

# K-콘텐츠·명품관 가지각색 콘셉트... 백화점 '리뉴얼' 한창

롯데 본점 영플라자 31일 영업종료 'K-콘텐츠'로 젊은 해외고객 겨냥

신세계 본점신관 2층 전면 재단장 명품 등 강화 프리미엄 고객층 확보

백화점들이 본점 리뉴얼을 통해 경쟁력 강화에 나서고 있다. 신세계백화점이 '신세계타운' 구상을 바탕으로 본점 신관 새 단장에 돌입한 가운데, 롯데백화점 역시 '롯데타운 명동' 프로젝트를 내걸고 본점 리뉴얼 경쟁에 뛰어 들었다.

18일 업계에 따르면, 신세계백화점과 롯데백화점이 각각 각북 상권 내 본점 리모델링을 본격화하며 집객력 확보에 나섰다.

우선, 롯데백화점은 내달부터 본점 영플라자를 새롭게 단장해 선보인다. 이를 위해 영플라자는 이달 31일까지 영업을 종료하고 본격적인 매장 정리에 들어간다.

이번 본점 영플라자 리뉴얼의 핵심 콘셉트는 'K-콘텐츠'다. 명동 상권에



롯데백화점 본점 '영플라자' 전경.



신세계백화점 본점 전경.

/신세계백화점

위치한 점을 고려해 젊은 해외 고객층을 겨냥한 전략이다. 패션, 아트, 식음료(F&B) 등이 결합된 한국 전문 매장을 선보이겠다는 구상이다.

롯데백화점은 지난 2002년 미도파백화점을 인수한 뒤, 이듬해 패션 특화 매장으로 영플라자를 새롭게 개편했다. 이후 '영(Young)' 콘셉트를 유지하며 시대 변화에 맞춰 글로벌 제조·유통일괄 브랜드(SPA), 온라인 기반 패션 브랜드, 지식재산(IP) 콘텐츠 등을 지속

적으로 선보여 왔다.

이번 영플라자의 개보수 공사는 롯데백화점 본점 경쟁력 강화를 위한 '롯데타운 명동' 조성 프로젝트의 일환이다.

실제로 롯데백화점은 각북 상권을 대표하는 '롯데타운 명동' 구축을 목표로 지속적인 본관 리뉴얼을 진행하고 있다. 2019년 리빙관을 새롭게 단장한 데 이어, 2021년부터는 남성 해외 패션관, 여성 패션관, 식품관, 뷰티관 등을 차례로 개편했다. 오는 하반기에는 신진 디

자이너 중심의 K-패션 전문관 '키네틱 그라운드'를 새롭게 선보일 예정이다.

롯데가 해외 고객을 겨냥해 본점 리뉴얼을 추진하는 반면, 신세계백화점은 본점 신관을 중심으로 명품 및 럭셔리 주얼리 브랜드를 강화하며 국내 프리미엄 고객층 확보에 나선다.

신세계백화점은 버버리, 발렌시아가 등 주요 명품 브랜드 매장을 확대하고 신관 2층을 전면 재단장할 계획이다. 또한, 하이엔드 주얼리 브랜드 입점을 확

대해 고급 주얼리 브랜드관을 한층 강화할 예정이다.

이와 함께 기존 VIP 라운지를 전면 개편하는 동시에 추가 신설해 우수 고객을 위한 공간 서비스를 강화한다는 방침이다.

업계 관계자는 "두 백화점이 공간 재단장에 나서면서 본격적인 '타운' 조성 경쟁에 돌입한 양상"이라며 "특히 두 백화점 본점이 모두 서울 중구에 위치해 있어 집객력 경쟁이 더욱 치열해질 것"이라고 분석했다.

반면, 수도권 주요 백화점들이 타운 조성을 통해 확장 전략을 펼치는 것과 달리, 지방 백화점들은 운영에 어려움을 겪고 있는 실정이다.

실제로 대구백화점은 최근 두나미스 자산운용에 자사주 20만 주를 처분한다고 공시했다. 이를 통해 대구백화점이 확보한 금액은 15억 3520만원이다.

또 다른 업계 관계자는 "지방 백화점들은 리뉴얼은커녕 기존 본점을 유지하는 것조차 쉽지 않은 상황"이라고 전했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

## 롯데마트 '최강록의 나야' 시리즈 2탄 출시

안창살·꽃갈비살·안창살 등 3종에 특제소스 더해... 내일부터 프로모션

롯데마트가 이달 20일, 최강록 일식 셰프와 협업한 구이 상품 '최강록의 나야' 시리즈 2탄을 단독 출시한다고 18일 밝혔다.

'최강록의 나야' 시리즈는 최 셰프가 직접 고른 소고기 부위에 특제 소스를 더한 구이 상품이다. 이번 2탄은 ▲나야, 안창살 ▲나야, 꽃갈비살 ▲나야, 돈테키 총 3가지 품목으로 구성됐다.

'나야, 안창살'은 매운 두반장 소스를 곁들였다. 이번 신제품은 특수 부위를 활용해 기존 소고기 상품군을 한층 강화한 것이 특징이다.

'나야, 돈테키'는 '최강록의 나야' 시



롯데마트와 최강록 셰프의 콜라보 상품 '최강록의 나야' 시리즈 2탄 상품 포스터. /롯데마트

리즈 최초 돼지고기 상품이다. 간장조림 소스를 더한 제품으로, 일본 오사카 인근 지방의 대표적인 조림 요리를 최 셰프만의 조리법으로 재해석해 기획했

다는 게 회사 측 설명이다. 이번 2탄 기획에는 강레오 롯데마트 식품혁신센터 장도 참여했다.

지난해 12월 선보인 '최강록의 나야' 시리즈 1탄은 ▲나야, 부채살 ▲나야, 살치살 ▲나야, 토시살 등 3가지 소고기 구이류로 출시됐다. 롯데마트에 따르면, 차별화된 콘셉트와 특제 소스가 호평을 받으며 출시 3개월 만에 12만 개 이상 판매됐다.

롯데마트는 이번 2탄 출시를 기념해 이달 20일부터 내달 2일까지 프로모션을 진행한다. '최강록의 나야' 시리즈 전 품목을 대상으로 2개 이상 구매 시 개당 일정 금액 할인 혜택을 제공하며, '롯데마트GO' 애플리케이션을 통한 사은품 증정 이벤트도 마련했다.

/안재선 기자

## CJ제일제당, 상반기 신입사원 공개채용

미래 마케터 공모전 등 3개 분야

CJ제일제당이 미래 성장과 해외 사업의 주역이 될 인재 확보에 나선다. CJ제일제당은 19일부터 '2025년 상반기 신입사원 공개 채용'을 진행한다고 18일 밝혔다.

채용은 글로벌 사업 확대와 MZ세대 눈높이에 맞춰 ▲신입 공채 ▲미래 마케터 공모전(Future Marketer League) ▲글로벌 인재 전형(Global Frontier Internship) 세 분야로 진행한다. 이 중 미래 마케터 공모전과 글로벌 인재 전형은 지난해 하반기 처음 도입해 큰 호응을 얻은 바 있다. 신입 공채는 부문 공통(전사), 식품 사업, 바이오 사업 각 부문별로

5개 직군(R&D·제조 기술·마케팅·영업·경영지원)을 모집한다. 지원서 접수, 테스트 전형, 1차 면접, 2차 면접, 최종 합격까지 5단계로 진행된다. 이 중 미래 사업을 이끌 R&D와 경영지원 직무는 직무 능력 평가를 위해 전문성 프리젠테이션(PT) 면접을 추가로 진행한다.

미래 마케터 공모전은 식품 사업의 제품 마케팅 직무 대상이며, K-푸드를 선도할 다양한 아이디어와 역량을 맘껏 펼칠 수 있는 기회다. 우수한 성과를 보여준 인재는 상급 수령과 함께 CJ제일제당 신입사원으로 입사할 수 있다. 기 희망 접수, 피드백 세션, 본선 PT, 결선 PT, 최종 합격까지 5단계로 이뤄진다.

/신원선 기자 tree6834@

## 일동후디스, 어린이 프리미엄 영양음료 출시

'마시는 하이키드 밀크'

일동후디스가 성장기 어린이를 위한 프리미엄 균형 영양 음료 '마시는 하이키드 밀크'를 출시했다고 18일 밝혔다.

이번 신제품은 골드키즈 트렌드가 부상하며 자녀의 영양 밸런스에 관심 갖는 부모들이 증가함에 따라 선보이게 됐다.

'마시는 하이키드 밀크'는 성장기 어린이를 위한 균형영양식 '하이키드'에서 새롭게 선보이는 음료 라인으로 아이들의 성장 발육과 균형 영양을 동시에 책임진다.

성장기에 필요한 5대 영양소를 고루 담았으며 어린이 영양 섭취 기준을 고려해 탄수화물·단백질·지방 비율을 5:

2:3으로 맞춤 설계했다. 특히 일동후디스만의 균형 영양 설계를 통해 비타민 12종과 미네랄 6종을 한 팩으로 고르게 섭취할 수 있다.

또한 성장에 도움을 주는 L-카르니틴, 칼슘 200mg과 필수아미노산 3000mg를 함유하고 있으며 두뇌 건강을 위한 밀크세라미드(인지질), 타우린, 이노시톨, 리놀레산, 알파리놀레산 등도 담았다.

일동후디스 관계자는 "언제 어디서든 쉽고 간편하게 아이들 영양을 챙길 수 있도록 마시는 하이키드를 선보이게 됐다"며 "앞으로도 어린이들의 종합적인 성장을 위해 지속적으로 제품을 개발하고 개선해 나가겠다"고 전했다.

/신원선 기자

## SSG닷컴 '쓱배송' '쓱 주간배송' 이름 변경 통합 브랜드로 리브랜딩

SSG닷컴이 '쓱배송'을 통합 브랜드로 리브랜딩한다고 18일 밝혔다.

SSG닷컴에 따르면, 기존 자체 당일 배송을 지칭하던 '쓱배송'은 '쓱 주간배송'으로 이름을 바꾼다.

'쓱 주간배송'은 장보기 상품을 지역에 따라 오후 1~2시까지 주문하면 당일 받아볼 수 있는 SSG닷컴 대표 배송 서비스다. 수도권과 강원, 충청, 영·호남은 물론 제주까지 전국 대부분 지역에서 이용할 수 있다.

'새벽배송'도 '쓱 새벽배송'으로 명칭을 변경한다. 다만, 모바일 애플리케이션에서는 기존과 동일하게 새벽배송으로 표시된다.

/안재선 기자

21일부터 '디토파스 디저트 페스티벌'

현대백화점이 이달 21일부터 30일까지 전국 현대백화점 점포에서 '디토파스'와 함께 '디토파스 디저트 페스티벌'을 개최한다고 18일 밝혔다. 디토파스는 팝업 및 트렌드 소개 전문 인스타그램 채널이다.

현대백화점에 따르면, 이번 행사는 3월 현대백화점 전체 점포의 70여 개 디저트 및 베이커리 브랜드 상품 기획 개편에 따라 진행된다.

대표적인 신규 입점 브랜드로는 페스츄리 전문점 '롤링엔필링', 생과일 케이크 전문점 '프루트 by 도레도레', 구움과자 전문 '호라이즌16x토스티서울' 등이 있다.

이에 현대백화점은 신규 입점 브랜드를 포함, 고객들에게 새로운 디저트를 소개한다. 가장 먼저, 현대백화점과 디



토파스 인스타그램에서 인기 디저트 투표를 진행한다. 우수한 브랜드는 오프라인 매장 구매 고객에게 상품 하나를 더 증정하는 이벤트를 연다.

이 외에도 현대백화점이 큐레이션한 주요 브랜드를 표시한 디저트 맛집 지도를 인스타그램에 공개하는 등 소셜관계망서비스(SNS) 콘텐츠와 연계하는 고객 참여형 행사도 진행한다. 이달 25일부터 30일까지 현대백화점 무역센터점에서는 이번 페스티벌을 주제로 한 오프라인 팝업스토어도 운영한다. /안재선 기자