

현대백 판교점, 명품쇼핑 메카로... 피아제 부띠끄가 '방점'

경기·인천 내 첫 입점, 국내 9번째
오픈기념 10m 대형 트리 선보여

루이비통·구찌·생로랑·티파니 등
강남 백화점 수준 명품 라인업 갖춰

현대백화점 판교점이 새로운 명품 쇼핑 메카로 떠올랐다. 146년 전통의 스위스 럭셔리 주얼리·시계 브랜드 '피아제 (PIAGET)' 부띠끄가 문을 열면서 명품 쇼핑 메카의 위상이 한층 더 공고해진 것이다.

현대백화점은 판교점 1층에 피아제 부띠끄 매장을 오픈했다고 22일 밝혔다. 피아제는 수입 명품 브랜드 중에서도 매장 수에 제한을 두는 대표적인 브랜드로, 경기·인천지역에 피아제 부띠끄가 입점하는 건 현대백화점 판교점이 처음이다. 이번에 오픈하는 판교점 매장은 피아제의 국내 9번째 매장이다.

피아제는 1874년 조르주 에두아르 피



현대백화점 판교점 피아제 매장 전경



현대백화점 판교점 피아제 매장 전경

/현대백화점그룹

아제(Georges Edouard Piaget)가 스위스 라 코토펬(La Cte-aux-Fes) 지역에 작은 무브먼트 회사를 설립하면서 시작했다. '언제나 완벽, 그 이상을 추구하라'라는 설립자의 모토 아래 시계와 주얼리를 선보이고 있다.

현대백화점은 피아제 부띠끄 오픈을 기념해 다음달 31일까지 판교점 1층 중앙광장에 피아제 로고와 각각 각색의 보석들로 꾸민 가로 7m, 세로 10m 크

의 대형 크리스마스 트리를 선보인다. 국내에서 피아제 크리스마스 트리를 선보이는 것은 이번이 처음이다.

이번 피아제 부띠끄 오픈으로 현대백화점 판교점은 서울 강남지역 백화점 수준의 명품 라인업을 갖추게 됐다. 현재 판교점에는 루이비통·구찌·생로랑·까르띠에·티파니·에르메스·오메가·IWC·등 21개의 하이엔드 명품 브랜드가 입점돼 있다. 이는 서울 외 경

기·인천지역 백화점 중 최대 규모다.

현대백화점 관계자는 "판교점 인근에는 소득 수준이 높은 30~40대 젊은 고객이 많아 명품 소비가 활발하다"며 "이번 피아제 부띠끄 입점으로 명품 쇼핑을 위해 판교점을 찾는 고객들이 크게 늘 것으로 기대하고 있다"고 말했다.

실제로 올해(1~10월) 판교점 20~40대 고객의 명품 매출 비중은 57.1%로, 현대백화점 15개 점포 평균(48.0%)보

다 15% 포인트 이상 높다. 특히, 올해 들어 10km 이상 원거리에서 판교점에 명품을 구매하러 오는 '원정 쇼핑객'도 큰 폭으로 늘고 있다. 올해 1월~10월 판교점에서 명품을 구매한 고객을 지역별로 분석해보면, 판교점에서 10km 이상 거주하는 고객 매출이 지난해 같은 기간과 비교해 15.7% 늘었다.

앞서 7월에는 영국 럭셔리 패션 브랜드 멀버리가 리뉴얼 오픈했고, 영국 하이엔드 리빙 브랜드 '티모시울튼'도 문을 열었다.

현대백화점 관계자는 "올해 오픈 6년차를 맞는 판교점이 압도적인 규모와 국내 최고 수준 명품 브랜드를 앞세워 수도권 남부지역의 쇼핑 지도를 바꿔놓고 있다"며 "교통 접근성 개선으로 경기도 광주·이천·안양·과천 등에서 판교점을 찾는 명품 쇼핑객들도 서서히 늘어나고 있어, 앞으로 수도권 쇼핑메카로서의 위상이 더욱 굳건해질 것으로 기대하고 있다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데백, 밀레니얼 취향저격 '힙화점' 구현

24~39세 직원, 연구원 선발 MTT 구성
아이디어 '힙화점' 영등포점에 적용

롯데백화점의 역멘토링 제도를 통해 채택된 젊은 직원들의 아이디어가 현실화된다.

롯데백화점은 작년 3월부터 밀레니얼 세대 직원(만 24~39세)을 연구원으로 선발, 3~6개월간 경영진에게 그들만의 문화를 전수하는 '밀레니얼 트렌드 테이블(MTT, Millennial Trend Table)'을 시행해왔다. MTT로 선발된 직원들은 매주 금요일마다 소속부서가 아닌 별도 장소에서, 미래의 핵심 고객층인 밀레니얼 세대가 선호하는 상품과 공간을 직접 경험하고, 현업에 적용시키는 방안을 연구하여 경영진에게 직접 보고한다. 현재 여러 기업들이 역멘토링 프



슬로우스테디클럽 서울숲 매장 /롯데백화점

로그램을 운영하고 있지만, 롯데쇼핑 MTT는 아이디어는 실제 사업에 적용시켜 추진하는데 차별점이 있다.

역멘토링 1기에서 채택된 첫 아이디어 '힙(Hip)화점'이 드디어 올해 12월 롯데백화점 영등포점 1층에 구현된다. MTT 1기 사원들이 기획한 힙화점 전략의 주된 골자는 '비일상적 순간을 바라보며 일상을 살아가고, 그 비일상적 순간을 자신만의 취향과 기준으로 채우는

힙한 밀레니얼'이 늘어나기 때문에, 이러한 변화에 맞추어 백화점 또한 힙하게 탈바꿈해야 한다는 것이다. 직장, 학교, 가정 그 평범한 삶에서 편리와 효율만을 추구하다가도, 주말에는 개인의 취미와 취향을 위해 크고 작은 플렉스(FLEX)를 추구하는 밀레니얼 세대의 감성을 반영했다. 이에 기존 백화점의 틀을 완전히 벗어난 힙화점을 구현하기 위해 실행 조직인 H프로젝트팀이 신설되었다.

힙화점은 밀레니얼 연령층에서도 자신만의 취향과 기준이 가장 명확한 '크리에이터'를 타겟으로 공간과 콘텐츠를 구성할 계획이다. 영등포를 서울의 새로운 '힙타운'으로 만들겠다는 포부로, 업계의 유명 디렉터들과 협업하여 그동안 백화점에 없던 매장을 구현 중이다. /신원선 기자



스타필드, 크리스마스 트리 설치

쇼핑테마파크 스타필드가 크리스마스 시즌을 앞두고 지친 일상에 따뜻한 마음을 전하는 '러브 투게더'라는 콘셉트에 맞춰 스타필드 안성, 하남, 고양 등 점포 내 각각각색의 크리스마스 트리를 설치, 연말 분위기 조성에 나섰다. /스타필드



광주신세계 화이트 빌리지.

/신세계백화점

"스타벅스 샌드위치 새벽배송 받아요"

SSG닷컴, 25일 '스타벅스 온라인샵'

새벽배송으로 스타벅스 샌드위치와 주스를 주문해 아침식사를 할 수 있게 됐다.

SSG닷컴은 오는 25일부터 '스타벅스' 온라인샵을 연다고 22일 밝혔다. 일반 병 음료나 상품 쿠폰은 판매된 바 있지만, 스타벅스가 직접 공급하는 상품 판매는 이번이 최하다.

SSG닷컴은 25일 오후 3시 이후부터 사이트 내 '스타벅스 탭(TAB)'을 별도로 만들어 인기 푸드 메뉴 및 MD 80여종을 판매할 예정이다. 여기에 다음달 2일 론칭 예정인 크리스마스 2차 시즌 MD 상품 20여종도 추가된다.

이번에 판매되는 스타벅스푸드 상품은 샌드위치와 주스, 밀 박스(Meal Bo



스타벅스 온라인샵 오픈 /SSG닷컴

x), 베이커리 등 총 45종이다. 이 상품은 SSG닷컴 온라인스토어 네오(NEO)를 통한 새벽배송으로 주문할 수 있다. 'B.E.L.T 샌드위치', '딸기주스 190ml', '로스트 치킨 샐러드 밀박스', '고소한 치즈 베이글' 등 인기 메뉴를 판매한다. /신원선 기자

GS25-볼빅 맞손 골프용품 복합매장 오픈

GS리테일이 업계최초로 편의점 GS25에 골프 용품을 판매하는 복합매장을 오픈했다. GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 이달 20일 국내 컬러골프공 No.1브랜드 '볼빅'과 손을 잡고 골프공, 골프의류, 골프 캐디백 등 골프 관련 용품 10여종, 250개 상품을 판매하는 복합 매장을 오픈했다고 22일 밝혔다.

업계 최초 골프 복합매장으로 오픈하는 GS25파주부흥점은 파주에 위치한 골프파빌리온CC, 서원힐스CC 인근에 위치해 있다. 24시간 점포 운영으로 라운딩 고객들에게 관련 용품 구입 및 골프 장방문 이동동선에서 쇼핑의 재미를 제공하고, 점포가맹경영주에게는 신규 고객 창출 및 추가 수익 발생 효과가 높을 것으로 기대하고 있다. /신원선 기자

신세계백 옥상정원, 도심 명소로 꾸민다

동화 속 크리스마스 세상 등 연출

신세계백화점 옥상정원이 연말을 맞아 도심 속 나들이 명소가 된다. 단순한 쇼핑 공간을 넘어 한번쯤 가보고 싶은 핫플레이스로 변신하는 것이다.

신세계는 오는 27일 강남점을 시작으로 경기점, 타임스퀘어점, 대구신세계, 광주신세계의 옥상 공간을 다채로운 콘텐츠로 꾸민다. 여행을 가지 못하는 등 답답한 일상에 지친 고객들을 위해 위로로 선사하겠다는 의미다.

먼저 신세계 강남점은 1월까지 'STARLIGHT IN THE SNOW GARDEN'이라는 테마로 11층 S가든을 동화 속 크리스마스 세상으로 바꾼다.

정원 곳곳에 크리스마스 분위기를 자

아내는 대형 트리와 미러볼, 별 조명을 연출해 마치 한 겨울 유럽의 유명 관광지 에 온 듯한 기분을 만끽할 수 있게 한다. 또 중앙 연못은 반짝이는 불빛을 더해 마치 은하수를 연상케 한다.

신세계 경기점과 광주신세계는 10층 옥상정원과 1층 문화광장을 12월까지 '산타 빌리지' '화이트 빌리지'로 연출해 성큼 다가온 연말을 느낄 수 있도록 준비했다.

산타빌리지에서는 산타가 살고 있는 집 모형물을 설치해 어린이 고객들을 맞이한다. 아기가자기한 크리스마스 소품도 함께 판매하며 백화점을 찾는 사람들의 동심을 자극할 예정이다. 화이트 빌리지는 자작나무로 만든 크리스마스 트리, 눈덮힌 오두막, 하얀 털의 북극곰 등 겨울 속 환상의 세계로 꾸민다. /신원선 기자