디럭스 L ED(신장 110cm 이상, 허용중량 60kg 미만)는 23만4000원에 판매한다.

아울러 키보드를 구매할 때 보다 안전하고 편리한 이용을 위해 운동화를 추가로 함께 구매하는 경우가 많은 점을 고려해 8월3일부터 28일까지 마이크로 키보드 구매 시 토박스 운동화를 함께 구매하면 운동화를 10%할인 해주는 프로모션도 진행한다.

한동성 롯데백화점 상품기획자는 "안전에 대한 부모의 고민이 많은 만큼 안전성을 인정받은 '마이크로 키보드'를 준비했다"고 말했다. /신원선 기자