

# 써보고 즐기고 만들고... 소비자는 진화한다



최근 '플레이슈머'가 주목받으면서 자신의 취향에 맞게 팔찌 장식을 선택해 디자인할 수 있는 맞춤형 집화 브랜드인 '판도라' 매장이 큰 인기를 끌고 있다. 사진은 (주)광주신세계 판도라 매장 직원들이 액세서리를 선보이고 있는 모습. <주광주신세계 제공>

## 광주신세계 2012 소비층 분석 해보니

### 전시·체험 이벤트 있으면 고객 20% 증가 '나만의 액세서리' 전체 매출 10%... 큰 인기

스마트 시대 소비자들이 더 똑똑하고 능동적으로 변하고 있다.

제품의 정보를 꼼꼼히 파악해 구매하는 똑똑한 소비에서 벗어나 직접 체험해보고 즐기는 쇼핑, 제품을 자신의 개성에 맞게 다양하게 활용하는 편집형 소비가 늘고 있다.

18일 지역 유통업계에 따르면 (주)광주신세계가 지난해 백화점을 방문한 고객층을 분석한 결과 놀이하는 소비형태를 즐기는 '플레이슈머'(Playsumer)가 왕성한 활동을 했던 것으로 나타났다.

지난해 (주)광주신세계가 1층 광장 등에서 진행한 각종 공연 및 문화행사는 80여회로 전시나 체험 이벤트가 열렸던 주말 기간에 백화점을 방문한 고객수가 문화행사가 진행되지 않았던 주말보다 평균 18% 가량 많았다.

특히 지난해 말 지역 업계 최초로 하이브리드 마케팅(SNS와 오프라인

이 결합된 형태의 마케팅) 행사인 '신세계 굿트릭'을 진행해 '플레이슈머' 고객들에게 큰 인기를 끌었다.

(주)광주신세계 패션스트리트(이마트 광주점 지하 1층) 매장 내 디지털 기기 매장인 삼성모바일숍과 애플숍의 경우 체험형 매장으로 전시된 디지털 기기를 부담없이 체험해볼 수 있다. 매장 방문고객수가 늘면서 지난해 스마트폰 액세서리 매출도 전년 동기대비 15% 이상 늘었다.

올해부터는 제품을 구매하는데 그치지 않고 개성에 맞게 제품을 직접 디자인해 자신을 꾸미고 연출하는 '큐레이슈머'(Curasumer)가 유통업계의 이목을 끌고 있다.

'큐레이슈머'를 적극적으로 활용해 성공을 거두고 있는 대표적 사례가 (주)광주신세계에 이달 초에 입점한 집화브랜드 '판도라'다. 이 브랜드의 경우 팔찌 장식 종류만 2000여개가

넘어 소비자가 자신만의 액세서리를 만들 수 있다.

'판도라'는 오픈 2주만에 (주)광주신세계 집화매장 전체 매출의 10% 가량을 차지할 정도로 큰 인기를 끌고 있다.

박인철 (주)광주신세계 영업기획팀장은 "예전에는 단순히 상품을 구매하기만 했던 소비자가 점차 다양한 욕구를 표현하는 신 소비자의 형태로 거듭나고 있다"며 "광주신세계는 작년에 이어 올해에도 소비행태의 변화와 신 소비자 출현에 발맞춰 다양한 고객층을 위한 문화 콘텐츠 진행 및 고객맞춤형 MD 개발을 통해 마케팅 혁신을 이뤄내겠다"고 말했다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr

▲플레이슈머(Playsumer)란= '놀이(Play)'와 '소비자(Consumer)'의 합성어로, 즐거운(Fun) 쇼핑(Shopping), 즉 펀핑(Funpping)을 원하는 '놀이하는 소비자'를 일컫는다.

▲큐레이슈머란= '큐레이터(Curator)'와 '소비자(Consumer)'의 합성어로, 전시회의 큐레이터처럼 자신의 개성에 맞게 제품을 디자인하고 활용하는 능동적인 소비자를 뜻한다.

# 담보·신용등급 떨어져도 평판 좋으면 저축銀 대출

금융당국이 저축은행 대출심사 시스템을 확 뜯고고친다. '관계형 금융'이라는 본연의 임무를 제대로 이행할 수 있도록 시스템을 고친다.

담보능력이나 신용등급 등이 기준보다 떨어져도 주변 신뢰가 높고 평판이 좋으면 돈을 빌려줄 수 있는 평가시스템도 도입할 예정이다.

금융위원회는 저축은행의 대출심사 시스템을 지역밀착형 금융기능을 수행하기 적합한 방식으로 보완한다고 18일 밝혔다. 금융감독원, 저축은행업계 등 관계 기관과 합동 태스크포스(TF)도 꾸린다.

먼저 담보가치나 신용등급 같은 계

량적 요소에 전적으로 의존한 기존 대출심사에 채무자가 처한 상황이나 주변 평판처럼 비계량적 요소도 반영하도록 한다. 우량 저축은행들의 사례를 본떠 저축은행이 관계형 금융에 필요한 자체 신용평가시스템을 구축하도록 하는 방안도 추진한다.

광안지 저축은행은 관·래저산업, 시장 저축은행은 주변 상인들에게 좀 더 대출해줄 수 있도록 하는 등 저축은행별 고유의 특성과 지역성도 강화한다. 금융위는 조만간 관련 기관들과 TF를 꾸리고 구체적인 개선 방안 마련과 시스템 보완작업에 들어간다.

/연합뉴스

# 출점제한 대형마트 우회로 찾기

## 물품공급 도매·편의점 진출 등 모색

신규 출점이 사실상 힘들어진 대형마트가 새로운 형태의 사업을 활용해 확장을 도모하고 있다. 불황을 견디기 위한 교육지책이라는 평가와 규제에서 빠져나가기 위한 편법이라는 비판이 엇갈리고 있다.

18일 업계에 따르면 홈플러스는 최근 개인 슈퍼마켓을 상대로 물품을 공급하는 도매사업을 시작했다. 기존 대리점보다 다소 저렴한 가격으로 제품을 공급하고 있으며 특히 홈플러스의 자체 상표(PB) 상품도 포함돼 있다.

현재는 한 곳에만 상품을 공급하고 있지만 업계에서는 홈플러스가 상품 공급처를 차차 확대해 나갈 것으로 내다보고 있다. 이마트 역시 슈퍼 사업부문의 에브리데이를 통해 동네 슈퍼나 마트를 '상품 공급점'으로 지정, 제품을 공급하는 실질적인 도매업을 벌이고 있다. 여기에 최근에는 편의점 업체인 '위드미'에도 상품 공급을 검토한다고 밝혀, 업계에서는 이마트가 편의점 진출을 모색하고 있다는 전망이 나오기도 했다. 롯데마트는 고속도로 휴게소에 기존 매장과는 다른 점포 개장을 계획하고 있다.

그러나 한편에서는 업체들이 규제를 교묘히 빠져나가기려는 시도라는 비판도 나오고 있다.

시민단체인 경제민주화국민운동본부의 "대형마트의 도매업 진출은 60만명에 이르는 중소 도매 납품업체들의 시장을 뺏는 행위"라고 비판했다. 이어 "도매업을 몇몇 유통대기업들이 독점하면 소비자들의 상품 선택권이 제약 받게 될 것"이라며 "도매상에 납품해야 하는 중소제조업체들도 불공정거래로 인한 피해가 늘어날 수 있다"고 지적했다.

/연합뉴스

# 光銀 '더블찬스정기예금 72호' 출시

광주은행(은행장 송기진)은 18일부터 3월 6일까지 17일간 KOSPI 200지수에 연계한 '더블찬스정기예금 72호' 단독가입형과 교차가입형을 출시한다.

단독 가입 상품은 1년제 정기예금으로 KOSPI 200지수의 상승률에 따라 원금은 보장되면서 최고 연8.6%를 제공하는 형태와 KOSPI 200지수

의 하락률에 따라 원금보장 및 최고 연 6.0%를 제공하는 양방향형 수익률 구조로 돼 있다. 교차가입 상품은 고객이 더블찬스정기예금 72호와 정기예금을 50 : 50으로 가입하는 상품으로, 정기예금에 연 3.5%의 금리를 제공해 교차 상품 합계 최고 연1.75%부터 최고 연6.05%의 수익을 기대할 수 있다.

/최재호기자 lion@

# 지역 금융권 예금 9080억 늘어

지난해 12월 광주전남지역 금융기관의 예금이 크게 늘어났다.

18일 한국은행 광주전남본부가 내놓은 '2012년 12월 중 광주·전남지역 금융기관 여수신 동향'에 따르면 금융기관 수신 부문은 전월의 1848억 원 증가에서 9080억 원 증가로 증가폭이 크게 늘어났다.

예금은행 수신은 정기예금의 감소에도 기업의 결제성 자금 등이 수시입출식 예금으로 유입되면서 큰 폭의 증가로 전환(-484억원 → +5119억원)했다.

비은행금융기관의 수신은 상호금융과 새마을금고를 중심으로 증가폭이 확대(+2332억원 → +3961억원)됐다. 금융기관의 여수는 증가폭이 축소(+6231억원 → +1807억원)된 것으로 나타났다.

예금은행은 가계대출이 증가했으나 기업대출이 더 많이 줄어들면서 감소로 전환(+4439억원 → -60억원)했고, 비은행금융기관은 서민가계대출 호조 등으로 증가세를 유지(+1792억원 → +1866억원)했다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr



18일 롯데백화점 광주점 가전매장에서 한 고객이 에어컨을 살펴보고 있다.

<롯데백화점 광주점 제공>

# 여름용품 겨울에 더 잘나가

## 에어컨 매출 전년비 30%·바캉스 용품 80% 늘어

한겨울에 수영복과 에어컨이 잘 팔리고 있다.

최근 유통업계에서 불황 속에 계절을 거스르는 '역(逆)시즌 마케팅'이 큰 인기를 끌고 있다.

'역시즌 마케팅'이란 한겨울에 여름 대표 상품인 에어컨을 파는 것처럼 계절에 맞지 않는 상품을 판매하는 전략이다.

18일 롯데백화점 광주점에 따르면 여름 대표상품인 에어컨 매출이 지난해 같은 기간 대비 30% 이상 급증했다. 이는 가격에 대한 이점은 물론 성수기 시즌을 피해 구매하면 설치 대기 시간을 단축할 수 있어 훨씬 더 경제적이라는 인식이 확산하면서 지난해 모피 판매행사도 8월에 집중돼 열렸다.

수영복을 비롯한 여름 바캉스 용품

판매도 호조를 보였다. 수영복에 경우 지난해 대비 무려 80% 이상 늘자 백화점 측은 여름상품 물량을 확대했다.

백화점 측은 "장기 불황에 성수기 시즌을 피해 해외여행을 가려는 수요가 급증하면서 자연스럽게 바캉스용품을 찾는 고객이 늘어났기 때문"이라고 분석했다.

겨울의 대표 상품인 모피도 겨울철보다 오히려 여름철에 구매하는 것이 더 경제적이란 인식이 확산하면서 지난해 모피 판매행사도 8월에 집중돼 열렸다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr

# 한국거래소 청년인턴 55명 채용

한국거래소가 2013년도 상반기 청년인턴을 채용한다고 18일 밝혔다.

채용대상은 대졸청년 인턴과 고졸청년 인턴, 장애인청년 인턴 등 55명 정도다. 근무기간은 10개월이고, 장애인 청년인턴은 2년 이내까지 기간을 연장할 수 있다.

전형 절차는 서류전형과 1,2차 면접, 신체검사 등이다. 원서는 19일부터 29일 오후 5시까지 한국거래소 홈페이지(www.krx.co.kr)를 통해 접수 가능하다.

한편 한국거래소는 상반기 채용 청년인턴의 근무평가 등을 통해 우수인턴사원에 대해 정규직 채용시 우대할 예정이다.

/이은미기자 emlee@

**Complete View**  
새롭게 태어난 엘리시아만의 고급스러운 인테리어

구분	평일		주말, 공휴일	
	런치	디너	런치	디너
성인	25,000	30,000	33,000	35,000
초등학생	13,000	16,000	19,000	19,000
유아 (5세~미취학)	8,000	10,000	12,000	12,000

위 금액은 VAT 포함가격입니다.  
홈페이지(www.elysia.co.kr)에 회원가입을 하시면  
항상 10%할인을 받으실 수 있습니다.  
각종 할인 이벤트 진행중 (홈페이지 참조)

## "축복 받은 집"

# 씨푸드 뷔페 엘리시아

상무지구 세정아울렛 3층

새롭게 태어난 고급스러운 인테리어

새로운 감각으로 탄생한 스페셜 메뉴

행복하고 특별한 모임을 만들어드립니다!

**예약문의 엘리시아 예약실**  
(상무지구 세정아울렛 3층)  
**062)385-3000**

바다의 향기를 가득 담은 **바다향**

정식 15,000원 C코스 30,000원  
B코스 20,000원 스페셜 40,000원  
(1인 기준 2인 이상)

정식 특별 할인 런치정식 15,000원

동태탕 6,000원, 회덮밥 6,000원, 쌀밥 7,000원  
특산매운탕 10,000원, 생선초밥 10,000원, 굴비정식 15,000원

이음요금 (부페 1인 기준)  
★평일 20,000원~25,000원  
★주말·공휴일 25,000원

대관 및 세미나 사용은 상담 후 조정이 가능하며 단체행사인 가능

**Special Service**  
특별한 모임을 만들어드립니다

결혼 피로연 / 각종 세미나 / 워크샵  
돌잔치 / 회갑 / 칠순연

이용요금 ₩27,000~₩33,000

전국꽃배달서비스 365일 24시간  
[www.flowerelysia.co.kr](http://www.flowerelysia.co.kr)

엘리시아 꽃배달 OPEN기념 이벤트!

꽃, 화분 등 5회 이상 주문시 [5만원 이상]  
엘리시아 상품권 5만원권 증정

꽃 + 엘리시아 식자권 묶음 상품  
30% 할인판매 '엘리시아 꽃배달' 홈페이지에서 구입가능

엘리시아 컨벤션 안내 (별관)  
고급스러운 분위기 연출과 차별화된 음식으로 초대하신 분들을 귀하게 모시겠습니다.

60석 80석 100석  
120" 대형 빔프로젝트 및 음향시설 완비