

여름 야외활동 테마 고객 선점 나선다

광주신세계 다음달 10일까지 '라이프스타일 페어' 패션·물놀이·골프웨어 등 다양한 아이템 선보여

유독 더위가 빨리 찾아오면서 평년보다 일찍 '서머 패션 페스티벌'을 열었던 광주신세계가 이번엔 여름철 야외활동을 테마로 고객선점에 나선다.

광주신세계(대표이사 최민도)는 6월 1일부터 10일까지 여름철 물놀이 등 야외활동 수요를 대비한 '신세계 라이프스타일 페어' 테마행사를 개최한다고 30일 밝혔다.

이날 광주신세계에 따르면 평년 더위가 빨리 찾아오면서 지난 11일부터 27일까지 진행했던 '서머 패션 페스티벌'의 매출이 지난해 같은 기간에 비해 12.1% 신장했다. 시원한 소재의 여름옷을 구매하는 고객과 해외 유명브랜드 구매가 늘어나면서 전 부문 신장세를 보였다는 게 관계자의 설명이다.

여기에 오는 6월초부터 낮 최고기온이 영상 30도를 웃도는 무더위가 이어질 것이라는 예보가 나오면서 여름철 패션과 물놀이 등 야외활동 관련 상품매출도 늘어나는 추세다. 이에 따라 광주신세계는 여름철 매출신장세를 이어가기 위해 '신세계 라이프스타일 페어'를 열고 관련 상품 행사에 돌입한다.

우선 여름철 라운딩을 준비할 수 있는 기획전을 마련했다. '라운딩 쿨 스타일링' 특집을 통해 디자인과 기능성까지 갖춘 골프웨어를 각 브랜드 본 매장에서 선보인다. 대표품목으로는 '마크앤로나'의 여성 모자, 티셔츠, 스커트를 각각 13만8000원, 29만8000원, 35만8000원에 판매한다. 또 '타이틀리스트'의 여성 모자, 티셔츠, 스커트도 각각 6만8000원, 29만8000

원, 29만8000원에 준비했다.

또 'J.린드버그'의 남성 모자, 티셔츠, 반바지는 각각 7만9000원, 23만5000원, 23만9000원, '데상트 골프'의 모자, 티셔츠, 바지도 5만9000원, 15만9000원, 19만9000원에 판매한다.

여름철 물놀이에 나서는 고객이 증가할 것에 대비해 '서머 워터 스포츠 특집전'을 열고 비치웨어와 아쿠아 슈즈 등 상품을 선보인다.

'베랄'의 여성 래쉬가드(상의 5만2000원-하의 4만8000원)와 키즈 래쉬가드

(상의 4만2000원-하의 2만8000원)가 준비돼 있으며, '노스페이스 화이트라벨'에서는 남성용 래쉬가드(상의 7만 9000원)와 아쿠아슈즈(5만9000원)가 준비돼 있다. '르꼬끄'는 선데이 비키니 수영복 세트를 9만8000원에 선보인다.

여기에 시즌 이벤트 홀에서는 휴양지에서 유용하게 사용할 수 있는 잡화화 리조트 룩 특집도 열린다.

6월 1일부터 3일까지 1층 시즌 이벤트 홀에서 '유명 선글라스-잡화 특집'을 통해 여름철 야외활동 시 유용하게 활용할 수 있는 패션 아이템을 선보인다. '탐포드', '베디베로', '레이벤', '페라카모' 등의 선글라스 브랜드와 함께 '아가타'의 양우산, 양말 등이 마련된다.

이어 6월 4일부터 7일에는 같은 장소에서 '여성 캐주얼 리조트 룩 특집'을 개최하고 여름철 휴양지에서 입을 패션 아이템을 선보인다. 대표 품목으로는 '러브앤쇼'의 티셔츠 1만2000원-3만8000원, 원피스 5만8000원-15만8000원, '르샴'의 신세계 단독 컬래버레이션 티셔츠 2만9000원, 원피스 6만9000원 등이 있다.

박인철 광주신세계 영업기획팀장은 "때 이른 더위 속에 여름철 패션 아이템 외에 야외활동 상품에 대한 문의도 폭발적으로 증가함에 따라 다양한 특집행사를 마련했다"며 "이번 행사를 통해 야외활동 상품을 미리 준비하고 무더운 여름을 보다 시원하게 보내시길 바란다"고 밝혔다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



광주신세계 베디베로 매장에서 고객이 선글라스를 착용해보고 있다. 광주신세계는 오는 6월 1일부터 '신세계 라이프스타일 페어' 테마행사를 열고 여름철 야외상품 행사를 진행한다. <광주신세계 제공>



롯데백화점 광주점 지하1층 정육매장에서 직원이 유네스코 보전지역으로 지정된 전북 고창산 한우 상품을 선보이고 있다. <롯데쇼핑 제공>

고창한우 등 전국 유명 한우 한자리에

롯데 광주점 '한우 박람회'

롯데백화점 광주점은 오는 6월 1일부터 7일까지 '유명브랜드 한우 박람회' 행사를 진행한다

이번 행사에는 지난해 11월 한미 정상회담 때 국빈만찬으로 올랐던 우리 지역 고창한우를 비롯한 국내 각지의 한우를 한자리에 모아 저렴한 가격에 만나볼 수 있다.

특히 유네스코 보전지역인 전북 고창은 청보리와 벗짚이 풍부해 한우 사육에 최적화된 지역으로, 고창한우는 트럼프 대통령 방한 시 국빈들을 위한 만찬상에 올라 이슈가 된 바 있다.

행사 첫날인 1일에는 3만원에 구매 가능한 럭키박스 행사도 준비돼 있다. 각 박스는 1등급 한우등심 600g, 한우

등심 300g+불고기 300g, 한우 불고기 600g와 참채소로 구성되어 있으며, 구매 후 박스를 개봉해야만 구성품을 확인할 수 있다. 1인 1박스 선착순 50명 한정으로 진행된다.

또 1일부터 3일까지는 '한우 한마리 절반가' 행사도 진행될 예정이다. 등심, 채끝, 사태, 우둔, 설도, 양지, 앞다리 등 1등급 한우의 다양한 부위를 당일 판매가보다 50% 저렴한 가격에 선보인다.

김정현 롯데백화점 광주영업부장은 "정상회담 국빈만찬에 올랐던 우리 지역 우수 품질의 한우 특별 행사를 준비했다"며 "지속되는 경기부진과 한우 수요감소로 시름하고 있는 축산농가에 보탬이 될 수 있도록 정성껏 준비했다"고 밝혔다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

편의점은 한여름...보양도시락·아이스음료 '붐붐'

GS25 등 여름상품 출시

이른 더위가 찾아오면서 편의점 업계가 여름 대표 상품을 속속 출시하고 있다.

GS25는 다음 달 1일 여름철 보양 먹거리인 '유어스 보양 한정식 도시락'과 '유어스 전복장 비빔삼각김밥'을 출시한다고 30일 밝혔다.

보양 한정식 도시락은 민물장어구이와 오리고기, 전복 볶음밥, 양념 더덕구이, 주꾸미 낙지 볶음, 바삭 불고기, 닭가슴살, 계란말이, 나물 등으로 구성되어 있다.

전복장 비빔삼각김밥은 전복 내장 소스로 만든 비빔밥에 전복 볶음을 넣은 제품이다.

GS25 관계자는 "6월부터 더위가 시작되는 것을 고려해 지난해보다 한 달 일찍 보양 도시락을 선보이게 됐다"고 말했다.

GS25는 6월 한 달간 카페25 아이스크림과 탄산-이온음료, 생수, 아이스크림 등 여름 상품 420여 종에 대해 '1+1', '2+1' 등 할인행사도 진행한다.

CU(씨유)는 즉석 원두커피를 라떼로 만들어주는 '카페 GET' 라떼 시럽 2종(카페라떼·바닐라향라떼)을 31일 출시한다.

커피머신의 아이스아메리카노를 선택해 에스프레소를 내린 다음 원하는 맛의 시럽을 부어 커피와 잘 섞이도록 저어 마시면 된다.

CU 관계자는 "여름철에는 커피 매출 중 카페라떼의 비중이 가장 높아 해당 상품을 출시하게 됐다"고 말했다.

한편 GS25와 GS스퍼마켓은 러시아 월드컵을 맞아 다양한 행사를 진행한다. 한국의 예선경기가 있는 당일(6월 18·23·27일)에 BC카드로 수입 맥주 8캔을 사면 5000원을 캐시백으로 돌려줘 1만 5000원에 살 수 있다. 개막전이 있는 다음달 14일부터 말일까지 안주류 16종에 대해 '1+1' 행사도 한다.

러시아에서 가장 인기 있는 용기라면 '팔도 도시락면'과 '팔도 김치도시락면'에 대해 '1+1' 행사도 진행한다.

/연합뉴스

4월 유통업 매출 6.3% 증가

산업통상자원부는 지난 4월 주요 유통업체 매출이 작년 같은 달보다 6.3% 증가했다고 30일 밝혔다. 오프라인과 온라인이 각각 1.0%, 15.9% 증가했다.

오프라인 유통업체는 대형마트(-4.5%)와 백화점(-0.2%) 매출이 감소한 가운데 편의점(10.0%)과 기업형슈퍼마켓(0.3%)은 증가했다.

편의점 매출은 점포 수 증가와 의약품·도시락 판매 증가로 두 자릿수 성장했다. 대형마트는 매출 비중이 높은 휴일이 전년보다 줄어 가전·문화류를 제외한 모든 부문 매출이 감소했다.

온라인은 온라인판매(25.0%)와 온라인 판매중개(12.4%) 모두 탄탄한 성장세를 유지했다.

유해물질 논란에 순면 유기농 생리대 인기

지난해 파동 이후 매출 3배

지난해 불거진 유명 생리대의 유해물질 검출 논란 여파가 소비자들의 구매 심리에 여전히 영향을 미치고 있다.

편의점 CU(씨유)는 생리대 품목별 매출 비중을 조사한 결과 올해 1~5월 순면·유기농 제품의 매출 비중이 36.5%로 생리대 파동 직전인 2016년 당시 비중(11.8%)의 3배가 됐다고 30일 밝혔다.

순면·유기농 생리대는 2014년까지만 해도 전체 생리대 매출의 2.8%에 불과했고 2015년과 2016년에도 10% 안팎에 그쳤다.

그러나 지난해 3월 생리대 유해물질 검

출 논란이 터지면서 관련 매출은 경종 뛰여 지난해 전체 생리대 매출 중 25.3%를 차지했고 올해는 이보다 10%포인트 증가한 36.5%로 나타났다.

반면에 2014년 97.2%로 압도적인 매출 비중을 보이던 일반 생리대는 지난해 74.7%로 줄었고 올해는 63.5%까지 감소했다.

지난해 생리대 파동이 일어났을 당시 논란이 된 제품들은 소비자 항의에 따라 환불 절차를 밟고 제품 생산을 중단했지만, 순면·유기농 생리대는 대부분 판매처에서 품귀현상을 빚을 정도로 판매가 급증했다.

지난해 CU에서는 전체 생리대 품목 가

운데 순면·유기농 제품이 일반 제품을 제치고 매출 1~4위에 올랐다.

지난해 9월 식품의약품안전처가 시중에 판매 중인 생리대가 인체에 무해하다는 최종 발표를 한 이후 논란이 일단락되자, 올해 1~5월 일반 생리대의 매출은 지난해 동기 대비 11.4% 늘며 반등했다.

그러나 여전히 생리대 안전성에 대해 불안감을 느끼는 소비자들이 많아 이 기간 순면·유기농 제품의 매출은 이보다 더 높은 27.3%의 신장률을 기록했다.

최근 식약처의 당시 생리대 안전성 실험에 문제가 있었다는 보도가 나오는 등 생리대 안전성에 대한 소비자 불신이 완전히 해소되지 않고 있다.

大山 프리모 남녀 가발

광주전남 기능장 호 국무총리상 표창 보건복지부 장관상 표창
광주광역시 시장상 표창 광주남구 청장상 표창

특수가발 별매 (원터치) 테잎 x 핀 x
이용기능장 원장 직접 시술 1만여명 내공
매주화요일 휴무 (일요일 정상 영업)

H.M사
등급제품 130만원
59만원

본점 : 광주광역시 남구 주월동 라인가든 아파트 상가2층
062 673 5858(모발모발)

슬라브 옥상스틸 방수 및 지붕공사

단열재가 부착된 스틸(강판) 패널

아파트, 주택, 원룸, 학교, 상가건물, 공공건물, 대형빌딩 등(슬라브옥상) 시공

갈라지고 물이 새는 옥상바닥, 겨울의 차가운 냉기!
여름의 뜨거운 열기! 방수와 단열 한번에 해결

옥탑이 없는 평슬라브
주택은 갈라강판지붕공사

- ▶ 방수와 단열 이중효과!
- ▶ 옥상 사용 및 태양광 설치 전과 후 시공가능!
- ▶ 시공후 관리 보수 용이!
- ▶ 옥상 한번 시공으로 고민 끝!
- ▶ 반영구적 최신공법의 특수방수!
- ▶ 냉·난방비 절감효과!

스틸방수 및 지붕공사 무료견적

디자인 등록 제 30-0934833호, 제 30-0949873호

트윈스틸 (모던건설) 시공문의 **H.010-9229-3530**