

# 현대백, 아울렛+예술... 라이프스타일 제안 '신개념 쇼핑'

## 프리미엄아울렛 '스페이스원'

남양주 다산신도에 내달 6일 오픈 국내 첫 '갤러리형 아울렛' 선보여 아티스트와 협업 '모카가든' 조성 축구장 5개 크기 5개 정원 만들어



모카가든.



스페이스원 조감도.

/현대백화점그룹

오는 11월 경기도 남양주 다산신도에 기존 교외형 아울렛과 미술관·공원 등을 결합한 새로운 형태의 아울렛이 들어선다.

현대백화점은 다음달 6일 경기도 남양주시 다산신도에 프리미엄아울렛 4호점이자, 국내 첫 '갤러리형 아울렛'인 '현대프리미엄아울렛 스페이스원(SPACE1)'을 오픈한다고 4일 밝혔다.

갤러리형 아울렛이란 국내외 유명 브랜드의 이월 상품을 판매하는 기존 교외형 아울렛에 문화나 예술적 요소를 결합한 신개념 쇼핑 시설을 말한다. 스페이스원의 문화·예술 관련 시설 면적은 총 3만 6859㎡(1만 1150평)으로, 상품을 판매하는 매장 면적(5만 1365㎡, 1만 5538평)의 70% 수준에 달한다. 현대

백화점이 운영중인 프리미엄아울렛의 점포별 평균 문화·예술 관련 시설 면적(6611㎡·2000평)보다 6배 가량 넓다.

스페이스원은 '쇼핑(Shopping)과 놀이(Play), 예술(Art), 문화(Culture) 그리고 경험(Experience)과 '최초·단 하나'의 의미를 담은 '원(One)'의 앞글자를 따 조합한 것으로, 고객들에게 쇼핑·문화·예술 등 수준 높은 라이프스타일을 제안하는 공간이란 의미를 담고 있다.

현대백화점 관계자는 "프리미엄아울렛 시장 경쟁이 심화되면서 기존처럼 합리적인 쇼핑만 강조해서는 차별화되기 어렵다고 판단해, 쇼핑과 문화·예술

체험이 동시에 가능한 갤러리형 프리미엄아울렛을 선보이게 됐다"며 "고객에게 새로운 경험을 제안하기 위해 점포명도 시(市)나 구(區)의 명칭을 사용하지 않았다"고 말했다.

현대백화점은 이를 위해 스페이스원 곳곳을 다양한 문화·예술 콘텐츠로 채울 예정이다. 우선, 세계적 아티스트 겸 디자이너 '하이메 아온(Jaime Hayon)'과 협업해 스토리텔링형 문화·예술 공간인 '모카 가든(MOKA)'을 선보인다. 하이메 아온은 스페인 출신으로, 지난 2013년에는 미국 시사 주간지 타임(TIME)이 선정한 '가장 창의적인 아이 콘'에 선정되기도 했다.

모카 가든은 '하이메 아온 가든', '모카 라이브러리', '모카 플레이' 등 총 3개의 시설로 구성된다. 하이메 아온 가든은 '이야기를 건네는 조각정원'을 콘셉트로 해 하이메 아온이 직접 디자인한 강아지·원숭이 등 8점의 조각 작품들이 들어선다.

모카 라이브러리는 그림책 원화 전시와 문화·예술 교육 프로그램 등을 진행하는 미술관이며, 모카 플레이는 놀이 시설과 벽면에 인류 진화 과정을 담은 벽화가 함께 있는 공간이다. 회사 측은 모카 가든을 방문하는 고객들에게 새로운 경험과 영감을 줄 것으로 기대하고 있다.

국내 작가들의 예술 작품들도 설치, 전시된다. 1층 야외 광장에 조각가 심재현이 작업한 높이 7m, 길이 13m의 대형 조형물인 '더 카니발리아 20(The Carnivalia 20)'이 설치되며, 매장 내부에는 설치 미술가 최정화 작가가 만든 5m 크기의 '스타(Star)' 등이 들어설 예정이다. 현대백화점은 향후 스페이스원에 국내외 유명 작가들의 예술 작품을 추가로 설치할 계획이다.

현대백화점은 또한 스페이스원 내부와 외부에 5개의 정원을 꾸밀 예정이다. 정원 면적을 다 합치면 3만 5206㎡(약 1만 650평)으로, 축구장(7140㎡) 5개를 합친 것과 비슷한 크기다. 현대백화점은 향후 대규모 정원을 야외 음악회, 영화 시사회 등 다양한 문화 이벤트를 진행할 예정이다.

박상준 현대프리미엄아울렛 스페이스원 점장은 "스페이스원이란 이름에 걸맞게 점포를 방문한 고객들에게 기존 프리미엄아울렛에서는 느낄 수 없었던 문화·예술·휴식 등의 새로운 가치를 제공할 계획"이라며 "스페이스원을 통해 국내 프리미엄아울렛의 새로운 기준을 제시할 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

# 신세계백, 명품매장 곳곳에 미술작 전시

강남점에 작품 250여점 전시·판매 큐레이터 상주... 판매 시너지 효과



신세계 강남점 3층 고객 라운지. /신세계백화점

명품 매장을 예술 작품으로 꾸민 신세계 강남점의 실험이 통했다.

신세계백화점 강남점은 지난 8월 리뉴얼을 통해 명품 매장 곳곳에서 미술작품을 상설 전시 및 판매했다. 회화부터 사진, 오브제, 조각 작품 250여점을 매장 벽은 물론 통로, 고객 라운지 등에서 감상할 수 있다.

고객 관심이 폭발적으로 늘어나면서 기존 120여점에서 한달 만에 2배 이상 작품이 늘었다.

신세계갤러리에서 직접 운영하는 이 공간은 전문 큐레이터가 상주하며 고객들에게 작품을 소개하고 구매까지 돕는다. 쇼핑을 하며 미술작품까지 감상할 수 있는 특별한 경험을 선사하는 것이다.

실제로 리뉴얼 한 달이 지난 후 반응은 뜨겁다.

미술 작품 및 아트 오브제는 총 28점이 판매되며 열기를 입증했다. 특히 회화 작품과 고미술품에 대한 문의가 많았다. 상대적으로 크기가 작은 소품 및 오브제는 판매가 꾸준했다.

대표 작가로는 회화에서 김미영, 김영세, 김혜나, 김한기, 박경아, 버넌 피셔, 서정빈, 양홍규, 윤향로, 전현선, 차규선, 허명욱, 허우중의 작품을 만날 수 있다.

사진은 김대수, 민병현, 엘리트 어워, KDK 등이 있으며, 조각 작품은 마

크 스완슨 등이다. 아트 프린트도 확대되어 김환기, 이우환, 김종학의 리미티드 에디션 프린트도 구매 가능해졌다. 17개의 벽면으로 구성된 매장 속 아트월(art wall)은 사진부터 회화, 조각까지 다채로운 작품으로 꾸며 쇼핑의 즐거움을 제공한다.

3층 한가운데에는 고객들을 위한 라운지도 있다. 편안하고 모던한 느낌으로 꾸민 이 공간은 품격 있는 인테리어와 현대미술이 절묘하게 결합된 공간이다. 엘리트 어워가 담은 20세기 중반의 파리 사진이 특히 눈길을 끈다.

명품과의 시너지 효과도 있었다. 이곳이 갤러리인지 백화점인지 헷갈릴 정도로 독특한 이 공간에서 쇼핑하는 것에 만족하는 고객이 많았다.

옷 하나를 사도 예술작품을 소비하는 듯한 기분이 든다는 반응도 있었다. 강남점 리뉴얼 후 한 달 간 명품 매출은 전년 동기(8월21일~9월20일)대비 37.1% 신장했다. /신원선 기자

# 롯데백, 침구·패브릭 소품 등 최대 65% ↓

13개 브랜드 참여 11일까지 행사

롯데백화점은 일교차 큰 요즘, 새로운 침실 인테리어를 제안하기 위해 총 13개의 브랜드와 함께 다양한 소재와 디자인의 침구, 패브릭 인테리어 소품을 2일부터 오는 11일까지 최대 65% 가격 할인된 가격에 판매한다.

신종코로나바이러스 감염증(코로나19)와 쌀쌀해진 날씨로 집에서 보내는 시간이 늘어나는 추세 속, 인테리어에

대한 관심 증가로 리빙 매출이 큰 폭의 상승세를 보이고 있다. 실제 롯데백화점 리빙 상품군 매출은 지난 3개월간(6~8월) 전년 대비 14% 증가했다. 특히 9월 들어서는 침구류에 대한 관심이 높아지며 침실 관련 홈패션 트렌드는 9월 들어서 전년비 16% 상승하며 본격적으로 수요를 이끌고 있다.

쌀쌀하고 일교차 큰 요즘 날씨, 가장 인기있는 홈패션 품목은 차렵이불이다. 차렵이불은 따뜻하게 사용하도록



소파라움 소프티.

/롯데백화점

솜을 촘촘히 넣어 만든 이불로 가볍고 보온성이 좋다. 또 다양한 색상과 디자인으로 소비자의 선택이 폭넓게 가능하다. 실용적으로 이불을 뽀뽀로 세탁할 수 있는 장점이 있다. /신원선 기자

# "실속 쇼핑으로 명절증후군 풀어요"

## 유통가 '포스트 추석' 마케팅

갤러리아백 '타임펠리스' 팝업 오픈 홈플러스 차별화 '집밥레시피' 제안 이마트 8일부터 식기·침구류 할인

명절 증후군을 쇼핑으로 푸는 소비자들이 늘어남에 따라 유통업체가 '포스트 추석' 마케팅에 돌입했다.

갤러리아백화점은 지점별 실속 있는 혜택이 담긴 상품 행사 및 팝업 스토어 등을 진행하며 포스트 추석에 나선다.

압구정동에 위치한 갤러리아명품관 이스트 팝업존에서는 독립 시계 제작사들의 달러샵인 '타임펠리스' 팝업이 10월 6일부터 19일까지 진행된다. 해당 팝업 매장에서는 카베스타, 드윗, HYT 등 다양한 하이엔드 시계를 선보인다.

갤러리아 광고에서는 오는 12일까지 전신 교정용 기능성 신발 깔창 브랜드 '디아펠리스' 팝업 스토어를 진행, 무료 발 건강 측정 서비스를 제공한다. 또한 프랑스 프리미엄 키즈 브랜드 '봉뽕앙' 이월 상품전도 11일까지 이어진다. 대전 타임월드에서는 이탈리아 럭셔리 패딩 브랜드 '페트레이'가 10월 8일부터 11일까지 팝업 오픈과 함께 브랜드데이를 전개한다.

홈플러스는 추석연휴동안 지친 고객들의 일상생활 복귀를 돕기 위해 오는 7일까지 포스트 추석마케팅을 펼친다. 행사기간동안 가을시즌 먹거리를 강화하고, 보다 차별화된 '집밥' 레시피를 제안한다.

먼저 마이홈플러스 멤버십 회원을 대상으로 오는 3일부터 7일까지 5일간 미국산 초이스등급 부채살, 살치살을 20% 할인해 각각 1990원(100g), 3110원(100g)에 판매한다.



홈플러스 스페셜 목동점



집밥과 함께 홈플러스를 위한 세계맥주와 와인, 보드카 등 각종 주류상품도 다양하게 선보인다.

이마트는 오는 8일부터 14일까지 대규모 식기 및 침구류 할인 행사를 선보인다.

대표 상품으로 4인 밥상에 알맞은 '뉴본 식기 세트 20P'를 1만 9900원에 판매한다. 뉴본 식기 세트는 밥공기 4입, 국공기 4입, 소스볼 4입, 디저트볼 2입, 소형 접시 4입, 대형 접시 2입으로 이뤄진 식기 세트로 핑크와 블루 두 가지 색상으로 구성했다.

이마트는 가을을 맞아 새로운 식기 구매에 대한 수요가 증가할 것으로 예상했다. 이에 생산 공장과 직접 기획을 통해 식기 1만 세트를 대량으로 주문 제작해 '초저가 식기세트'를 출시하게 됐다.

이베이코리아가 운영하는 쇼핑사이트 G9(지구)에서는 오는 12일까지 '추석연휴 홈쇼핑 연합 세일대전'을 연다. GS홈쇼핑, NS홈쇼핑, 신세계tv쇼핑, 롯데홈쇼핑, SK스토아가 참여한다.

/신원선 기자