

레고 럭키박스·핸드백·주얼리...키즈·패밀리 선물 최대 30% 세일

광주지역 백화점업계 가정의 달 할인 행사

●광주신세계

‘AR 트리아트 포토존’ 운영
닥스·피에르가르렝 등 특집
가족단위 고객 마케팅 나서

광주지역 백화점 업계가 가정의 달을 맞아 대대적인 행사에 돌입하면서 5월 특수 잡기에 나섰다. 다가오는 주말(5~6일)부터 어린이날 임시공휴일(7일)로 이어지는 황금연휴까지 겹쳐 업계 간 가정의 달 마케팅 경쟁이 치열하다.

◇광주신세계 ‘Shinsegae Loves Family’ 테마행사 개최 = (주)광주신세계(대표이사 최민도)는 오는 8일까지 ‘Shinsegae Loves Family’를 주제로 테마행사를 진행, 가족단위 고객 선점을 노린다. 우선 어린이날 자녀와 함께 방문한 고객을 위해 ‘패밀리 이벤트’가 준비돼 있다. 5일부터 7일까지 1층 행사장에서 신세계 애플리케이션(앱·APP)을 다운로드 받은 고객에게 ‘SHINSEGAE LOVES FAMILY’로고와 그려진 헬륨풍선(1일 300개 한정)을 증정한다.

같은 기간 1층과 8층 매장에서는 아이들의 시선을 사로잡을 유쾌한 카타리 베에로 공연이 진행된다. 또 오는 30일까지 1층 광장에 트리아트와 AR(증강 현실)기술을 접목한 ‘AR 트리아트 포토존’을 운영, 영상과 사진을 찍어 추억을 남길 수 있도록 했다.

5일 어린이날 당일에는 광주신세계와 국립아시아문화전당이 함께 특별공연도 열린다. 이날 낮 12시부터 30분간 세계 각국의 악기로 연주하는 공연과 오르제(상징물)를 이용한 상황극이 진행될 예정이다.

●롯데 광주점

미니언즈 캐릭터 감사품 증정
홍삼·비타민 등 저렴하게 판매
여성패션 감사의 날 상품전도

여기에 7일까지 당일 구매한 영수증 지참 고객에게 1층 행사장에 마련된 인형 뽑기에 참여할 수 있는 기회를 제공한다.

선물 특집행사도 빼놓을 수 없다. 3일에는 1층 시즌 이벤트홀에서 ‘AR 키즈키즈페어’를 진행하고, 6일까지 ‘집보리 플레이 앤 뮤직샵 팝업스토어’도 운영한다.

어린이날 선물을 고민하는 고객들을 위해 다채로운 완구·교구를 직접 체험할 수 있는 기회를 제공하고자 마련한 행사로, 인기 입체자석 완구인 ‘팩포머스’를 비롯, ‘클릭포머스’, ‘돌체’, ‘레이저페그’ 등을 선보인다.

어버이날 선물행사로 7일까지 1층 시즌 이벤트홀에서 ‘유명 핸드백, 패션소품 GIFT 특집’을 진행한다. ‘닥스’, ‘피에르가르렝’ 등의 핸드백 브랜드와 ‘베디베로’, ‘레이벤’, ‘탐포드’, ‘듀퐁’ 등 선글라스 브랜드가 참여한다.

8일까지는 ‘주얼리&워치 GIFT 특집’도 진행, ‘다이아미’에서 어버이날 선물용으로 선정한 50종의 상품을 30% 할인한다. 같은 기간 진주상품도 전 품목을 20% 할인한다. 여기에 ‘골든듀’는 22일까지 감사의 날 이벤트로 신상품 10%, 진주 스트랜드 30% 할인행사를 연다.

◇롯데백화점 광주점 ‘사랑해 고마워 행복해’ 캐릭터 페스티벌 = 롯데백화점 광주점도 오는 13일



광주신세계 1층 광장 ‘AR 트리아트 포토존’에서 고객이 기념사진을 찍고 있다. 광주지역 백화점업계는 가정의 달을 맞아 다양한 이벤트와 할인행사에 돌입했다. (광주신세계 제공)

까지 ‘사랑해 고마워 행복해’라는 테마로 ‘캐릭터 페스티벌’을 개최한다.

우선 어린이들을 위한 미니언즈 캐릭터 감사품 증정 이벤트가 진행된다. 페스티벌 기간 방문하는 고객 대상으로 9층 사은행사장에서 미니언즈 풍선을 선착순 800명에게 무료로 증정한다. 당일 30만원 이상 구매 시 70명 한정으로 미니언즈 캐릭터 캠핑매트 감사품도 증정한다.

또 4일부터 13일까지 ‘한정판 미니언즈X바나나 인형’을 120명에 한해 증정하는 경품행사도 진행된다. 5일 어린이날 당일 오후 2시부터는 쿠푸맨더 캐릭터 퍼레이드가 진행돼 쿠푸맨더와 사진을 찍을 수 있는 이벤트도 열린다.

어버이날 선물도 준비돼 있다. 9층 레고(LEGO)

매장에서는 7일까지 각종 레고 제품을 10~20% 할인된 가격에 판매한다. 또 5만원 이상 구매 시 30명 한정으로 럭키박스를 증정한다.

가정의 달 부모님 선물을 위한 ‘건강박람회’를 진행해 홍삼 및 비타민, 오메가3 등 다양한 인기 건강기능식품들을 저렴하게 판매한다.

지하 1층 정관장 매장에서는 인기품목인 화애락과 홍이장군 등을 비롯해 주요 선물세트를 10% 할인하고 굿베이스, 흥천옹 등을 20% 할인해 선보인다. GNC, 뉴트리라이프 등 비타민 브랜드들도 비타민 선물세트와 각종 오메가3 제품을 저렴하게 기획해 제공할 예정이다.

여기에 8일까지는 지하 1층 행사장에서 여성패션 감사의 날 선물상품전이 열린다. 벨리시앙, 리본 등

주요 여성패션 브랜드 상품을 30~60% 저렴하게 판매하고, 3층 박성룡모피에서는 리미티드 스타일링 클래스를 진행한다. 기존의 입던 모피를 매장에 가져오면 올해 신상품으로 보상판매하는 이벤트다.

어버지를 위한 행사로는 7층 듀퐁매장이 13일까지 셔츠 감사선물 상품전을 진행한다. 기간 중 10만원 이상 구매고객에게 2만5000원 금액을 할인해주고, 15만원 이상 구매 시 골프장갑과 듀퐁양말 세트를 증정한다.

광주지역 유통업계 관계자는 “가정의 달을 맞아 지역 유통가에서 아이들과 함께 즐길 수 있는 다양한 이벤트가 열린다”며 “가족을 위한 선물도 구입하고 이벤트도 즐기는 행복한 5월이 되길 바란다”고 말했다. /박기용기자 pboxer@kwangju.co.kr

1인가구 증가에...조각 과일·칩과일 뜬다

롯데마트 수박매출 분석

미니수박 7.6% 늘어

1인 가구 증가로 잘라 파는 조각 과일과 칩에 따라 파는 칩 과일 등 소용량 과일이 뜨고 있다.

2일 롯데마트에 따르면 2015년부터 지난해까지 최근 3년간 수박 매출을 분석한 결과 일반 수박(4~10kg)보다 작은 미니 수박(1.5~4kg)이나 일반 수박을 절반이나 4분의 1로 자른 조각 수박의 매출 비중이 계속 높아졌다.

롯데마트의 수박 매출 중 미니 수박 비중은 2015년 4.1%에 불과했으나 2년 뒤인 지난해 두 배가량인 7.6%로 높아졌다.

또 조각 수박 비중 역시 이 기간 4.8%에서 6.9%로 2.1% 포인트 증가했다.

송태경 롯데마트 과일MD(상품기획자)는 “과거

8~10kg가량 큰 수박을 가족 모두가 둘러앉아 먹는 것이 여름을 나는 방법의 하나였지만 최근 들어서는 1인 가구, 맞벌이 등이 늘며 한번에 먹을 수 있는 작은 수박을 선호하고 있다”고 설명했다.

1인 가구 증가로 껍질을 벗겨 간편하게 먹을 수 있는 과일은 인기가 높아졌으나 반대로 꺾어 먹어야 하는 과일은 인기가 떨어졌다.

롯데마트의 연도별 과일 매출 순위를 보면 2015년부터 바나나, 딸기, 감귤 등 값 없이도 간편하게 먹을 수 있는 과일류가 매출 상위 1~3위를 차지했지만, 국산 과일의 전통적인 강자인 사과를 꺾어 먹어야 하는 번거로움으로 매출 비중이 계속 떨어졌다.

칩 과일, 냉동 과일 등 바로 먹을 수 있게 준비된 상품이나 음료 등으로 만들어 먹을 수 있는 과일류 매출도 증가하면서 롯데마트의 지난해 칩 과일 매출은 전년보다 15.2%, 냉동 과일 매출은 18.5% 각각 늘었다. /연합뉴스

어버이날 선물

화장품·뷰티기기 등

‘회춘형’ 상품 인기

온라인쇼핑사이트 11번가 분석

온라인쇼핑사이트 11번가는 올해 어버이날 선물로 상품권과 같은 실속형 상품보다 화장품 등 ‘회춘형’ 상품이 인기를 끌고 있다고 2일 밝혔다.

11번가가 지난달 24~30일까지 일주일간 어버이날 기획전 판매량을 분석한 결과 화장품·뷰티기기와 같은 회춘형 상품이 상품권이나 식사권 등 실속형 상품보다 2.8배 더 많이 팔렸다.

11번가 관계자는 “그동안 어버이날 선물로는 현금이나 상품권이 인기였지만 최근 들어 젊어

보이길 원하는 부모님이 늘면서 마사지거나 안티에이징 화장품 등이 효자상품이 됐다”고 설명했다. 4월 한 달 동안 화장품 매출은 지난해 같은 기간보다 15% 늘었다. 탄력크림(33%), 아이크림(29%), 탈모·두피 관리제(27%) 등 주름이나 손상된 피부 재생을 돕는 제품의 판매량 증가율이 두드러졌다.

11번가는 어버이날을 앞두고 오는 8일까지 70여개 상품을 특가에 선보이는 프로모션을 진행한다. /연합뉴스

편의점 와인 판매 채널로 자리매김 GS25 지난달 96% 증가

와인에 대중화되면서 편의점도 와인의 주요 판매 채널로 자리 잡았다.

편의점 GS25는 지난 달 와인 매출이 지난해 같은 기간보다 96.7% 증가한 것으로 나타났다고 2일 밝혔다.

지난해 와인 매출은 전년 대비 30.2% 늘었으며,

올해 1~4월 매출은 지난해 같은 기간보다 66.8% 성장했다.

특히 2016년 출시된 ‘넵버 나인 크로이처’는 카베르네 소비뇽 품종의 레드와인으로 출시 이후 1년 만에 14만명이 판매됐다.

지난해 9월 출시한 레드와인 ‘넵버투 로망제’도

출시 후 9개월 만에 10만명이 팔렸다.

GS25 관계자는 “편의점에서 와인을 찾는 고객이 늘고 있다”며 “카베르네 소비뇽, 메를로, 사도네이 등 다양한 품종 제품을 갖춘 동시에 가격대가 3700원에서 5만원까지 폭넓은 것이 편의점 와인의 장점”이라고 설명했다.

GS25는 와인 시장 성장세에 맞춰 5월 한 달간 ‘와인(애) 빠진 데이(DAY)’ 행사를 진행한다. /연합뉴스

나만 믿고 따라와
도시어부
CHANNEL A
매주 목요일 밤 11시
이덕화 | 이경규 | 마이크로닷