

광주신세계, 양동시장 발전 '맞춤형 컨설팅'

상인회장 등 초청 재래시장 VM 개선 세미나 고객 친화시설 늘리고 문화콘텐츠 강화 시급 점포별 특성맞는 상품관리·진열 교육도 열려

광주신세계(대표이사 임훈)가 지역 전통시장과 상생을 이어가고 있다. 광주신세계는 지난 12일 광주시 서구 양동북개상가 3층 대회의실에서 양동 7개 전통시장상인회장 등 시장상인 40여명, 임훈 광주신세계 대표이사, 최재휘 관리이사, 박인철 영업기획팀장 등이 참여한 가운데 전통시장 발전을 위한 의미 있는 시간을 가졌다.

이날 이들은 자유로운 분위기 속에서 '재래시장 VM 개선방안'에 대해 서로 의견을 주고 받았다. VM (Visual Merchandise)은 마케팅의 목적을 효율적으로 달성할 수 있도록 특정 상품이나 서비스를 시각적으로 연출하고 관리하는 것을 말한다.

지역 백화점이 전통시장 발전을 위해 마케팅 컨설팅을 해 준 의미 있는 시간이었다.

이는 지역 대표 전통시장인 양동시장의 서비스 품질 향상과 전통시장의 영업 환경에 적합한 양질의 서비스 기법을 개발하는 마케팅 교육 및 맞춤형 컨설팅을 제공하고자 하는 프로젝트의 일환으로 마련됐다.

광주신세계가 3~4개월 동안의 연구와 분석을 통해 양동 전통시장의 현황을 파악하고 개선안을 마련해 시장 상인들에게 이를 전달하는 자리였다.

이날 논의된 컨설팅의 구체적인 내용으로는 먼저 고객동선, 휴식공간 등 고객친화 시설의 부재와 먹을거리 등의 고객 접

인요소 부족을 예로 들며 현 양동 전통시장의 한계점을 분석한 후 국내외 선진 시장의 사례를 벤치마킹하여 개선점을 찾았다.

또 양동 전통시장이 활성화되기 위한 개선사항으로, 문화 콘텐츠 강화, 체험 프로그램 운영, 온라인이나 모바일 등의 신 소비 트렌드 반영, 차별화 MD 개발 등을 논의했다.

서울 망우동 우리시장의 '황금소 프로젝트'와 대구 현풍의 '도깨비 시장' 등을 살펴보고 관광명소를 만들기 위한 스토리텔링 노하우와 콘텐츠 브랜드화 전략을 공유하는 시간을 가졌다.

이 밖에 상담 및 현장 실적을 바탕으로 양동 전통시장 점포별 특성에 맞는 상품관리 및 진열 교육을 진행했다.

임훈 광주신세계 대표이사는 "전통시장은 가장 지역적인 것을 보여줄 수 있는 극장이 되어야 한다"며 "양동 전통시장은 오랜 역사를 통한 경영 노하우가 있기 때문에 잠재적인 수익 창출 및 경쟁력 확보에 있어 백화점보다 경쟁력이 있다"라고 말했다.

또 임대표는 "지역사회와 함께하는 백화점이라는 상생의 가치를 끊임없이 실천하고 있다"며 "다양한 활동들을 통해서 지역 전통시장과의 우호협력 관계를 보다 실질적으로 이끌어 나가 양동 전통시장이 대표적인 관광형 시장으로 거듭나는 건강한 상생의 결실을 거둘 수 있도록 최선의 노력을 다해 나갈 것"이라고 덧붙였다.

한편 광주신세계는 지난 2015년 10월에 양동7개 전통시장협의회와 양동시장 활성화 및 지역 최고의 문화관광형 전통시장으로서 지역 관광 명소를 만드는 데 적극 노력하겠다는 상생발전 협약 체결하고 다양한 활동을 추진하고 있다.

오광록기자 kroh@kwangju.co.kr



지난 12일 광주시 서구 양동북개상가 3층 대회의실에서 양동 7개 전통시장상인회장 등 시장상인과 임훈 광주신세계 대표이사 등 관계자들이 참여한 가운데 전통시장 발전을 위한 세미나를 가졌다. <광주신세계 제공>

그린알로에, 저자극·아토피용 비누 출시

계면활성제 함유 '그린내추럴아토피' 생산

순수 자연 친화 성분을 추구하는 그린알로에(대표이사 정광숙)가 천연에서 유래한 계면활성제를 함유한 저자극 비누 및 아토피용 비누인 '그린내추럴아토피'를 출시했다고 12일 밝혔다.



그린내추럴아토피는 천연 유래 계면활성제와 7종의 식물성 오일 및 6종의 식물성 추출물, 쉐어버터, 세라마이드, 비타민E 등이 함유돼 깨끗한 세정력은 물론 피부진정, 피부 보습력을 높여주어 피부 트러블을 완화시키는 데 도움을 주는 '기능성 비누'로 출시됐다.

이 제품은 일반 비누가 아닌 식약처에서 효능 효과를 정식인증 허가를 받은 의약품 비누이다. 따라서 일반 비누 보습 기능은 물론 건선피부질환 등으로 인해 피부 건조로 고민하는 사람들도 안심하고 사용할 수 있는 제품이다.

또한 비누에 함유되게 되는 합성계면활성제, 비누를 단단하게 만들어주는 합성경화제 그리고 인공색소, 광물성오일, 동물성오일 등 인체에 유해한

인공첨가물들을 함유하지 않았다. 대신에 천연유래계면활성제, 7종의 식물성오일 및 6종의 식물성추출물, 시어버터, 세라마이드, 비타민E 등 천연 유래 성분들을 함유해 어린이부터 민감한 피부의 성인들까지 저자극성으로 남녀노소 안전하게 사용할 수 있다는 게 장점이다.

이외에도 비누 세정 후에 겪게되는 피부건조 부분을 보완하기 위해 3단계로 거쳐 피부보습력을 높여준다. 6종의 식물성추출물을 통해 피부에 필요한 수분과 영양을 공급해주고, 7종의 식물성 오일을 통해 유분 및 수분과 영양을 한 번 더 보호해주며 피부 지질층에 가장 많은 부분을 차지하고 있는 세라마이드를 함유해 피부보호막을 형성해 건강하고 촉촉한 피부를 지켜준다.

김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

광주 소매유통업 체감지수 소폭 상승

경기침체·소비위축 영향

백화점·편의점 하락폭 커

올해 3분기 광주지역 소매유통업 체감지수가 전반기에 비해 소폭 상승했으나 여전히 기준치 이하에 머물고 있는 것으로 나타났다. 대형마트(104)는 여름휴가와 추석 특수가 있는 3분기 판촉강화를 통해 매출증대를 꾀할 것으로 기대됐으며 슈퍼마켓(100)도 계절적 영향이 다소 긍정적으로 작용했다.

3분기 광주지역 소매유통업체 경영실적에 영향을 미칠 요인으로는 '소비심리 위축에 따른 매출부진'이 40.3%로 가장 높았으며 '업체간 경쟁격화(24.4%)', '판촉 및 할인행사(10.2%)', '상품가격 상승(8.0%)', '업체내 경쟁심화(7.4%)', '광고확대(3.4%)' 등의 순으로 나타났다.

가장 큰 경영예로 요인으로는 '수익성 하락'이 46.5%로 가장 높았으며 '인력부족(15.3%)', '자금사정 악화(10.8%)', '유통관련 규제강화(8.3%)', '정부정책의 비일관성(3.2%)' 등을 꼽았다.

유족진 광주상공회의소 사무국장은 "대내외 불안요인들이 국내소비 침체로 이어져 지역 소매유통업체들이 고전을 면치 못하고 있다"며 "정부가 소비시장 활성화 대책을 조속히 마련해 내수진장을 위한 적극적인 모멘텀으로 활용해야 한다"고 진단했다.

업체별로는 백화점(85)의 하락폭이 가장 컸으며 편의점(98)도 기준치를 밑돌았다. 대형마트(104)는 여름휴가와 추석 특수가 있는 3분기 판촉강화를 통해 매출증대를 꾀할 것으로 기대됐으며 슈퍼마켓(100)도 계절적 영향이 다소 긍정적으로 작용했다.

3분기 광주지역 소매유통업체 경영실적에 영향을 미칠 요인으로는 '소비심리 위축에 따른 매출부진'이 40.3%로 가장 높았으며 '업체간 경쟁격화(24.4%)', '판촉 및 할인행사(10.2%)', '상품가격 상승(8.0%)', '업체내 경쟁심화(7.4%)', '광고확대(3.4%)' 등의 순으로 나타났다.

가장 큰 경영예로 요인으로는 '수익성 하락'이 46.5%로 가장 높았으며 '인력부족(15.3%)', '자금사정 악화(10.8%)', '유통관련 규제강화(8.3%)', '정부정책의 비일관성(3.2%)' 등을 꼽았다.

유족진 광주상공회의소 사무국장은 "대내외 불안요인들이 국내소비 침체로 이어져 지역 소매유통업체들이 고전을 면치 못하고 있다"며 "정부가 소비시장 활성화 대책을 조속히 마련해 내수진장을 위한 적극적인 모멘텀으로 활용해야 한다"고 진단했다.

김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

"닭·전복 드시고 건강한 여름 나세요"

롯데백화점 '복 마케팅'

롯데백화점 광주점은 13일 "여름철을 이기고 건강하게 여름을 날 수 있는 '복(伏) 마케팅'을 본격적으로 진행한다"고 밝혔다. 오는 15일부터 17일 단 3일간 지하1층 식품행사장에서는 '원기회복 상품전'을 펼친다.

특히 바다의 산삼이라 불리는 전복(800g)을 4만9500원, 하림 삼계용 계육(500g)을 2천원에 한정 판매하는 초특가 상품전을 마련해 저렴한 가격에 건강도 챙길 수 있는 일석이조의 행사를 준비했다.

또한 수박(7kg이상), 캠벨포도(1kg), 머스크메론 등 여름 대표 과일들을 우대가 선보이며, 국내산 민물장어(100g)를 5천950원에 판매한다.

정육코너에서는 15일부터 24일까지 '한우사랑 국민소비 캠페인'을 진행해 한우사골, 우족, 꼬리를 최고 50%까지 할인하고 한우 등심(1등급, 100g)7300원, 한우 채끝(1+등급, 100g)8500원에 판매한다.

더불어 삼계용 계육(500g)을 정상이 대비 20~30% 할인하고, 하림 참진 토종 닭(1.1kg)구매 시 삼계탕 부재료 선착순으로 무료 증정한다. 또 삼계탕재료(3000원), 황기(2500원) 등도 할인판매한다.

롯데백화점 광주점 식품팀 양도원 팀장은 "다가오는 삼복(三伏)을 대비해 다양한 보양식 및 상품행사를 준비했다"며 "무더운 여름을 이길 수 있는 보양식품도 저렴하게 구입하고 잠시나마 여름을 잊을 수 있는 시원한 행사가 될 것"이라고 말했다.

오광록기자 kroh@kwangju.co.kr

수입차·아파트 마케팅 경품 나올수도

공정위, 경품류 제공 지정고시 폐지

올 하반기부터 비싼 수입차나 아파트가 마케팅 경품으로 등장할 수 있게 됐다. 대규모유통업법 위반 과징금 산정 기준에 납품대금과 함께 법 위반 금액 비율도 반영돼 제재의 합리성과 형평성이 높아진다.

공정거래위원회는 13일 이 같은 내용의 하반기부터 달라지는 유통 분야 제도를 소개했다.

공정위가 경품 가액과 총액한도를 규제한 '경품류 제공에 관한 불공정거래행위 유형 및 기준 지정고시'를 폐지함에 따라 추첨 등으로 제공되는 경품의 한도가 사라졌다.

다만 경품이 소비자를 오인하도록 하거

나 경쟁사업자를 배제할 목적으로 과도하게 제공되면 공정거래법 23조에 따라 여전히 공정위가 제재할 수 있다. 대규모유통업법 위반에 대한 과징금을 산정할 때 법 위반금액 비율을 반영하도록 해 다른 조건이 동일한 경우 법 위반금액이 큰 기업이 더 많은 과징금을 부과받게 된다.

또 법 위반 반목에 따른 가중요건을 '과거 3년간 3회 이상 위반'에서 '2회 이상 위반'으로 개정해 가중 범위를 확대한다.

상품 판촉을 목적으로 대형마트에 납품업체 직원을 파견할 때 경력과 무관하게 차별화된 판매·상품관리 능력이 있으면 '숙련된 종업원'으로 보고 파견을 할 수 있다. 기존에는 1년 이상 경력자여야 '숙련된 종업원'으로 인정돼 파견이 가능했다.

연향뉴스

대한민국 모두가
★**몸신이 되는 그 날까지!**

나는 몸신이 **다**

매주 수요일 밤 11시

이음식 **엄영란** 조민희 **변우민** MC/정은아

[광주] 남구 서구 광산구 동구 북구 (CMB) 18	순천 여수 여천 광양 고흥 14	목포 신안 무안 강진 완도 16	스카이라이프 13
[광주] 동구 북구(광주방송) 20	나주 화순 보성 담양 구례 곡성 18	해남 영암 진도 장흥 16	IPTV 18

꿈을 담은 캔버스
채널A
www.ichannelA.com