

여행 대신 인테리어... 명품가구로 카페같은 집 만든다

신세계 올 가구매출 41.7% 성장
강남점에 '플렉스폼' 팝업 선보여

현대 무역센터점 4층에 리빙관
세계 정상급 리빙 브랜드 입점

신종코로나바이러스감염증(코로나19) 사태가 장기화되면서 집에 체류하는 시간이 길어졌다. 이에 인테리어에 대한 관심과 소비가 급증하면서 명품 가구 시대가 왔다.

최근 보상소비심리 영향으로 명품 시장세가 뚜렷한 가운데, 인테리어에 관심이 커지며 가구 시장도 커지고 있다. 소파 하나도, 침대 옆 협탁 하나도 허투루 선택하지 않고 유명 수입 브랜드, 디자이너 작품을 선택하는 것이다.

실제로 신세계백화점의 올해(1월~8월) 가구 매출은 작년 같은 기간보다 41.7% 성장했다. 코로나19 재확산으로 소비 심리가 위축된 8월도 39.1% 신장했다.

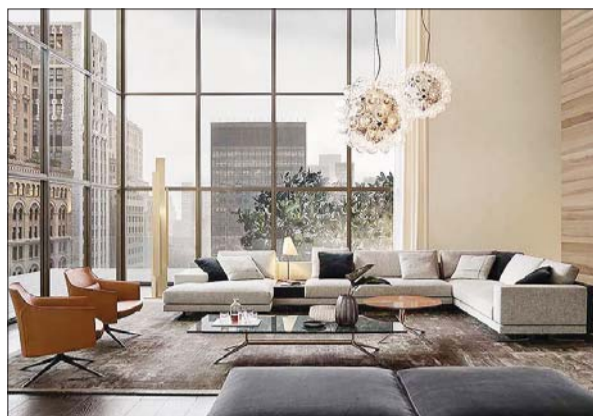
국내에서 최초로 매출 2조원을 달성한 신세계 강남점은 다양한 명품 가구 브랜드로 고객들을 맞이하고 있다. 고가의 제품들이지만 그만큼 차별화된 제



신세계백화점 강남점 생활전문관 전경. /신세계백화점



신세계 강남점 폴트로나트라우 매장. /신세계백화점



폴리폼 /현대백화점그룹

품에 지갑을 여는 고객들이 점점 늘고 있다.

100년 이상의 역사를 자랑하는 '폴트로나트라우' 브랜드가 대표적이다. 이태리 장인정신을 대표하는 브랜드 중 하나로 대표 상품으로는 소파 세트 6837만원, 암체어 863만원, 사이드 테이블 1163만원, 스톨 279만원 등이 있다.

신세계백화점 강남점은 명품 가구에 대한 수요를 반영해 팝업 행사를 진행 중이다. 지난달부터 10월 22일까지 강남점에서는 '플렉스폼'의 팝업을 선보이는 것.

코로나19 이전에도 최근 몇년간 국내

홈퍼니싱 시장은 꾸준히 성장 중이다. 통계청에 따르면 국내 홈퍼니싱 시장은 2008년 7조원에서 2016년 12조5000억원으로 두 배 가까이 커졌다. 2023년에는 18조원으로 확대될 것으로 보인다.

신세계백화점 박성주 생활팀장은 "위라벨 문화가 확산된 후 일과 삶을 구분하고 집을 위해 과감히 투자하는 고객이 점점 늘어나고 있다"면서 "명품 가구 브랜드의 다양한 제품들이 인기를 끌고 있다"고 말했다.

현대백화점은 지난해 무역센터점의 9층에 있던 리빙관을 백화점 한 가운데인 4층으로 옮겨왔으며, 세계 정상급 리빙 브랜드를 선보이며 '럭셔리 리빙 메

카'로 떠올랐다.

이탈리아 '까시나', 프랑스 '리네로제', 네덜란드 '모오이' 등 세계 정상급 리빙 브랜드의 국내 1호 매장을 선보인 데 이어 지난달 업계 최초로 이탈리아 초럭셔리 가구 브랜드 '폴리폼(Poliform)'을 오픈했다. 매장에서는 테이블·식탁·소파 등 30여 종의 가구 제품을 판매한다.

또한, 고객 취향대로 선택할 수 있는 '시스템 가구'도 선보인다. 대표 상품은 '피닉스 키친(2억9000만원대)', '센자피네 시스템 옷장(5300만원대)', '월 시스템 거실 선반장(5500만원대)', '몬드리안 소파(5200만원대)' 등이다. 올

상반기 무역센터점의 3040 VIP 매출에서 리빙이 차지하는 비중은 39.7%에 달한다.

보다 저렴하면서 합리적인 소비로 인테리어를 꾸미는 소비자들도 늘었다. 이케아의 2020 회계연도에 따르면, 기흥점, 동부산점 등 신규 매장과 도심형 점점을 선보이며 전년 대비 32.6% 성장한 6634억원의 매출과 총 매장 방문객 1230만명을 기록했다. 코로나19의 영향으로 집과 홈퍼니싱에 대한 관심이 높아짐에 따라 이커머스 채널은 전년 대비 13.6% 증가한 4470만명이 방문하는 성과를 기록했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

햇반 현미쌀밥 출시... 잡곡밥 라인업 강화

CJ제일제당, 영양소 담고 식감 살려
발아현미밥·매일오곡밥 등 총 8종



CJ제일제당 잡곡밥 햇반 현미쌀밥

건강 트렌드 확대와 잡곡밥 선호 증가 추세에 따라 CJ제일제당이 햇반 잡곡밥 라인업을 강화한다. CJ제일제당은 햇반 잡곡밥 신제품 '햇반 현미쌀밥'을 출시했다고 8일 밝혔다.

'햇반 현미쌀밥'은 소비자가 가장 선호하는 잡곡인 현미를 자연 상태 그대로 지은 제품으로, 쌀겨와 쌀눈(배아)이 고스란히 담겨 영양소가 풍부한 것이 특징이다. 햇반만의 노하우인 '잡곡별 최적 불림시간 조절'로 고슬고슬한 현미 본연 식감을 살리면서도 잡곡의 거

친 식감을 잃어 남녀노소 누구나 부드러운 현미밥을 즐길 수 있다.

이 제품 출시로 햇반 잡곡밥 라인업은 현미쌀밥, 100% 현미밥, 발아현미밥, 흑미밥, 매일오곡밥, 매일잡곡밥, 매일콩잡곡밥, 매일찰잡곡밥까지 모두 8종이 됐다. 이처럼 CJ제일제당이 햇반

잡곡밥 확대에 주력하고 있는 것은 가정 간편식(HMR) 트렌드 확산 속에서 즉석밥에서도 간편하게 현미, 흑미, 보리 등 다양한 잡곡밥을 먹기를 원하는 소비자가 늘고 있기 때문이다.

가정에서 직접 지어 먹으려면 여러 잡곡을 따로 구입해 보관해야 하고, 쌀과 별도로 불리는 시간이 필요하며, 흰 쌀과 잡곡 비율을 잘못 맞추면 기대했던 맛과 식감이 안 나올 수도 있다. 개인 취향, 입맛, 건강 상태 등에 따라 즉석밥도 골라먹고자 하는 경향도 증가하고 있는데, 이를 때 잡곡 즉석밥은 적절한 대안이 된다. 특히 건강식, 영양식, 다이어트식이 필요한 경우 이제 잡곡밥은 필수 식단이 됐다. /조효정 기자 princess@



"추석 '그리팅' 반찬 선물 하세요"
'그리팅 추석 선물세트'를 소개하고 있다. /현대백화점그룹

8일 경기 성남시 현대백화점 판교점 지하 1층 식품관에서 모델들이 맞춤형 케어푸드 브랜드

우크라이나서 '릴 솔리드' 판매 개시

KT&G-PMI, 협업 두번째 성과

KT&G의 권련형 전자담배 '릴 솔리드(lil SOLID)'와 전용스티크 '핏(Fiit·샤진)'이 우크라이나에 현지 시간으로 7일 판매 개시됐다. 러시아에 이은 KT&G와 필립모리스 인터내셔널(PMI) 양사 글로벌 협업의 두 번째 성과다.

KT&G와 PMI는 지난달 17일 '릴 솔리드' 러시아 출시 약 3주만에 동유럽 국가인 우크라이나까지 출시국을 확대하면서 글로벌 전자담배 시장

진출을 본격화하고 있다. 두 번째 출시국인 우크라이나는 인구가 약 4천2백만명으로 러시아와 마찬가지로 전자담배에 대한 소비자들의 관심이 있는 국가다.

현지에 출시되는 '릴 솔리드'는 '다크네이비' '화이트' '블루' 3가지 색상이며 전용스티크는 '핏 레귤러(Fiit REGULAR)' '핏 바이올라(Fiit VIOLA)' '핏 크리스프(Fiit CRISP)' 총 3가지로 러시아 출시 제품과 동일하다. PMI는 KT&G와의 계약에 따라 우크라이나 시장에서 PMI의 자원과 지식 및 인프라를 활용해 제품 판매를 전담할 계획이다. /원미지 기자 silverbeauty@

GS샵, 스마트 학습 '웅진스마트올' 론칭

GS샵은 언택트 교육 시대를 맞아 초·중·고등 AI(인공지능) 스마트 학습서비스인 '웅진스마트올'을 론칭한다.

'웅진스마트올'은 에듀 전문기업인 웅진씽크빅의 40년 교육 역사가 담긴 초등 스마트학습 프로그램이다. GS샵에서 9월 오전 11시35분 첫 방송된다.

'웅진스마트올'은 초등 교과목 학습과 독서습관까지 완벽하게 만들어준다. 매일 최대 약 1억 건의 학습 빅데이터를 기반으로 구축된 AI 플랫폼을 통해, 개인별 맞춤 학습과 난이도에 맞는 문항을 제공한다. '웅진스마트올'은 기본형(엠펙시오 패드 구성) 12개월 사용시 월 13만9000원, 28개월 사용시 월 9만9000원에 이용할 수 있다. /신원선 기자

BGF리테일-NHN, 맞손·운영

편의점 CU를 운영하는 BGF리테일이 NHN과 손잡고 발달장애인 스태프와 함께하는 CU굿프렌즈마트점을 오픈했다고 8일 밝혔다.

CU굿프렌즈마트점은 판교테크노밸리 플레이뮤지엄 사옥 내에 마련된 편의점 공간으로, 이곳에서 NHN의 자회사형 장애인 표준사업장인 'NHN 굿프렌즈'가 정규직으로 채용한 6명의 발달장애인이 스태프로 근무하게 된다.

BGF리테일은 발달장애인에게 양질의 일자리를 제공한다는 굿프렌즈마트 기획 취지에 심본 공감하며 외·내부 전문가의 자문을 받아 점포 디자인을 짰다.

CU굿프렌즈마트점의 가장 큰 특징은 100% 셀프 결제 매장이라는 것이다. /신원선 기자

해당 점포에서는 고객들은 대기 없이 간편하게 스스로 상품을 스캔하고 결제할 수 있는 4대의 셀프 계산대가 운영된다.

발달장애인 스태프들이 상품 진열 및 보충, 청결 관리에 집중할 수 있도록 CU의 셀프 결제 노하우를 적용한 것이다.

발달장애인 스태프를 위해 처음으로 점포 내부에서 사용 가능한 트롤리도 선보인다. 트롤리는 스태프들이 낙하고 없이 상품을 안전하게 옮길 수 있도록 도와주는 보조 역할을 하게 된다.

이에 맞춰 스태프가 트롤리와 함께 이동하는데 불편함이 없도록 진열대와 진열대 사이 공간을 기존 점포보다 30% 확대해 여유 동선을 확보했다.

또한, 주기적인 교육이 지속적으로 필요한 발달장애인의 특성에 맞춰 스태프를 위한 휴게 및 교육 공간도 확대했다. /신원선 기자

