

‘패션 시장’ 양극화 심화... SPA·백화점, 세대별 선택 엇갈려

2030은 트렌드, 4050 품질·안정성 SPA 브랜드, 가성비·디자인 강화 백화점, 4050 겨냥 콘텐츠 확대 홈쇼핑, 맞춤형 라이브 경쟁력 ↑



대표적인 SPA 브랜드인 스파오 '퍼퍼랜드' 성수 팝업스토어 전경 사진. 2030 세대 중심으로 오프라인이 이어 지고 있는 모습이다. /이랜드

패션 시장에서 소비 양극화가 갈수록 심화되고 있다. 백화점 브랜드와 실속형 저가 의류 상품을 제공하는 SPA 브랜드가 패션 시장을 양분하는 가운데, 2030 세대를 중심으로 SPA 브랜드의 성장세가 두드러지고 있다.

15일 업계에 따르면 올해 가성비를 내세운 SPA 브랜드들의 매출이 2030 세대의 소비를 중심으로 증가하면서, 패션 시장에서 겨울철 특수를 누리는 주요 축으로 자리 잡고 있다.

실제 패션 온라인 플랫폼 에이블리에 따르면, 지난 11월 1일부터 25일까지 SPA 브랜드 거래액이 전년 동기 대비 140% 증가했다.

특히, 기온이 급격하게 떨어진 시점인 지난달 18일~24일 사이 에이블리 SPA 브랜드 거래액이 같은 기간 298% 급증했다.

SPA 브랜드 별 매출 증가율을 살펴봐도 성장세는 도드라진다. 대표적인 SPA 브랜드인 스파오의 매출은 올해 1월부터 지난 11월 기준 전년 동기 대

비 25% 증가했다. 탑텐 역시 같은 기간 매출이 전년 동기 대비 11% 증가했다.

SPA 브랜드의 성장을 이끈 것은 2030세대다. 무신사 스탠다드에 따르면, 올해 1월부터 11월까지 무신사 스탠다드의 전국 오프라인 매장의 연간 누적 방문객이 1028만명에 달했다. 이중 2030 세대가 70%를 차지했다는 게 무신사 스탠다드 측 설명이다.

이 같은 SPA 브랜드의 성장으로 패션 소비 시장 양분화가 더 뚜렷해지고 있다는 게 업계 분석이다.

업계 관계자는 “패션 소비 시장 양극화는 이미 진행되고 있었지만, 앞으로

SPA 브랜드들의 성장은 가성비 소비를 중시하는 젊은 세대를 중심으로 더 가속화될 여지가 있다”고 말했다.

이어 “SPA 브랜드라고 해서 품질이 나쁜 게 아니다. 저렴한 가격에 품질까지 괜찮으니 애매한 중고가 브랜드들의 소비가 SPA 브랜드 쪽으로 빠져 양극화가 심화될 수 있는 측면이 있다”고 말했다.

패션 시장 양극화는 단순 가격 요인에만 따른 것은 아니라는 시각도 나온다. 가격만이 아닌 세대를 중심으로 선호 차이가 생기면서 패션 시장 양극화가 생성되는 측면이 있다는 것이다.

50대 여성 소비자 김 모 씨는 “저가 스파 브랜드 매장은 저렴하고 아니고를 떠나서, 중년들이 입을 수 있는 스타일이 많이 없어 가지 않는다”며 “그런 매장은 ‘젊은 애들 옷 파는 곳’이라는 인상이 강하다”고 말했다.

이어 “아무래도 중년층이 입을 만한 옷은 백화점에서 많이 찾아볼 수 있어 백화점 상품을 위주로 소비를 하는 편”이라고 말했다.

실제로, 롯데홈쇼핑에 따르면 최근 롯데백화점 상품을 선보이는 라이브커머스 ‘엘라이브’에서 4050 여성 주문 건수가 지난해 같은 기간 대비 130% 이상 증가했다. 특히 그중에서도 의류가 4050 여성의 주문 건수 1위를 차지했다.

이에 롯데홈쇼핑은 4050 세대들의 니즈를 반영한 패션, 뷰티 상품을 확대하고, 현장 라이브방송 등 이색 콘텐츠를 지속적으로 선보인다는 방침이다.

롯데홈쇼핑 이정배 엘라이브팀장은 “2030세대의 전유물이라고 여겨졌던 라방을 이용하는 4050 고객이 급증하고 있다”며 “이들의 라방 이용 패턴을 반영한 상품 편성을 확대하고, 현장 라이브 등 이색 콘텐츠를 지속 선보이며 경쟁력을 강화해 나갈 예정”이라고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

CU ‘마음보관 캠페인’ 진행

BGF리테일의 편의점 CU가 종합광고대행사 에이치에스애드(HSAD)와 함께 모바일 커머스 애플리케이션 포켓CU를 활용한 ‘마음보관 캠페인’을 시작한다고 15일 밝혔다.

‘마음보관 캠페인’은 고객이 ‘CU 키핑쿠폰’을 통해 1+1 행사로 받은 추가 상품을 포켓CU 애플리케이션에 보관하고, 이를 일정 금액으로 환산해 기부할 수 있도록 한 프로그램이다. ‘CU 키핑쿠폰’은 고객이 1+1, 2+1 등 증정 행사 상품을 매장에서 즉시 수령하지 않고, 쿠폰 형태로 포켓CU에 저장해 원하는 시점에 전국 CU 매장에서 교환할 수 있는 서비스다.

마련된 기부금은 초록우산 어린이재단을 통해 전국의 결실 우려 아동 및 청소년들에게 전달된다.

/안재선 기자

LG생활건강 아기옷 섬유유연제 출시

‘베비언스’ 3배 강화된 초고농축 성분

LG생활건강이 베이비&키즈 전문 브랜드 베비언스에서 ‘센서티브 베이비 섬유유연제 시그니처’를 출시했다고 15일 밝혔다.

LG생활건강에 따르면 이번 신제품은 자사의 기존 섬유유연제 대비 3배 강화된 초고농축 성분이 특징이다. 기존 제품의 3분의 1에 해당하는 적은 양으로도 향은 지속되고, 부드러운 옷감 처리, 마찰로 발생하는 정전기 방지 등과 같은 효과를 갖췄다는 것이 LG생활건강 측의 설명이다.

이와 함께 LG생활건강은 녹차추출물을 활용한 성분으로 탈취 99%의 냄새 제거력을 높였다고 설명했다. 또 색소와 보존제 9종을 배제하고 독일 더마 테스트 엑셀러트 등급, 에코덱 피부테스트, 동물성 원료 무첨가와 비건 인증 등을 획득했다.

LG생활건강은 베비언스 센서티브 베이비 섬유유연제 시그니처가 성능과 성분에서 차별화돼 아기 피부에 닿는 옷감에 사용하기 적합할 것으로 기대하고 있다. 베비언스 센서티브 베이비 섬유유연제 시그니처는 쿠팡에서 구매 가능하다.

/이청하 기자



베비언스 ‘센서티브 베이비 섬유유연제 시그니처’ /LG생활건강

축구 전설들, 한자리에 모인다 뚜레쥬르, 프리미엄 베이커리 카페로 진화

이랜드뮤지엄

위대한 축구선수 100인전 2차 티켓 하루 만에 완판

이랜드뮤지엄은 지난 12일 공연 및 전시 예매 플랫폼 티켓링크를 통해 선보인 ‘위대한 축구선수 100인전 vol.1’ 2차 얼리버드 티켓이 하루만에 완판됐다고 밝혔다.

‘위대한 축구선수 100인전 vol.1’은 축구 역사상 위대한 선수들의 실착 유니폼과 트로피 등 100여 점의 진귀한 축구 소장품을 국내 최초로 공개하는 대규모 전시다. 지난 11월 공개한 ‘슈퍼 얼리버드 티켓’이 조기 완판되며 추가 티켓 문의가 쇄도하자 2차 얼리버드 티켓을 준비했다.

해당 전시에서는 1970년대 펠레의



1994 미국 월드컵 결승전 매치 볼(브라질 vs. 이탈리아) /이랜드뮤지엄

국가대표 실착 저지, 메시의 커리어 주요 매치 컬렉션, 박지성과 손흥민의 실착 저지 등 진귀한 축구 역사의 순간을 한자리에서 만나볼 수 있다.

한편, ‘위대한 축구선수 100인전 vol.1’은 오는 21일부터 내년 2월 23일까지 현대백화점 판교점 10층 토파즈홀에서 열린다. /신원선 기자 tree6834@

CJ푸드빌이 운영하는 뚜레쥬르가 8년만의 브랜드 리뉴얼을 통해 ‘프리미엄 베이커리’ 리딩 브랜드로 도약에 나선다고 15일 밝혔다.

이번 브랜드 리뉴얼은 기존 건강한 데일리 베이커리의 브랜드 철학은 이어가면서 제품과 공간의 혁신을 통해 ‘프리미엄 베이커리 카페’로 진화하겠다는 의지를 담았다. 신규 브랜드는 한층 선명하고 볼드한 서체와 트렌디한 디자인으로 경쾌한 느낌을 살렸으며, 추가로 브랜드명 (TOUS les JOURS)을 활용한 ‘TLJ’를 팻네임으로 적용해 소비자들에게 더욱 친근하게 다가가고자 했다.

뚜레쥬르는 지난 13일 강남역 한가운데(강남대로 438) 신규 콘셉트의 매장 ‘뚜레쥬르 강남직영점’을 오픈했다. 젊은 층 유동인구가 많고 최신 트렌드



뚜레쥬르가 ‘TLJ’를 팻네임으로 적용하고 강남역에 새롭게 오픈했다. /CJ푸드빌

가 모여있는 핵심 상권인 강남대로에 위치한 만큼 다양한 소비자들에게 뚜레쥬르의 새로운 이미지를 효과적으로 전달할 것으로 기대된다. 뚜레쥬르는 직영점 우선으로 신규 콘셉트의 매장을 적용한다는 계획이다. /신원선 기자

조아제약, 부종 증상·통증 개선에 탁월

‘베노플러스겔 50g’ 대용량 선봬

조아제약이 부종 증상 개선에 도움을 주는 일반의약품 ‘베노플러스겔 50g’을 출시했다고 15일 밝혔다.

베노플러스겔 50g은 대용량으로 출시돼 하지부종 등 넓은 부위에서 나타나는 증상에 사용 가능하다. 이번 대용량 출시로 조아제약은 베노플러스겔 제품군을 2종으로 확대하게 됐다. 부종 증상 개선을 원하는 소비자는 베노플러스겔 50g을, 멍 치료가 필요할 땐 베

노플러스겔 20g을 구매하는 등 사용 목적이나 빈도에 따라 선택할 수 있다는 것이 조아제약 측의 설명이다.

베노플러스겔 50g의 주성분 중 하나인 에스신은 혈관벽을 강화하는 성분이다. 부종을 유발할 수 있는 브라디키닌의 작용 기전을 억제한다. 또 헤파린 나트륨은 혈액 내 트롬보키나아제와 프로트롬빈의 작용을 막아 혈액 응고를 방지해 멍을 풀어주는 역할을 한다. 살리실산글리콜은 통증과 염증완화에 도움을 준다. /이청하 기자 mlee236@

넥슨, ‘카리플x스머프’ 컬래버 카트 2종

후속 콘텐츠... 초소형 버전 등장

넥슨이 모바일 레이싱 게임 ‘카트라이더 러쉬플러스’의 ‘스머프’ 컬래버레이션 후속 업데이트를 진행했다고 15일 밝혔다. 이번 업데이트는 지난달 21일 시작한 스머프 컬래버의 후속 콘텐츠다. 이용자들이 기다렸던 ‘익살이 스머프’와 ‘스머페트 푸리아더’가 초소형 버전으로 등장한다.

익살이 스머프는 ‘개구쟁이 스머프’에 등장하는 캐릭터 중 하나로, 이번 컬래

버를 통해 스피드전 카트바디로 제작됐다. 익살이 스머프와 ‘스머프 번호판’, ‘스머프 계기판’, ‘허영이 스머프 풍선’ 등은 ‘트윅글 스타’에서 만날 수 있다.

‘스머페트’는 스머프들의 인기를 독차지하고 있는 스머프 마을의 여성 스머프다. 레전드 등급의 하이브리드 카트바디로 제작됐다. 스머페트는 오는 20일부터 다음 달 31일까지 매일 게임 접속, 랭킹전 참여 미션 등을 완료해 조각을 획득하고, 얻은 조각을 활용해 무료로 영구 소장이 가능하다. /최빛나 기자 vitna@