

주요 백화점, 추석 선물 본판매... 프리미엄·고가 집중

롯데 23일간 전 지점서 판매
건강 고려 홍삼 등 제품보강

신세계 온라인 선물하기 서비스
한우 맛집 협업, 명품 한우 세트

현대 점포별로 특설매장 오픈



신세계백화점에서 추석 선물세트를 구입하는 소비자 /신세계백화점

주요 백화점이 다음 달 추석을 앞두고 늘어나는 선물 수요에 대비해 프리미엄 선물세트를 늘리고 본판매에 돌입한다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 인해 고향을 방문하는 대신 고가의 선물로 마음을 대신하는 소비자가 늘어날 것으로 예상됨에 따라 물량을 대폭 늘렸다.

롯데백화점은 7일부터 29일까지 23일간 전 점에서 추석 선물세트 본판매를 진행한다.

올 추석에는 프레스티지와 프리미엄 선물세트, 지역 유명 특산물 세트, 친환경 동물복지 선물세트 등 500여개 품목을 준비해 선택의 폭을 한층 넓혔다. 특히, 코로나19로 고향 방문을 대신하여 선물을 보내는 수요가 증가할 것으로 예상, 프리미엄 선물세트 및 인기 선물세트 물량을 중심으로 20% 이상 확대했다.

품격있는 선물을 준비하는 고객들을 위해 '프레스티지 선물세트'를 준비했다. 대표 품목으로 한우 1++등급 중에서도 최상위 등급의 한우 세트인 'L-N O.9 세트(100세트 한정, 6.5kg)'를 170만원에, 귀한 참조기만을 엄선해 만든 '영광 법성포 굴비 세트 황제(굴비 2.7kg)'를 200만원에, 세계 와인 중심 프랑스 보르도에서 1등급으로 분류되며 5대 샴포를 대표하는 와이너리 와인으로 구성된 'KS 1994년 올드 빈티지 그랑크뤼 세트(2세트 한정, 3병)'를 700만원에, 세계 3대 진미 중 하나로 '땅속 다이아몬드'라고 불리는 '프리미엄 생트러플(송로버섯) 세트(120g)'를 55만원에 판매한다.

최근 건강한 먹거리에 대한 고객들의 관심이 급증하고 있는 것을 고려해 쾌

적한 사육 환경을 갖춘 농장에서 길러 국가 인증을 받은 '친환경·동물복지 선물세트'도 선보인다. 대표적으로는 '친환경 화식 한우세트(2.0kg)'를 32만원에, '동물복지 돈육 세트(2.4kg)'를 9만 8000원에 판매한다.

코로나 19로 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 기초 면역력을 증진시키는 데 도움을 줄 수 있는 로얄제리, 프로폴리스 선물세트와 간편하게 섭취가 용이한 스틱형 프리미엄 홍삼 등 추가로 준비해 건강 선물세트 물량을 보강했다.

신세계백화점은 14일부터 전 점포에 추석 특설매장을 열고 본판매에 나선다. 앞서 신세계백화점이 지난달 24일부터 9월 3일까지 진행된 추석 예약판매 실적에 전년 추석 대비 13.6%의 신장세를 보였다.



롯데백화점 추석 선물 한우엘넘버나인세트 /롯데쇼핑

이번 예약판매 기간 동안 온라인 매출은 51.3% 가량 늘어나는 등 언택트 소비의 인기를 증명했다. 이러한 언택트 시대에 맞춰 신세계백화점 쇼핑앱(쓱닷컴 내 신세계백화점 탭)을 통해 '온라인 선물하기' 서비스를 전체 추석 선물세트로 확대 했다. 온라인 선물하기 서비스는 간편하게 선물을 주고 받을 수 있는 서비스로 추석선물을 구입할 고객들이 많을 것으로 예상된다.

현대백화점도 예약 판매 기간(8월14일~9월5일) 매출이 지난해 추석 같은 기간과 비교해 67.6% 증가했다. 같은 기간 법인 고객의 매출은 91.3%나 늘었다.

현대백화점은 오는 14일부터 추석 연휴 전날인 29일까지 16일간 압구정본점 등 전국 15개 전 점포에서 '2020년 추석 선물세트 본판매'를 진행할 예정이다. 본판매 기간 전국 15개 점포별로 150~200평 규모의 특설매장을 열고, 한우·굴비·청과 등 신선식품과 건강식품·가공식품 등을 판매한다.

업계 관계자는 "명절임에도 불구하고 코로나19로 고향을 방문하거나 직접 만나 인사하기가 어려워졌다"며, "마음을 담은 선물로 감사와 안부 인사를 대신하고자 하는 고객들이 많을 것으로 예상된다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

신세계면세점, 빅데이터 신사업 발굴 본격화

KDX한국데이터거래소와 협약
산업변화에 맞춰 코로나시대 대비



박재현 KDX 한국데이터거래소 대표(왼쪽)와 손영식 신세계디에프 대표이사(오른쪽)이 기념사진을 찍고 있다. /신세계면세점

면세점을 방문한 외국인의 소비 트렌드를 손쉽게 알 수 있게 됐다. 신세계면세점은 지난 4일 KDX 한국데이터거래소와 빅데이터 사업 공동 추진을 위한 업무협약을 체결했다고 6일 밝혔다.

이번 업무협약식은 서울 중구 충무로에 위치한 KDX 한국데이터거래소에서 진행됐으며 손영식 신세계디에프 대표와 박재현 KDX 한국데이터거래소 대표가 참석했다.

이번 협약에 따라 앞으로 개인정보 등 민감정보를 제외하고 외국인 면세점 구매 트렌드, 내국인 선호 출국지 및 구매 상품 분석 등이 데이터거래소를 통해 거래될 수 있다. 공개된 자료는 관광

·쇼핑 분야의 마케팅 전략 수립 시 활용될 것으로 예상된다.

신세계면세점은 코로나19로 인한 급격한 산업 환경 변화에 발맞춰 포스트 코로나 시대를 대비한다는 방침이다.

지난 8월, 데이터 3법 개정안(개인정

보 보호법·정보통신망법·신용정보법 개정안)이 본격 시행되면서 4차 산업혁명 시대의 '경쟁력'인 데이터를 기업은 물론, 개인도 더욱 폭넓게 활용할 수 있게 됐다.

4차산업혁명위원회가 실시한 데이터 3법 관련 설문조사에 따르면, 국민의 약 80%가 일상생활 속에서 빅데이터 기반 서비스를 경험했다고 답했고, 이용자의 약 90%는 서비스가 유용하고, 삶의 질 향상에 도움이 된다고 답했다.

이번 업무협약을 통해 신세계면세점은 한국데이터거래소 빅데이터 플랫폼에 참여해 ▲데이터 상품의 유통 및 거래 활성화 ▲이종(異種) 산업 간 데이터 결합상품 개발 ▲빅데이터 신사업 발굴을 위해 적극적으로 협력해 나갈 예정이다. /신원선 기자

매출 방어 나선 프랜차이즈... 배달강화 총력

맞춤형 메뉴·배달 범위 확장

코로나19 사태가 쉽게 사그라들기 어려울 것으로 여겨지면서 프랜차이즈업계에서는 배달 서비스를 한층 강화하며 매출 방어에 나섰다.

지난 5일 업계에 따르면 국밥 브랜드 '육수당'은 최근 지역 매장을 중심으로 '나홀로밥상'이라는 배달 전문 브랜드를 론칭했다. 1인가구 및 혼밥족들을 위한 비빔밥, 정식세트, 막국수 등의 메뉴로 구성돼 있다.

커피빈도 코로나19 이슈로 언택트 서비스에 대한 선호도가 증가함에 따라 집이나 사무실에서도 간편하게 커피와 디저트를 먹을 수 있도록 배달 서비스를 도입했다. 이를 위해 지난 4월부터 시범 테스트를 진행했으며 최근에는 배

달앱 요기요와 딜리버리 서비스 활성화를 위한 업무협약을 체결하는 등 배달 강화에 두 팔을 걷어붙였다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 심야배달과 일반인 배달 서비스인 우리동네 딜리버리를 확대한다. 전국 2000점까지 심야배달 서비스 가능 매장을 늘리는 한편, 서울 지역내 GS25 점포 주문건을 대상으로 했던 우리동네 딜리버리 서비스 범위를 전국으로 확장했다.

치킨 프랜차이즈 BBQ의 경우 새로운 매장 형태인 'BSK(BBQ Smart Kitchen)'을 선보이며 배달 서비스를 특화했다. BSK 매장은 8~12평 소규모 매장으로, 비대면 트렌드에 맞춰 내부 손님은 받지 않고 배달대행업체를 통한 배달과 포장에만 집중한다.

/원은미 기자 silverbeauty@

비대면 추석에 한우 판매 '활활'

이마트 한우세트 사전예약 26% ↑

올 추석 고가 선물의 대명사인 한우 매출이 강세를 보이고 있다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 '사회적 거리두기'에 동참하는 사람들이 추석에 고향을 방문하지 않는 대신 고가의 선물을 하는 심리 때문인 것으로 분석된다. 이마트의 8월 13일부터 9월 3일까지 추석 선물세트 사전예약 판매 매출을 분석해 보면 전

체 실적이 11% 증가한 가운데 한우 세트는 25.6% 증가한 것으로 나타났다.

특히, 한우 중에서도 20만원 이상의 고가 한우 세트의 매출과 비중이 모두 증가했다. 같은 기간 이마트 한우세트 가격대별 매출을 살펴보면 20만원 이상의 한우 세트 매출은 전년 대비 28.4%의 고신장을 기록했으며, 매출 비중도 작년보다 2%p 올라 69%를 차지하는 것으로 나타났다.

이마트는 이러한 트렌드를 감안해 올



피코크 제주한우세트 /이마트

추석 20만원 이상의 고가 한우 세트 물량을 전년보다 30% 가량 확대한 한편, 30만원 이상 프리미엄 세트 가짓수도 작년 9개에서 올해 14가지로 대폭 늘렸다. /신원선 기자

갤러리아百, 남성 편집샵 'G494H' 리뉴얼

갤러리아백화점이 명품관에 직영으로 운영중인 최고급 남성 복합 편집샵 'G.STREET 494 HOMME'(이하 G494H)를 7년 만에 리뉴얼 오픈했다고 6일 밝혔다.

갤러리아가 직접 운영하는 G494H는 이태리, 영국, 프랑스 등 럭셔리한 클래식 브랜드부터 트렌디한 디자이너 브랜드까지 감각적인 셀렉션으로 남성 토탈 패션을 선보이고 있다. 이번 리뉴얼을 통해 G494H 편집매장에서는 ▲VIP룸과 ▲하이주얼리&와치존, 그리고 ▲라



G494H 매장전경 /갤러리아백화점

이프스타일 팝업존 등을 신설했다는 것이 특징이다. /신원선 기자