

# AK플라자 광명점, '키즈맘' 취향저격 나서

미술관 카페·피트니스테넌트 등 라이프스타일 매장 대거 마련 키즈카페·영어멤버십 클럽도 일상 속 체험 충전공간에 방점



AK플라자가 광명점에 키즈맘을 위한 스타일 매장을 선보인다. /AK플라자

AK플라자가 오는 10월 29일 경기도 광명시에 정식 오픈하는 쇼핑몰 'AK플라자 광명점'에 3040 '키즈맘'들을 위한 라이프스타일 매장을 대거 선보인다고 5일 밝혔다.

AK플라자 광명점은 광명시를 포함 인근 시흥 및 안양의 주거 특성을 반영해 가족단위 고객을 주요 고객층으로 삼고 일상 속 특별함을 선사하는 '데일리 프리미엄 쇼핑몰'을 표방하고 있다.

더욱이 광명점은 미술, 목공, 필라테스 등 일상 속 충전이 가능한 체험형 공간을 주요 테넌트로 선보이며 핵심 소비층인 3040 키즈맘들의 발길을 끌겠다는 전략이다.

우선, 지하 2층에는 예술 체험형 테넌트 '성수 미술관'과 '프랑스 목공소'를 선보인다. 성수 미술관은 미술 체험을 하며 음료를 마실 수 있는 드

로잉 카페다. 지난 4월 AK플라자 분당점에 입점되며 백화점 업계에서는 최초로 선보인 성수 미술관은 지역 내 이색 문화공간 입소문을 타며 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있다. 고객들이 직접 자신만의 가구를 만들 수 있는 '프랑스 목공소'도 들어선다. 프랑스 목공소에서는 고객이 직접 실생활에서 유용하게 사용할 수 있는 소품과 가구를 만들어 볼 수 있는 체험이 가능하다.

3층에는 키즈맘들의 건강한 라이프

스타일을 위한 피트니스 테넌트도 들어선다. 피트니스 그룹 '루케테(Lucete)'가 운영하는 '루케테80'은 필라테스 마스터, 발레리나, 물리치료 사 등 피트니스 전문가들이 모여 수업을 진행하는 프리미엄 필라테스 공간이다. 광명점의 루케테80에서는 아이를 위한 '키즈 필라테스', 임신부와 유아를 위한 '산전산후 필라테스' 등 수도권 키즈맘들을 위한 다양한 프로그램을 진행한다.

이외에도 지하 1층에 플레이그라

운드 키즈카페 '챔피언 더 에너지저', 프리미엄 키즈 영어 멤버십 클럽 '프로맘킨더 리저브'가 선보인다. 특히 광명점의 챔피언 더 에너지저는 약 300평(992㎡)의 대규모 매장으로 타 매장과 달리 2~3세 영유아도 이용 가능한 '도들러존'을 마련해, 보다 확장된 연령층으로 고객의 이용 편의성을 높였다.

한편, AK플라자 광명점은 약 1만 4007평(4만6305㎡) 규모로 10월 27일 프리오픈을 거쳐 29일 정식 오픈한다. 광명점은 일상으로의 연결을 의미하는 '커넥팅 투 라이프'라는 콘셉트 아래, 그 동안 AK플라자가 지속 추구해온 핵심 슬로건인 고객의 일상에 특별함을 선사하는 '데일리 프리미엄'의 가치를 감각적으로 재해석한 라이프스타일 쇼핑몰이다. 흥대점, 기흥점, 세종점에 이어 AK플라자가 4번째로 선보이는 쇼핑몰로 지난 5월 AK플라자의 BI통합 계획 발표 이후 AK&이 아닌 AK플라자를 쇼핑몰 브랜드명으로 사용해 출점하는 첫 번째 지점이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 롯데슈퍼 "풍기인삼 반값에 만나보세요"

코로나19로 인해 오프라인 지역 축제가 취소되면서 어려움을 겪고 있는 인삼 농가를 돕기 위해 롯데슈퍼가 나섰다. 롯데슈퍼는 풍기인삼농협과 협업체 6년



근 인삼(사진) 총 15톤 가량의 인삼을 확보, 6일부터 전국 300여개 매장에서 시중가 대비 최대 반값에 인삼을 판매한다고 5일 밝혔다.

고객들이 인삼 사용목적에 따라 선택할 수 있도록 6년근 풍기인삼 두 뿌리, 세척인삼 등 총 5가지 상품을 준비했다. 대표적인 상품으로는 '6년근 풍기인삼(200g)'을 9900원에, '6년근 씻은 인삼(120g)'을 5990원에, '6년근 풍기 두 뿌리 인삼(70g)'을 3990원에 판매한다.

풍기인삼은 소백산록의 유기물이 풍부한 우수한 토양과 기후조건에서 재배된 인삼으로, 내용조치가 단단하며 사포닌 함량이 높고 잔뿌리가 많다.

/신원선 기자

## 전자랜드 '김치냉장고 페스타' 프로모션

전자랜드가 본격적인 김장철을 맞아 오는 31일까지 '김치냉장고 페스타' 프로모션을 진행한다

먼저 전자랜드는 총 13종의 김치냉장고 인기 행사 모델을 삼성제휴카드로 구매 시 최고 20만원의 추가 캐시백을 증정한다. 행사 모델은 인테리어 효과가 있고 다양한 식재료를 보관하는 세컨드 냉장고로도 활용할 수 있는 최근 신제품 위주로 구성됐다.

전자랜드는 세컨드 냉장고 인기를 고려해 김치냉장고와 냉동고를 함께 구매하면 추가 혜택을 제공하는 이벤트도 준비했다. 삼성·엘지·위니아담체의 300만원 이상 프리미엄 김치냉장고를 삼성제휴카드로 구매하면 냉동고 행사 제품을 동시구매 특가로 판매하며, 추후 냉동고 결제 가격의 50%를 추가 캐시백으로 증정한다.

마지막으로 간편결제 추가 혜택도 제공한다. 삼성·엘지·위니아담체의 200만원 이상 김치냉장고를 엘페이(L.PAY)로 결제하면 5만원의 추가 캐시백을 지급한다. /신원선 기자

/신원선 기자

# 스포츠 힙 주는 롯데홈쇼핑... 방송 확대

위드 코로나 시대, 골프 등 인기 스포츠 특화 프로그램 운영 강화 스포츠웨어 전문 방송도 론칭

롯데홈쇼핑이 '위드코로나'로의 전환을 앞두고 야외 활동에 대한 기대감으로 스포츠웨어 선호도가 높아짐에 따라 신규 프로그램을 론칭하고, 골프 테마 방송을 개편하는 등 스포츠웨어 특화 프로그램을 확대하고 있다.

최근 근거리 외출은 물론 야외 활동, 전문 스포츠 등 다양한 환경에서 활용도가 높은 스포츠웨어 수요가 급증하고 있다. 롯데홈쇼핑이 올해

(1.1~9.30) 스포츠웨어 실적을 분석한 결과, 트랙수트, 트레이닝복 등 애슬레저룩 주문건수는 전년 동기 대비 약 2배, 골프웨어는 약 40% 증가한 것으로 나타났다. 이에 따라, '스포츠·캐주얼' 콘셉트로 신규 프로그램을 론칭하고, 기존 골프 테마 프로그램의 판매 상품군을 확대하는 등 스포츠 특화 프로그램 운영을 강화한다는 계획이다.

롯데홈쇼핑은 지난달 22일 스포츠웨어 전문 프로그램 '런 바이 스타일'을 론칭했다. 당일 방송에서 '캘빈클라인 퍼포먼스'의 '패딩베스트'와 '트

레이닝 셋업'을 단독으로 선보여 주문금액 10억 원 이상을 달성했다. 향후 '지프', '리바이스' 등 스포츠웨어 인기 브랜드 상품을 선별해 합리적인 가격으로 선보인다는 계획이다. 오는 6일 오후 7시 40분에는 아웃도어 전문 브랜드 '몽벨'의 '폴리스'를 선보인다. 간절기 인기상품으로, 보온성이 우수해 근거리 외출은 물론 다양한 야외활동에서 활용 가능하다. 방송 중 구매 고객을 대상으로 추첨을 통해 '요가매트', '짐볼' 등 홈트레이닝을 위한 사은품도 제공한다.

또한, 골프 테마 프로그램 '선데이

굿샷'을 개편해 '캠핑', '아웃도어' 등 새로운 테마로 상품군을 확대한다. 지난해 10월 론칭한 '선데이굿샷'은 'PGA', '커터엔버' 등 트렌드 상품을 지속적으로 선보이며 론칭 이후 현재까지 누적 주문금액 약 130억 원을 달성했다.

개편 후 첫 방송인 오는 10일(일) 오전 10시 롯데홈쇼핑 단독 브랜드 '지 오스피팅'의 골프웨어 라인을 최초로 선보인다. 야외 라운딩을 위한 '니트 패딩'을 비롯해 데일리 아이템으로 활용도가 높은 '폴오버'를 하나의 세트 구성했다. 방송 중 구매고객을 대상으로 최대 10% 적립 혜택과 추첨을 통해 '롯데스카이힐CC 이용권' (2티)도 제공한다.

/신원선 기자

# 5대 햄버거 브랜드 세트 할인율 '제각각' 콘텐츠 강화 티몬, 라방 '티비온' 키운다

민형배 민주당 의원 세트별 할인율 최대 23%까지 차이 '메뉴판에 할인율도 함께 명시해야'

주요 프랜차이즈 햄버거 세트 할인율이 제각각인 것으로 나타났다.

국회 정무위원회 소속 더불어민주당 민형배 의원이 5일 한국소비자원으로부터 제출받은 주요 5대 햄버거 브랜드 제품의 버거 단품가격과 세트 가격을 분석한 결과에 따르면 세트별 할인율은 모두 제각각인 것으로 집계됐다. 브랜드에 따라 세트별 할인율 격차는 최대 23%까지 벌어져 가격뿐 아니라 할인율도 메뉴판에 명시해야 한다는 지적이 제기됐다.

5일 민형배 더불어민주당 의원이 한국소비자원으로부터 제출받은 주요 5대 햄버거 브랜드(버거킹·맥도날

드·KFC·맘스터치·롯데리아) 단품·세트 가격을 분석한 결과, 같은 브랜드 내 세트별 할인율 격차가 가장 큰 곳은 버거킹이었다.

실제로 '킹 치킨 버거 세트' 구성 상품을 단품으로 구매하면 6200원인데 반해 세트 가격은 4200원으로 구매할 수 있었다. 할인율은 32.26% 수준이다. '스테이크 와퍼 세트'는 할인율이 9.26%로 나타났다. 두 세트의 할인율 차이는 23% 포인트에 달했다.

맥도날드는 '맥 치킨 세트'가 29.69%로 가장 높은 할인율을 기록했다. 치즈버거 세트는 16.67% 할인율을 기록했다. KFC는 '치킨볼고기 버거 세트'와 '트위스터 세트'가 동일하게 25.33%로 높은 할인율을 보였다. '블랙라벨 풀인치 세트'가 17.12%로 가장 낮았다. /신원선 기자

콘텐츠형 방송 확대 목표

티몬이 자체 라이브커머스 플랫폼 티비온의 탁월한 매출 견인 성과에 힘입어 오리지널 콘텐츠 제작과 함께 중소파트너와의 상생을 확대하는 등 '콘텐츠 커머스 플랫폼'으로의 역량 강화에 나선다고 5일 밝혔다.

티몬은 지난 8월부터 티비온 방송 제작팀을 통합하고 인력을 대폭 증원하는 등 방송제작확대를 위한 준비를 마쳤다. 올해 1분기 대비 3분기 라이브 방송 횟수는 2배 이상 증가했으며, 매출 또한 3배 가까이 증가하는 등 계속해서 상승곡선을 그리고 있다.

실제 최근 방송한 에버랜드 자유이용권은 판매 하루 만에 2억원의 매출을 달성했고, 크리스피 크림 도넛도 1억6000만원을 기록했다. 삼성 복합기

라방은 일매출 1억2000만원을 넘어서는 등 호실적을 기록하며 정기적으로 티비온을 통해 선보일 수 있도록 논의하고 있는 상황이다.

단순한 상품 판매를 넘어 시청자들에게 소구할 수 있는 콘텐츠도 제작중이다. 제품력은 있지만 홍보가 되지 않아 판매가 쉽지 않은 소상공인 제품들, 티비온에서 돈줄내주자! 는 콘셉트의 '돈줄쏘', 웨에능 형식으로 유명인플루언서가 출연해 상품을 판매하는 '미션 파라싸벌' 등이 대표적이다. 또, 최근에는 프랜차이즈와 소상공인 브랜드를 지원을 목표로 외식형 푸드 라이브커머스 '배가라이브'를 제작파트너와 공동 기획해 선보이고 있으며, 10월부터 계속해서 다양한 컨셉의 콘텐츠형 방송들을 시작할 계획이다. /신원선 기자

## 마켓컬리 설탕 확 줄인 '로우푸드' 인기

장보기 앱 마켓컬리는 최근 과도한 설탕에 대한 소비자들의 거부감이 높아지면서 당류 함유량을 낮춘 요거트, 과일, 초콜릿, 대체 감미료 등 로우푸드 제품의 판매량이 최대 10배까지 증가할 정도로 인기를 끌고 있다고 5일 밝혔다.

이 가운데 꾸덕꾸덕한 제형에 풍부한 맛과 영양을 담고 있는 그릭 요거트의 경우 전년 동기 대비 241% 증가하며 일반 요거트(98%)를 훌쩍 뛰어넘는 성장세를 기록했다. 이러한 인기를 반영해 올해 들어 그릭 요거트 상품 수는 작년보다 50% 가까이 늘었다. 대표적으로 미국 그릭요거트 시장 1위 브랜드인 '초바니' 무지방 그릭요거트(사진)가 지난 8월 켈리온리 제품으로 입점했으며, 한 달 만에 판매량이 2배 이상 증가하는 등 인기를 얻고 있기도 하다. /신원선 기자

