# 젊어진 골프웨어, 2030 공략 나섰다

### 기능성 강화 20~30대 호응
### 판매 급신장 아웃도어 위협
### 백화점 브랜드 신설 판촉 강화

아웃도어와 골프웨어 간 '옷 전쟁'이 치열하다. 특정 브랜드의 등산용 겨울 점퍼를 학생들이 즐겨 입어 일선 학교의 '교복'이라는 말이 있을 정도로 아웃도어가 인기였지만 최근 골프 의류의 판매가 늘어 레저 의류 시장을 위협하고 있다.

10일 광주지역 백화점에 따르면 아웃도어가 시장 포화상태에 다다르며 성장세가 둔화하고 있다. 반면, 골프웨어는 최근 기능성에 패션까지 더하며 새로운 대세로 떠오르고 있다.

실제 롯데백화점광주점이 분석한 아웃도어·골프 매출 신장률을 살펴보면 지난 2010년 아웃도어 상품군의 신장률이 전년대비 약 12%로 성장세를 보였으며 이후 해마다 성장하며 2012년에는 약 25% 신장률을 기록하며 절정에 이르렀다.

이 기간 골프웨어는 2010년에는 -5%, 11년 -7% 역신장 실적을 보이며 아웃도어 상품군과의 신장률 격차가 매년 20~25% 포인트 이상 났다.

하지만 최근에는 상황이 달라지고 있다. 국내 아웃도어 산업이 정체기에 들어서면서 전세가 뒤바뀌는 양상이다.

지난 2012년 신장률 정점을 찍은 아웃도어 상품군은 이후 매년 하락세를 보이는 반면, 골프웨어의 경우 2012년부터 조금씩 실적이 개선되며 신장률 격차를 10% 이내로 줄였다.

특히 골프웨어 브랜드가 기능성 강화뿐 아니라 감각적인 컬러와 젊은 디자인을 가미한 상품을 내놓으면서 기존 중·장년층 고객 외에 20~30대 젊은 골퍼들을 흡수한 것으로 분석된다.

이에 따라 아웃도어 브랜드 밀레는 '푸조 골프'와 제휴해 골프웨어 라인을 새롭게 선보였다.

지역 백화점들도 골프 젊은 세대를 겨냥하기 위해 올해 초 '와이드앵글' '파리게이츠' '나이키 골프' '아디다스 골프' 등 기존 브랜드 외에 젊은 감각의 브랜드를 늘리고 있다.

또 롯데백화점광주점은 9일부터 13일까지 8층 행사장에서 '블랙야크·K2 그룹 특집+가을 골프 대전'을 진행한다.

/오광록기자 kroh@kwangju.co.kr

# 금호터미널 '소비자 신뢰 대표브랜드' 대상

### 종합버스터미널 부문

금호터미널(유·스퀘어)이 지난 9일 서울 그랜드힐튼그랜드볼룸에서 열린 '2015 대한민국 소비자신뢰 대표브랜드'시상식에서 종합버스터미널 부문 대상을 수상했다.

'2015 대한민국 소비자신뢰 대표브랜드'는 한국브랜드경영협회에서 제정한 상으로, 소비자와 관련 전문가들이 모여 기업 및 공공기관의 우수 브랜드를 선정하고 발표한 것이다.

금호터미널은 브랜드명인 '유·스퀘어'의 신뢰도뿐 아니라, 복합문화공간으로서 외식, 영화, 공연 관람, 독서 등이 한 번에 가능하다는 점에서 높은 평가를 받았다.

최근 리모델링을 끝내고 지난 3일 그랜드오픈한 유·스퀘어는 실내 원형 계단과 에스컬레이터를 확충하고, 새로운 쉼터인 하늘정원과 예술시장이 함께하는 제2야외무대를 신설했다.

또한 외식을 즐기려는 가족단위 고객을 위해 주차장과 바로 이어지는 2층 테라스에 '푸드스트리트'를 만들고, 실내 2층을 더욱 넓혀 다양한 식당들을 새롭게 입점시켰다.

유·스퀘어는 지역별 평가 중 특히 광주·전남권에 거주하는 10, 20대 선호 조사에서 높은 점수를 얻었다. 쇼핑, 외식, 문화 등의 여가 생활을 한번에 즐기려는 몰링(Malling)문화가 확산되면서, 다양한 외식 문화와 선진 공연 문화를 선도해온 점이 높은 점수로 이어졌다.

유·스퀘어는 이용객의 편의를 돕기 위해 분실물센터를 운영하고, 전화 안내 서비스를 통해 교통 이용의 불편을 최소화하는 중이다. 또 자체 조사를 통해 이용자의 의견을 수시로 반영하며 소비자의 신뢰를 높이고 있다.

기존의 터미널 개념을 넘어 문화와 쇼핑, 교통의 허브 기능을 동시에 담당하기 위해 유·스퀘어는 호남 최초의 아이맥스 영화관과 공연장, 대형서점을 유치하는 등 끊임없이 변신을 시도해왔다.

특히 지난해에는 유아나 어린이를 동반한 가족단위 고객을 위해 키즈파크를 신설해 창의력 향상을 위한 체험놀이, 독서 등을 할 수 있도록 했으며, 지하 1층, 지상 4층 규모의 대형 주차장을 지어 편의성을 높였다.

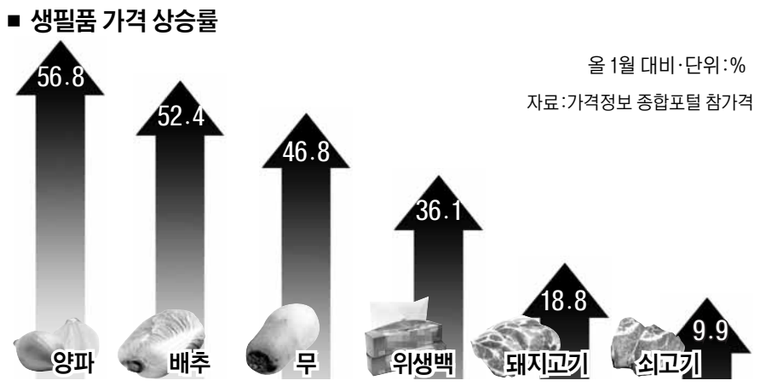
금호터미널 관계자는 "최근 그랜드오픈한 유·스퀘어가 광주의 대표적인 랜드마크로 자리매김할 수 있도록 더욱 노력하겠다"고 말했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

# 추석 오는데…양파·배추값 '껑충'

### 올해 양파값 최근 3년 최고
### 수급대책에도 채소값 상승
### 전통시장 계란·식용유 저렴

■ 생필품 가격 상승률




최근의 양파 가격이 최근 3년 중 가장 비싼 것으로 조사됐다.

한국소비자원이 생필품 가격정보 종합포털인 '참가격(www.price.go.kr)'에 수집된 올해 8월 생필품 판매가격을 분석한 결과, 1월 이후 계속 오름세를 보였던 배추의 평균판매가격은 전월보다 6.4%, 무는 6.1% 하락한 반면 양파는 5.4% 상승한 것으로 나타났다.

1월부터 지속적으로 가격이 상승한 배추와 무는 민생물가 안정을 위한 민감 농산물 수급 대책 추진 등의 영향으로 7월부터 하락세를 보였지만 양파는 1월 이후 6월에 잠시 하락했다가 다시 상승세를 보이고 있다. 돼지고기는 5월 이후 안정세를 나타내고 있다.

또 최근 3년간 8월 가격 동향을 보면, 양파와 무 가격은 2014년 보다 상승했으며, 특히 양파의 경우 올해 가격이 최근 3년 중 가장 높은 것으로 나타났다.

1월 대비 가격 상승률이 높은 품목은 양파(56.8%), 배추(52.4%), 무(46.8%), 위생백(36.1%), 돼지고기(18.8%), 쇠고기(9.9%) 등으로 나타났다. 반면 썬크림(-15.2%), 키친타월(-14.2%), 캔커피(-13.1%), 단무지(-7.1%), 마가린(-6.7%), 버터(-5.0%) 등은 하락률이 높았다.

제품별 가격 등락률을 보면, 전월 대비 가격 상승폭이 큰 제품은 유한킴벌리 종이기저귀 '뉴하기스 프리미어4 남아용 대형(60개)'(56.5%), 애경 치약 '2080 오리지날 블루 충치케어(140g*3개 묶음)'(40.3%), 아모레퍼시픽 '송염치약(160g*3개 묶음)'(28.4%) 등이었다.

추석명절 다소비 주요 품목의 가격도 유통업태에 따라 차이가 있었다. 단위당 평균판매 가격을 보면, 전통시장은 계란·당면·식용유·참기름, 대형마트는 맛살·밀가루·콩나물·햄류, 기업형슈퍼(SSM)는 두부의 가격이 상대적으로 저렴했다. 부침가루는 전통시장·대형마트의 가격이 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

/오광록기자 kroh@kwangju.co.kr

### 해외서 리콜된 발암물질 젖병
# 국내시장 버젓이 유통

### 구매대행사이트·해외직구
### 소비자원 22개 제품 조치

발암물질로 알려진 산업용 색소를 사용해 해외에서 리콜된 고무젖꼭지 등의 제품들이 일부 해외구매대행 사이트 등을 통해 구입 가능한 것으로 확인됐다. 해외에서는 안전상 문제가 있어 리콜을 한 제품을 국내에서는 버젓이 구입할 수 있다는 말이다.

이에 한국소비자원(www.kca.go.kr)이 시정조치에 나섰다.

한국소비자원은 10일 "지난 5월부터 8월까지 미국, 유럽, 캐나다 등에서 리콜된 제품이 국내 시장에서 유통되는지 감시한 결과, 유아용 장난감, 젖병 등 22개 제품이 일부 구매대행 사이트 등에서 판매를 위해 상품 게시중임을 확인하고 해당 사업자들에게 시정조치를 권고했다"고 밝혔다.

사업자들은 권고를 수용하여 즉시 판매를 중지하기로 했으며, 이 중 이미 제품을 판매한 2개 사업자는 구입가를 환급하기로 하였다.

또 자전거 휠 허브(SRAM LLC. Zipp 88 First Generation Front Hub)와 이륜자동차 충격흡수장치(Ohlins Racing AB, TTX36 shock Absorber), 유모차(Silver Cross, Micro), 유아용 매트리스(IKEA, SULTAN) 등 4개 제품은 국내에서 판매되었거나 판매되지 않았더라도 국내 소비자가 해외 현지구매 또는 해외직구를 통해 소유한 경우 해당 브랜드의 국내 사업자가 무상 수리, 교환 또는 환급하기로 했다.

한국소비자원은 "인터넷쇼핑몰 특성상 해외에서 리콜된 제품의 국내 유통을 완벽하게 차단할 수 없어 해외직구, 구매대행 등으로 해외 제품을 구입할 때는 구매 전에 반드시 소비자위해정보시스템(ciss.go.kr)이나 스마트컨슈머(smartconsumer.go.kr)에서 해외 리콜 정보를 확인할 것"을 당부했다.

한편 한국소비자원은 앞으로도 해외에서 리콜된 제품의 국내 유통 여부에 대한 감시를 지속·강화해 신속하게 조치할 예정이다. /오광록기자 kroh@

# KB국민·롯데카드
### 내달말 수수료율 인하

KB국민카드와 롯데카드가 장기 카드대출(카드론), 단기 카드 대출(현금서비스) 등의 수수료율을 인하한다.

KB국민카드는 10일 카드론, 현금 서비스, 일부 결제 금액 이월 약정(리볼빙 결제) 수수료율을 다음 달 31일부터 인하한다고 밝혔다.

현재 연 6.50~25.80%인 카드론 수수료율은 연 5.90~24.80%로 낮아진다. 최저 수수료율은 0.60%포인트, 최고 수수료율은 1.0%포인트 인하된다.

현금서비스 수수료율은 연 6.50~27.40%에서 연 6.40~27.00%로 인하, 최저 수수료율은 0.10%포인트, 최고 수수료율은 0.40%포인트 떨어진다.

롯데카드도 10일부터 카드론 최저 금리를 연 6.90%에서 6.50%로, 현금서비스 최저 금리를 7.50%에서 6.90%로 인하할 계획이다. 신한카드는 이달 안으로 카드대출 수수료율 인하 시기와 폭을 정해 올해 4분기에 수수료율을 인하한다는 방침이다. 삼성카드와 하나카드, 우리카드도 구체적인 계획은 정하지 않고 있지만 수수료율 인하를 검토하고 있다.

카드사들이 속속 카드대출 수수료율을 낮추는 것은 저금리 기조로 조달 금리가 내려간 영향으로 풀이된다. /연합뉴스


# 회사 사정상 급매, 펜션·전원주택단지 최고 장소

▪ 관광특구로 모든업종 개발 가
도 관광진흥자금 유치 가

▪ 리모델링 후(1억원 정도 투자)
연 3억원 이상 순수익 가
(과거 펜션/식당/박물관 운영함)

주인직매 H.010-3605-5000

▪ 전남 담양군 금성면 대성리 879-4번지 외 1필지(구, 송학랜드)
▪ 담양댐 하류 바로 옆
▪ 낙찰 - 14억 9500만원(7명 응찰/2등 - 14억 9100만원)
등기비 - 7000만원
명도비 - 2000만원(5명)
기초공사 - 3000만원(옹벽공사/벌목 등)
기타 - 1500만원(대청소 등)
총 - 16억 3000만원
▪ 급매 - 17억 5000만원
대출 - 12억 5000만원(2.1%, 월 219만원)
▪ 실제 인수금액 - 5억원
조건 - 9월 23일까지 계약 후 10월 23일까지 완불
법인체 인수가능, 이전비 없음
1년 후 대출 20억정도 가능
조정없음