

“집안에 화사한 봄을 들여요”

봄맞이 집단장 침구류·인테리어 소품 등 인기

1인 가구 늘면서 소형·실속형 제품도 잘나가

최근 따뜻한 날씨가 계속돼 집단장 관련용품이 인기다. 광주지역 이마트에 따르면 입춘이 지난 2월10일부터 14일까지 집단장 관련 용품 매출이 각각 침구류 63.2%, 인테리어 소품 21.5%, 청소용품 17.3% 성장했다. 이는 겨울내 사용했던 무겁고 두꺼운 이불과 침구류 대신 봄에 걸맞은 얇고 화사한 침구류로 방안 분위기를 바꿔보려는 고객들이 늘어난 것으로 분석됐다. 또 최근 싱글 라이프를 즐기는 1인 가구와 3~4인의 소규모 가족이 늘어 나면서 보다 저렴한 비용으로 집안 분위기를 산뜻하게 바꿔줄 인테리어소품도 인기다. 조화 89.7%, 벽장식소품 45%, 액자 17% 등 소형크기의 소품과 가격이 저렴한 실속형 제품들도 잘팔리고 있다. 집단장과 관련하여 전문적으로 청소를 대행해주는 업체를 이용하는 것보다 알뜰하게 직접 집청소를 하는 고객들의 증가로 요즘 출시되는 청소관련용품은

다양한 기능과 간편함이 특징이다. 바닥 청소시 옆드러져 하는 불편한 대신 원터치 막대걸레로 자신의 신장에 맞게 조절하는 것과 청소 후 더러워지는 걸레를 빼는 대신 일회용 부직포로 교체하는 상품도 출시됐다. 또 가족소파용, 주방용, 벽지용 청소포가 따로 구비되어 소재별로 훼손없이 청소할 수 있게 됐다. 이마트 최훈화 마케팅팀장은 “전통적으로 이사와 집단장이 많은 봄철에 집안 꾸미기가 ‘싱글’ 트렌드와 ‘알뜰’이 접목되어 가고 있다”며 “앞으로 저렴함과 간편함 두 가지 요소를 모두 갖춘 상품이 꾸준한 인기를 끌 것으로 예상된다”고 말했다. 한편 롯데백화점 광주점도 최근 알록달록 독특한 디자인의 청소용품 선보이고 있다. 욕실과 주방에서 주로 쓰이며 인테리어 효과까지 있어 선물용으로도 판매되고 있다. /오광록기자 kroh@kwangju.co.kr



15일 롯데백화점 광주점 매장을 찾은 소비자가 이색 디자인 청소용품을 살펴보고 있다. <롯데백화점 광주점 제공>

한국딸기, 태국서 밸런타인데이 선물로 인기

‘한류’ 열풍 힘입어 농식품부·aT, 홍보 행사

특징을 지니고 있어, 태국은 홍콩과 싱가포르에 이어 한국산 딸기의 세 번째 수출국으로 자리매김하고 있다. 한국을 방문한 태국 관광객들이 한국 딸기의 맛에 반해 한국 딸기를 구매해 오는 모습도 심심치 않게 발견할 수 있으며, 이러한 관광객들이 한국 딸기의 주요 고객이 되고 있다. 이번 행사에서는 달콤한 딸기향이 가득한 한국딸기밭을 재현하였고, 한국 딸기로 푸딩 만들기, 솜사탕 만들기, 신선 딸기 시식, 톨렛 이벤트 등을 준비하여 연인과 가족 단위로 즐길 수 있는 다양한 프로그램을 진행했다. 또 한국딸기를 매뉴얼화하여 출시한 한국계 프랜차이즈 카페도 행사에 참여하여 새로 출시한 한국딸기 메뉴를 시음·시식하는 기회를 마련했다. aT 여인홍 사장은 “농업과 식품 강국인 태국에서 토종 한국딸기가 선전하는 것은 의미가 남다르다”라며, “태국의 슈퍼마켓뿐만 아니라 모바일 쇼핑물과 디지털 카페에서도 맛볼 수 있는 달콤하고 건강한 한국 딸기가 어린이부터 노년층까지 즐길 수 있는 건강식품으로 더욱 자리매김할 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다. /오광록기자 kroh@kwangju.co.kr

‘한류’ 열풍으로 한국 딸기가 태국에서 밸런타인데이 선물로 각광받고 있다. <사진> 농림축산식품부(장관 김재수)와 한국농수산식품유통공사(사장 여인홍·aT) 15일 “딸기수출협의회와의 공동마케팅을 통해 태국 중심가에 위치한 CTW(Central World)에서 지난 14일 한국딸기를 알리는 행사를 했다”고 밝혔다. 현재 태국으로 수입되는 딸기 중 국산 딸기는 물량을 기준으로 미국산(30%)에 이어 두 번째로 많은 29%를 차지하고 있다. 농식품부와 aT는 달콤하고 건강한 한국 딸기 이미지와 어울리는 태국 인기 연예인 Ms Noona를 홍보대사로, 그리고 태국 태권도 국가대표 감독인 최영석 감독과 가족을 홍보모델로 위촉하여 한국 딸기 시즌이 본격적으로 시작되었음을 대대적으로 알리기 시작했다. 한국딸기는 국내 농가 소득과 직결되는 수출 전략품목으로써 태국산 딸기보다 식감이 부드럽고 당도가 훨씬 높다는



비비드 핑크·내추럴 베이지·브라이트 옐로우

롯데백화점 광주점, 봄 유행가 유행 컬러 선정

경기침체 탓인 유행가의 올 봄 유행 컬러 색상으로 ‘비비드 핑크’ ‘내추럴 베이지’ ‘브라이트 옐로우’ 등 화려한 색이 꼽혔다. 롯데백화점 광주점은 15일 올해 봄·여름에 가장 주목해야 할 색상 세 가지를 선정해 매장 디스플레이를 바꾸고 있다고 밝혔다. 롯데백화점은 지난 2013년부터 각 시즌별로 당시의 이슈들을 반영한 트렌드 컬러를 선정했으며, 선정된 트렌드 컬러를 백화점 매장 디스플레이 등 다양한 방식으로 활용하고 있다. 롯데백화점은 이번 봄·여름 트렌드 컬러의 테마를 ‘활발한(Active)로 정했다. 화려한 컬러는 경기 불황이 지속될수록 무채색보다 같은 비용으로 더 큰 분위기 전환효과를 연출할 수 있으며, 긍정적인 에너지도 표현할 수 있다. 올 봄·여름에 가장 유행할 색상으로 선정된 ‘비비드 핑크’는 활기차고 매혹적인

고체도의 핑크색이며, 희망과 활력을 불러넣는 느낌을 준다. 또한 따뜻한 자연을 연상시키는 ‘내추럴 베이지’, 밝은 햇살을 연상시키는 ‘브라이트 옐로우’도 함께 유행 색상으로 선정됐다. 이들 색은 전문가의 조사 및 심사 과정을 거쳐 선정됐다. 세계적인 색채연구소인 미국의 ‘팬톤’이 매년 시즌마다 발표하는 ‘10대 트렌드 컬러’를 참고한 후, 국내 주요 50대 브랜드들의 신상품 컬러를 분석한다. 이후 외부 패션 전문가들로 구성된 ‘롯데 트렌드 컬러 위원회’의 자문을 받아 메인 컬러 1개와 서브 컬러 2개를 최종적으로 선정한다. 롯데백화점 광주점 김정현 점장은 “선정된 컬러로 위촉된 소비심리 분위기를 조금이나마 전환될 수 있도록 매장 디스플레이를 진행했다”고 말했다. /오광록기자 kroh@kwangju.co.kr

유통업계 자체브랜드 출시 잇따라

신세계 주얼리 브랜드 ‘아디르’

이마트 ‘리빙홈 침구 청소기’

제품 차별화를 위한 유통업계의 자체 브랜드(PB) 출시가 이어지고 있다. 식품과 의류, 생활용품 등에 이어 예뻐용 보석과 청소기까지 그 분야가 확장되고 있다. 신세계백화점은 15일 다이아몬드 중심의 럭셔리 워딩 주얼리 브랜드 ‘아디르’를 만들었다고 밝혔다. 상품기획과 디자인부터 제작, 판매 등 모든 과정을 신세계가 직접 한다. 백화점이 자체적인 주얼리 브랜드를 내놓은 것은 이번이 처음이다. 브랜드 이름 아디르는 고귀한 존재, 아름다운 인연을 의미하는 고대 히브리어에서 따왔다. 아디르는 오는 16일 대구신세계, 17일 강남점에 단독 매장을 열고 다이아몬드 반지, 목걸이, 귀걸이 등 200여종의 상품을 판매한다. 해외 럭셔리 주얼리 브랜드 수준의 상품을 선보이지만 가격은 20% 가량 낮게 책정했다고 신세계는 설명했다. /연합뉴스

손문국 신세계백화점 상품본부장은 “대형화, 복합화 바람이 거센 유통업계에 백화점업의 본질인 상품의 차별화를 위해 아디르를 선보이게 됐다”고 말했다. 신세계백화점은 지난해에는 캐시미어 전문 브랜드 ‘델라 라나’를 내놓기도 했다. 아디르는 결혼을 앞둔 20~30대를 주요 고객층으로 잡았다. 국내 주얼리 시장은 2010년 4조5천억 원 규모에서 지난해 6조 원까지 성장했다. 신세계백화점에서도 럭셔리 주얼리 매출은 2015년 19.7%, 지난해 21.4% 증가하는 등 매년 성장세다. 올해 들어서는 지난 12월까지 44.8% 증가했다. 이마트는 침구 청소기를 자체브랜드로 출시했다. 이마트는 16일부터 자체브랜드 상품인 ‘리빙홈 침구 청소기’를 6만9800원에 선보인다고 이날 밝혔다. 리빙홈 침구 청소기는 꼭 필요한 핵심적인 기능은 강화하고 불필요한 기능을 과감히 생략한 제품으로, 국내 침구 청소기의 시장 가격이 10만 원대부터 30만 원대까지 고가라는 점에 착안해 가성비비를 기웠다고 이마트는 설명했다. /연합뉴스

아파트 관리비 소비자 불만 폭주

관리비·사용료 과다청구 24%

아파트 관리비에 대한 소비자 불만이 끊이지 않는 것으로 나타났다. 한국소비자원은 15일 최근 2년(2015~2016년) 동안 1372 소비자상담센터에 접수된 아파트 관리비 상담 431건 중 단순 질의를 제외한 295건을 분석했다. 관리비·사용료 과다 청구가 70건(23.7%)으로 가장 많았다고 밝혔다. 그다음은 미사용 요금 청구(60건, 20.3%), 관리비 연체(54건, 18.3%), 공동시설 사용(24건, 8.1%)의 순이었다. 관리비·사용료 과다 청구 불만을 세 부 항목별로 보면 난방비가 17건(24.3%)으로 가장 많았고 전기요금(9건, 12.9%), 수도요금(9건, 12.9%) 등이 그 뒤

를 이었다. 미사용 요금 청구는 미사용 유선방송 요금 청구가 49건(81.7%)으로 가장 많았고 미사용 TV 수신료 청구(7건, 11.7%), 미사용 인터넷 요금 청구(4건, 6.6%)도 있었다. 사용하지 않은 유료방송 요금이 청구된 경우는 아파트 단지와 유료방송 사업자 간에 단체 수신 계약이 체결돼 있어 입주민은 이 사실을 알지 못하고 납부한 경우가 많았다. 소비자원은 “관리비 청구서를 꼼꼼히 확인해 피해가 없도록 주의해야 한다”고 당부했다. 한편 전기요금 계약방법은 단일계약과 종합계약으로 나뉘는데, 전기 사용량이 같아도 계약방법에 따라 요금 차이가 있었다. /연합뉴스

첨단 상가빌딩 매매 8층

(첨단삼성전자 정문 앞) 메가박스, 정부합동청사 1분

광주 최초 사무실(연구실) 전문빌딩 (월세수익내면서 내 건물 확보)

추천

- 본사건물 / 지사 건물
- 연구실, 물류센터 적합 (고속도로 진입 5분)
- 토지 500평 건물 904평 주차 60대 완비
- 1층 상가 120평 2층 ~ 7층 (최고급 오피스 룸 56개) 8층 (최고급 스카이라운지)
- 시세가 60억
- 매 가 38억
- 문의 010-7384-7800 / 010-6670-9800

첨단지구 사무실임대

광주최초 사무실(연구실) 전문빌딩

- ◆ 평수 15평
- ◆ 평수 12평
- 주차 60대 완비 즉시 입주 가능 투룸 가능
- 010-7384-7800
- 010-6670-9800

전남 영광군 전원주택 매매

광주에서 40분 !!

토지 151평 건물 42평 (준공 2년)

◆ 매가 1억 1천만 (용 2천)

- 수기동 제일오피스텔 6층 (45평) 전방으로 전망 최고 보전 월 60만 (리모델링 완비) 매가 1억4천만 (용 5천)
- 상무지구 주거용/사무실 매매 6층 (19평) 롯데마트앞, 상무나이트앞 상무지구 중심가 / 수림오피스텔 매가 7천200만
- 서구 쌍촌동 원룸 (오피스텔형) 2층 (11평) 운전역 1번출구에서 3분거리 보증금 200만 월 30만 (용 1천) 매가 3천 5백만 (전세값으로 내집마련)

☎ 062-511-7800 010-6832-9700

법률경매 (주) 대신경매

경매 추천 물건

- 나주 송월동 (복합 상가건물) 토 8,474평, 건 2,563평 나주혁신도시 5분!!! 수영장, 예식장, 사우나, 찜질방, 헬스장 나주 최고 복합상가 ▶감정가 160억 → 최저가 46억
- 광안구 소촌동 (주유소) 토 207평, 건 43평 소촌공단 입구 6차선 도로 접 ▶감정가 5억6천 → 최저가 5억6천
- 북구 중흥동 (숙박시설) 토 91평, 건 340평 광주역 1분 (코너자리) 총 30개 (달방수익 1천만 예상) ▶감정가 9억5천 → 최저가 4억2천
- 남구 월산동 (2층 상가 사무실) 토 21평, 건 95평 농성역 5분 / 6차선도로 접 넓은 평수 / 저렴한 가격 ▶감정가 4억3천 → 최저가 1억9천

직원 모집

부동산, 경매 관심 있으신분 가족처럼 일하실 분 모집니다. (공인중개사 환영)

010-7384-7800 062-382-5500