

문화·예술과 연계 복합쇼핑관광으로 승부

관광형 쇼핑명소가 지역경제 희망이다

〈6〉쇼핑천국 홍콩의 미래

홍콩이 '쇼핑천국'이라고 불리는 데는 지정학적 환경과 함께 이를 브랜드로 승화시킨 당국의 노력이 컸다. 홍콩은 1997년 중국으로 주권이 반환된 후에도 본토의 인적·물적 자원을 배경으로 성장 속도를 키우고 있다. 수많은 쇼핑물과 관광지라는 쇼핑 하드웨어에 '메가 세일'이라고 부르는 쇼핑이벤트 소프트웨어가 상승 작용을 하고 있다. 하지만 급변하는 변화에 복합쇼핑관광의 카드를 내고 끊임없는 도약을 위해, 다시 미래를 준비하는 것이 홍콩의 또다른 면모다.

대형쇼핑몰, 지하철·아케이드 연결 찾아가기 쉽게

명품 브랜드 포화·임대료 크게 올라 위기

다양한 축제·이벤트로 '쇼핑홍콩' 돌파구 모색

◇철저한 비즈니스 마인드도 쇼핑 명소 자존심 이어가=기자가 홍콩을 찾은 지난 24일 맑은 날씨에 주말이 맞아 수많은 사람들도 붐볐다. 홍콩섬 북쪽 코즈웨이베이는 뉴욕 5번가, 파리 샹젤리제 거리를 제치고 올해 세계에서 가장 비싼 상권으로 뽑힌 곳이다. 1㎡당 월 평균 임대료 270만원 정도, 작년보다 35%나 올랐다고 한다. 임대료가 높다는 건 그만큼 입점 경쟁이 치열하다는 얘기다. 샤넬 등 명품브랜드 매장이 쉴 새 없이 확장 공사를 하고 있었다.

최근에는 한류 바람을 타고 물 건너간 중저가 화장품 미샤, 스킨푸드 매장, 토리모리까지 그야말로 없는 것 빼곤 다 있는 '쇼핑홀릭의 천국'이다.

이 곳 대형쇼핑몰의 특징은 하나 같이 찾아가기가 쉽다는 것이다. 쇼핑몰이 지하철과 아케이드로 연결돼 있어서다. 타임스퀘어와 하이산 플레이스 등도 코즈웨이베이역과 연결돼 쉽게 찾아갈 수 있다. 250여개 상점이 있는 IFC몰은 센트럴역, 최근 부상하고 있는 엘리먼츠는 홍콩역에서 가깝다.

이런바 '메가 세일'을 앞두고 있는 시점이라 유명 브랜드 매장은 물론 소형매장까지 다가온 대목 준비를 위해 분주하게 움직이고 있었다. 세일은 6월부터 시작되는데 '홍콩 서머 펀(Hong Kong Summer Fun)'라는 이름으로 대개 7~9월 휴가를 마치고 돌아오는 시기를 겨냥한다.

세일 기간에는 축제가 더해진다. 여름에는 '홍콩 드래곤 보트 카니발(Hong Kong Dragon Boat Carnival)' '서머 팝라이브 인 홍콩(Summer Pop-Live in Hong Kong)' 등이 진행되는데 인기가 높다. 이처럼 홍콩의 '메가 세일'에는 축제와 쇼핑으로 도시 전체의 분위기와 이미지를 업그레이드하며 그들의 말 그대로 '아시아의 세계도시(Asia World City)'를 연출하고 있는 것이다.

세계적인 쇼핑메카가 되기까지, 쇼핑천국의 위상에 걸맞는 유통 기반과 서비스 마인드도 곳곳에서 확인할 수 있었다. 홍콩의 대형 유통시설에는 한국과는 다른 2가지 특징이 있었다. 먼저 각 층간 에스컬레이터가 바로 이어지지 않는다는 것이다. 한 층을 올라가서 다음 층으로 가려면 몇 미터라도 더 돌아야 한다. 그동안 몇 개 매장이라도 더 둘러보게 하려는 상술이다.

현지 유통업계 관계자들에 따르면 홍콩 유통업계의 진정한 자랑

은 '세계 최고의 서비스'다. 친절함은 기본이며 세일 행사가 많다. 또 손님이 원하는 모델이 매장에 없다면 빠른 시간 안에 다른 매장에서 모델을 찾아주기도 한다. 심지어 속옷조차도 입어보고 고를 수 있다. 만약 입어보고 착용감이 마음에 들지 않는다면 그냥 나와도 아무 문제없다.

◇중국 관광객 증가 불구 경기 하락세...복합쇼핑관광으로 승부=하지만 이런 홍콩도 최근 어려움을 겪고 있다. 세일기간도, 할인율도 비슷하지만 예전만큼 환율이 낮지 않아 메리트가 크지 않아 쇼핑객이 점차 줄고 있다는 것이다. 실제로 홍콩 유통채널의 게시판 등에서 이전처럼 명품쇼핑 후기를 접하기란 쉽지 않다. 대신 핸드크림·마스크팩·치약 같은 생활용품이나 간식거리 구매후기가 주를 이루고 있다.

이처럼 홍콩의 쇼핑가가 활기를 찾지 못하는데는 중국인 관광객의 쇠세가 영향을 미친 것으로 분석되고 있다. 가파르게 오르던 임대료가 다시 하락세로 돌아서고 있고 홍콩의 대표적인 명품 쇼핑가인 퀸즈로드 센트럴의 경우 지난 상반기 매출이 감소한 것으로 알려지고 있다.

홍콩으로 몰려드는 중국인 관광객들은 이 지역 부동산 가격 상승을 부추기고 있다. 홍콩의 상업 중심지 코즈웨이 베이 지역의 러셀 스트리트에 위치한 버버리의 경우 한 달 매장 임대료로 100만달러(약 10억7400만원)를 내고 있다. 이 때문에 일부 브랜드들은 지나치게 높은 임대료 때문에 점포를 이전하는 수고를 감당하고 있다.

일각에서는 명품 브랜드들의 홍콩 시장 확장이 포화에 달했기 때문이라는 분석을 내놓고 있다. 명품 브랜드 카르티에는 홍콩에 매장 9개를 갖고 있다. 이는 뉴욕의 2배다. 버버리와 코치도 홍콩에 각각 12개의 매장이 있다. 홍콩 보석 업체인 룩폭(六福)과 초우타이폭(周大福)도 점차 증가 40여개와 80여개로 KFC 매장보다 훨씬 많다.

또 스페인 의류 브랜드인 자라와 미국 캘빈클라인은 비싼 임대료를 피하면서 중국인 관광객을 잡을 수 있는 홍콩과 중국의 경계 지역으로 매장을 확장하는 전략을 쓰고 있다.

이러한 위기를 감지했는지 최근 홍콩 관광당국은 긴박하게 움직임을 보이고 있다. 이국풍의 다양한 축제에 글로벌 후원기업과의 공동이벤트, 관광객 유치에 힘쓰는 홍보 강화로 쇼핑천국의 명성을 유지하기 위한 노력을 배가하고 있다.

이에된 홍콩관광청 서울사무소 부장은 "최근의 관광환경도 점차 다양화·세분화 하고 있는 상황"이라며 "서울, 싱가포르 등이 새롭게 쇼핑명소로 부상하고 있어 전통적인 쇼핑형 관광 보다는 영화나 미술제 등 문화·예술과 연계하는 복합쇼핑관광으로 승부하고 있다"고 말했다.

/홍콩=김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

※이 기획은 지역신문발전위원회의 지원을 받아 취재했습니다.



거대한 '명품 쇼핑 군락'을 이루고 있는 퀸즈로드 센트럴의 웅장한 건물들이 쇼핑천국 홍콩의 견재함을 과시하는 듯하다. /홍콩=김진수기자 jeans@kwangju.co.kr



언제나 쇼핑객들로 넘쳐나는 홍콩섬 센트럴역 인근 코치 매장 앞 거리.

특허 방수
 특허 제10-1097784호
 특허 제10-0562035호
 특허 제10-0548189호

대한건축사협회
 KOREA INSTITUTE OF BUILDING ANALYSIS
트라이슈머
 우수건축자재 추천제품 단열복합시트

방수가 2~3년만 가면 된다고요?
20년은 가는데!!
트라이슈머® 단열복합시트방수

시공전 / 단열베이스카펫시공
 단열베이스카펫 / 트라이슈머시트시공
 트라이슈머 탑코팅 시공
 옥상 시공 후

결로·곰팡이 단열까지 한번에~!
아트패션시트® 곰팡이 결로 단열시스템

완벽한 3중 단열로 결로, 곰팡이 방지는 기본!
 겨울에는 따뜻~ 여름에는 시원~ 탁월한 냉,난방비 절감효과 (20~30%)
 새집증후군 예방효과, 명품디자인으로 바꿔주는 리모델링 효과까지!

이파엘지의 특허공법!!

배란다 시공전 시공후

본사 전속모델 밸런스 이영후

(주)이파엘지종합특수방수
 친환경(Green)환경을 추구합니다.

[주]이파엘지종합특수방수
IPALG 광주전남대리점
 (062) 511-0444
 H.P 010-6603-0405

목포대리점 T.(061) 284-0485
 여수대리점 T.(061) 683-0485
 순천대리점 T.(061) 726-0482
 광양대리점 T.(061) 795-0485

www.IPALG.co.kr
 또는 이파엘지.kr