

# 체력강화 + 자신감 증진 두 토끼 권투·주짓수 등 '진화하는 홈트'

G9, 호신운동 관련 상품 판매량  
권투·격투기 제품 83% 급상승  
글러브 217%, 샌드백 92% 늘어



이종격투기 글러브(위)와 물통형 샌드백 /G9

'호신운동'이 홈트의 새로운 버전으로 급부상하고 있다. 이전에는 다이어트를 위한 운동을 즐겨 했다면, 요즘에는 운동에 대한 시각변화로 체력강화와 자신을 지킬 수 있는 일석이조의 '호신운동'이 각광받고 있다.

홈트 열풍이 진화하면서 집에서 다양한 호신운동을 하려는 수요가 늘고 있는 것이다. 호신운동의 대표 종목은 권투, 주짓수, 격투기 등이다. 근력향상에 탁월해 체력이 좋아지고 상대방과의 대련이나 수련을 거치면서 자신감 증진에도 도움을 준다.

실제로 G9가 추석 직전 한달 기준(8월21일~9월20일)으로 전년 대비 호신운동 관련 상품 판매량을 조사한 결과, 권투/격투기 제품은 83%, 근력강화에 좋은 웨이트기구는 45% 신장했다. 세부적으로 알아보면, 권투글러브는 3배 이상(217%) 증가했고, 샌드백은 92% 늘었다. 웨이트 기구 중 악력기/완력기의 판매량은 130%, 아령/덤벨

은 62%, 근력/스트레칭밴드 67% 증가했다.

호신운동을 즐길 때 착용하는 스포츠 잡화 관련 제품 또한 전반적으로 상승세다. 팔꿈치 보호대와 발목보호대는 각각 60%, 100% 올랐다. 운동 효과를 바로 측정할 수 있는 스포츠시계는 86%, 신체 밸런스 및 체온 유지에 도움

을 주는 스포츠목걸이/팔찌는 2배 이상(167%), 스포츠마스크/버프는 3배 이상(219%) 늘었다. 운동용품을 다용도로 보관할 수 있는 기타스포츠가방(33%)도 오름세를 나타냈다.

호신운동이 각광받는 이유는 최근들어 운동의 목적을 몸을 키우거나 줄이기 위해서가 아니라 건강한 삶 자체에 두고 있기 때문이다.

문화체육관광부가 전국 17개 시·도 만 10세 이상 국민 9000명을 대상으로 실시한 '2018 국민생활체육 참여 실태조사'에 따르면, 1년간 규칙적으로 운동을 한 생활체육 참여율은 62.2%에 달했다. 5년 전인 2013년에 비해 16.7%포인트 증가한 수치다. 건강을 위해 체력을 기르는 운동이 생활습관으로 자리 잡은 것으로 분석된다.

G9 관계자는 "요즘 운동에 대한 시각 변화로 다이어트 보다는 체력강화와 내 몸을 지키기 위해 운동을 시작하는 사람들이 늘다 보니 자연스럽게 '호신운동' 관련 제품 구매가 급증하고 있다"며 호신운동에 필요한 팔꿈치보호대, 발목보호대 등의 스포츠보호제품 수요도 덩달아 증가하고 있다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



스타필드 안성

## 맞춤형 쇼핑·엔터·F&B 라인업 완성

스타필드 안성 내일 그랜드 오픈

63m '스타 전망대' 힐링 대표공간  
랩스타바 등 70여 개 맛집 선보여



스타필드 안성 별마당키즈

경기남부 최대 쇼핑 테마파크 스타필드 안성이 10월 5일과 6일, 이틀 동안 프리 오픈 기간을 거쳐 10월 7일 그랜드 오픈한다.

신세계프라퍼티와 글로벌 쇼핑몰 개발 운영기업 미국 터브먼사가 공동 출자한 스타필드 안성은 서울 경기 수도권을 넘어 처음 선보이는 스타필드로, 지하 2층, 지상 3층 높이에 연면적 24만㎡, 동시 주차 5000대 규모를 갖춘 경기남부 지역 최대 실내 복합쇼핑몰이다.

신세계프라퍼티는 스타필드 안성의 성공적인 상권 안착을 위해 지역 특성을 세밀히 분석하고, 그동안의 경험과 노하우를 접목해 지역민을 위한 맞춤형 쇼핑, 엔터테인먼트, F&B 라인업을 완성했다.

◆쇼핑몰에서 보내는 색다른 힐링

스타필드 안성은 외부 야외 공간과 각종 전시 콘텐츠, 그리고 비대면 온라인 프로모션을 통해 고객들이 줄을 서거나 모이지 않고도 힐링과 체험을 할 수 있도록 기획했다. 먼저, 대표 공간 중 하나로 63m 높이의 '스타 전망대'를 꼽을 수 있다.

스타 전망대에 올라서면 울창한 상수리나무숲과 야외 광장을 한눈에 감상할 수 있도록 했고, 전망대 4층에 핫플레이스 카페 '가배도'의 프리미엄 브랜드, '가배도 아라모드'도 최초로 선

보여 고품스러운 카페 분위기 속에서 안성 시내 전경을 보며 스페셜티 커피를 즐길 수 있도록 했다.

또, 반려동물과 맘껏 뛰놀 수 있고, 함께 식사도 할 수 있는 '햇파크'와 친환경 습지주변으로 계절마다 새로운 꽃과 초목이 심어지는 '산책로'를 조성해 고객들이 편하게 시간을 보낼 수 있도록 했다.

◆유명 맛집 총망라한 F&B 시설

고객 입맛을 사로잡는 트렌디하고 색다른 F&B 매장들도 스타필드 안성에서 만날 수 있다.

고메스트리트와 시티마켓, 잇토피아 등 1층부터 3층까지 층마다 다양한 F&B 시설들을 갖추고, '랩스타바', '낙원테산도', '비파티세리' 등 SNS상에서 핫한 70여 개의 맛집들을 선보여 스타필드 안성을 찾은 고객들의 입맛을 사로잡을 예정이다.

이 밖에도, 신도시 개발로 인구수가 급증하고 있는데 반해 쇼핑 시설이 상대적으로 부족한 지역 상황을 고려해 일부 수도권에서만 만나볼 수 있었던 할인 전문점, 글로벌 패션 브랜드 등을 지역 최초로 대거 유치했다.

/신원선 기자

## 롯데백, 올 겨울 '뽀글이' 플리스패션 대세

롯데온, 블랙야크 폴라베어 단독판매  
사은품으로 보온 보냉병 선착순 지급



블랙야크 플리스 /롯데쇼핑

롯데백화점이 올 겨울 MZ세대 패션 아이템으로 실용성과 가성비를 갖춘 플리스를 꼽았다. 지난해 품절 대란을 일으켰던 플리스가 올 겨울에도 인기를 끌 전망이다.

상반기 MZ세대를 사로잡은 패션 키워드 중 하나를 꼽자면 8090년대 레트로 감성을 재해석한 '뉴트로'다.

부모님의 옷장 속에 있던 촌스러운 패션들이 대세로 떠올랐고, '아재 패션'으로 여겼던 낚시 조끼, 스포츠 샌들 등도 트렌드가 되었다. 플리스 역시 한때는 겨울철 실내용이나 아우터 안에 입는 이너웨어로 입던 직장인들의 패션이었다면, 이제는 뉴트로 패션 대열에 힘입어 가을/겨울 필수 아우터로 자리 잡았다.

클린컨텐 보온 보냉병 사은품을 지급한다. 깜짝 라이브를 통해서도 제품을 만날 수 있다. 해당 방송은 롯데백화점 라이브 커머스 채널인 '100LIVE'에서 10월 6일 18시 30분부터 시작된다. 제품의 특성 및 장점을 방송으로 생생하게 확인할 수 있다.

블랙야크 폴라베어 시리즈는 기본 디자인인 '폴라베어 플리스', 후드 일체형 디자인의 '폴라베어 후드 플리스', 무릎 아래까지 내려오는 긴 기장의 '폴라베어 롱 플리스' 3개 라인을 출시했다. 평소 의상 스타일에 맞춰 골라입기 좋다. 컬러도 다양하다. 아이보리, 블랙, 샌드, 베이지, 블랙 올리브, 더스티 핑크 등 라인별로 각각 다른 컬러를 준비했다. 포인트 컬러의 배색으로 세련된 느낌을 준다. 다양한 형태와 컬러로 커플룩, 패밀리룩, 시밀러룩 등 가족, 연인, 친구와도 함께 입기 좋다.

/신원선 기자

## 롯데마트 "횡성한우 30% 할인 받아요"

14일까지 엘포인트회원 대상 진행

롯데마트는 오는 14일까지 전 점에서 '횡성 한우 행사'를 진행해, '횡성한우' 전품목을 엘포인트(L.POINT) 회원 대상 최대 30% 할인된 금액에 판매한다고 5일 밝혔다.

횡성한우는 대한민국 대표 한우 브랜드로 중 하나로, 축산물 경진대회에서 명품 인증을 8회 수상한 우수 한우 브랜드이다. 또한, 횡성한우는 횡성 지역의 축적 및 단단한 육질 형성에 영향을 미쳐 육질이 부드럽고 향미가 뛰어나다는 특징이 있다.

롯데마트가 이번에 횡성한우 행사를 기획하게 된 것은, 프리미엄 차별화 상품군을 강화해 고객들의 발길을 사로잡기 위함이다. 실제로 롯데마트는 올



횡성한우 /롯데쇼핑

해 초부터 차별화 상품군 판매 확대에 적극적으로 나서고 있다.

대표적으로 지난 3월에는 한우 최고 등급인 '투빨넘버나인'을, 5월에는 신선도 유지를 위해 도축 후 3일 이내 매장에 진열/판매가 이뤄지며 최고의 맛을 제공하기 위해 도축 후 8일까지만 매장에서 판매하는 '초신선 3일 돼지'를 선보였다.

/신원선 기자

## 현대백 투홈서 6개 식품패키지 한정판매

삼성전자와 맞손... 23일까지 진행

현대백화점은 삼성전자와 손잡고 오는 23일까지 온라인 식품몰 현대식품관 '투홈'에서 고객의 라이프스타일에 맞춘 6가지 식품 패키지를 구성해 선착순 한정 판매한다고 5일 밝혔다. 행사 기간 매주 월요일부터 금요일까지 오후 12시에 30명 한정 판매하며, 1

인당 1회 구매 가능하다.

이번 행사에 선보이는 투홈 비스포크 패키지는 현대식품관 투홈에서 단독으로 판매되는 가정간편식, 신선식품 등으로 구성됐다. 먼저 20~30대 1~2인 가구를 겨냥한 '솔레니얼 패키지(6만원)'는 몽탄 한상차림 꽃갈비 세트, 스와니에 트러플 아이스크림으로 구성됐고, '플레이팅 싱글 패키지(6만



현대백화점\_현대식품관 투홈 비스포크 패키지 /현대백화점그룹

원)은 고메 프리미엄 호주산 양 프렌치랙과 소포장 감자, 모니니 올리브 오일 등으로 구성됐다.

/신원선 기자