

# ‘노출의 계절’ 여름철 뷰티 아이템 인기

### 무더위에 다이어트·피부·몸매관리 관심 늘어 광주신세계, 다양한 특집행사 고객 선점 나서

일찍 찾아온 무더위에 다이어트나 피부·몸매관리 관련 상품이 인기를 끌고 있다. ‘노출의 계절’이 다가옴에 따라 몸을 가꾸고 돋보이게 할 수 있는 상품들이 호응을 얻고 있다는 분석이다.

6일 (주)광주신세계에 따르면 올해 처음으로 낮 최고기온이 30도를 돌파했던 지난 5월15일부터 6월5일까지 매출을 집계한 결과 화장품 부문이 5.2% 신장한 것으로 나타났다. 또 스포츠·아웃도어 부문도 7.2% 신장했다.

그 중에서도 햇빛을 막아주는 자외선 차단 제품의 판매 증가와 함께 여름철 야외활동에 대비해 피부를 가꿀 수 있는 기능성 제품을 찾는 고객이 증가, 화장품 부문 매출 증가를 이끌었던 것으로 파악됐다. 또 다이어트에 몰입한 고객들이 늘면서 트레닝·아우터웨어 부문도 증가했으며, 등산, 하이킹에 대비한 기능성 티셔츠와 관련용품도 판매가 증가해 스포츠·아웃도어 부문 신장세를 이끌었다.

이에 따라 광주신세계는 본격적인 노출의 계절 여름을 맞아 운동과 다이어트, 피부관리와 체형보정에 대한 수요가 지속적으로 늘어날 것으로 전망, 다양한 특집행사를 추가로 진행하면서 고객 선점에 나선 상태다.

우선 2층 화장품 본 매장에서는 몸의 균형을 제거하는데 효과가 있는 ‘기능성 화장품 특집’을 진행한다. ‘클라란스’ 매장에서는 체지방 분해, 군살 조절 및 셀룰라이트를 관리하는 상품을 판매하고 있다. 또 상체에 집중된 군살을 조절하는 ‘크렘 마스크벤트’ 크림과 하체의 울퉁불퉁한 피부 표면을 매끄럽게 해주고 부기도 제거해주는 ‘바디 핏 엑스퍼트 카피론’ 로션을 각각 8만원에 판매 중이다.

‘비오름’ 매장은 팔과 다리, 허벅지의 피

부를 관리하는 제품을 선보이고 있다. 대표적으로 운동 후 팔뚝이나 허벅지에 딱딱하게 뭉친 지방을 관리하고 피부를 매끄럽고 탄력 있게 변화시키는데 도움을 주는 ‘스키니진 코드’를 6만5000원에 판매하고 있다.

여기에 바르지 않고 먹어서 군살을 제거하는데 도움을 주는 화장품도 인기를 끌고 있다. ‘아모레퍼시픽’의 이너 뷰티 브랜드 ‘바이탈뷰티’는 체지방 감소와 배변활동에 도움을 주는 건강기능식품인 ‘슬리머 디엑스’ (9만원)가 인기 상품이다.

체형을 보정하는데 도움을 주거나 편안하고 시원하게 입을 수 있는 속옷을 소개하는 ‘여름 언더웨어 특집’도 진행한다.

신세계가 만든 라제리 중심 편집매장 ‘엘라코닉’에서는 여름을 맞아 시원한 인견소재의 속옷을 판매하고 있다. 가볍고 흡수성이 좋아 편안하고 상쾌한 느낌을 주며, 비치웨어로도 착용이 가능한 장점이 있다. 특히, 연하늘색 몰드 브라(5만9000원)는 카가오텍 플러스 친구맺기 이벤트 참여 시 20% 할인된 4만7200원에 구매 가능하다.

여기에 오는 8일부터는 등산, 하이킹, 조깅 등 여름철 야외활동 및 다이어트에 초점을 맞춘 아웃도어 특집도 진행할 예정이다.

‘비비안’은 가슴부터 허리까지 상체의 전체적인 보정을 돕는 ‘바디체이퍼’ (17만5000원~18만5000원)와 가격은 하체의 보정을 돕는 ‘거들’ (6만5000원~8만9000원)을 선보이고 있다.

우선 10일까지 1층 시즌 이벤트 홀에서 7개 대표 아웃도어 브랜드가 참여하는 ‘서머 아웃도어 특집’이 열린다. 더위 속에서도 시원함을 느낄 수 있는 특수소재 티셔츠를 중점적으로 판매한다. 대표품목으로 ‘밀레’의 기능성 티셔츠가 3만5400원~4만5000원, ‘K2’의 기능성 티셔츠 3만9000원, ‘블랙야크’ 아이스 티셔츠 6만9000원 등이다.

박인철 광주신세계 영업기획팀장은 “노출의 계절인 여름을 맞아 짧은 옷을 입기 위해 다이어트와 체형·피부관리에 신경 쓰는 고객들이 증가하면서 관련 특집행사를 진행해 큰 호응을 얻고 있다”며 “앞으로도 고객들이 필요한 제품을 빠르게 파악하고 합리적인 가격에 제공할 수 있도록 최선을 다할 것”이라고 밝혔다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



광주신세계 아모레퍼시픽 매장에서 직원이 바르지 않고 먹어서 군살을 제거하는데 도움을 주는 ‘바이탈뷰티’를 선보이고 있다. 광주신세계는 노출이 많은 여름철 고객 선점을 위한 다양한 특집행사를 진행한다. <광주신세계 제공>

## 치솟는 물가에 외식보다 ‘내식’

### 저렴한 가격에 먹을 수 있는 간편식 상품 붐물

연일 치솟는 물가에 외식을 하는 대신 싼 가격에 먹을 수 있는 간편식을 찾는 사람들이 늘고 있다. ‘외식’ 대신 간편식으로 ‘내식’을 선호한다는 뜻이다. 식품업계도 서민들의 ‘얕아진 지갑’을 겨냥한 다양한 형태의 가정간편식 상품을 쏟아내며 경쟁에 나서고 있다.

6일 유통업계에 따르면 최근 생활물가 상승과 경기 불황 등으로 얕아진 지갑을 겨냥해 가정간편식(HMR·Home Meal

Replacement) 시장이 급성장하고 있다. ‘이벤트’가 아닌 일상 식사에는 씹씹이를 즐기면서 맛도 챙기자는 이른바 ‘가성비(가격 대비 성능) 짝’이 늘어난 탓이다.

링크 아즈텍에 따르면 레스토랑 메뉴의 대명사인 스테이크류 간편식(냉동 양식반찬) 시장 규모는 2016년 129억원에서 지난해 202억원으로 커졌다. 올해 1~3월에만 48억원 규모로 집계돼 지난해 같은 기간 42억원보다 6억원이 올라갔다.

냉동 피자 시장은 2016년 270억원에서 지난해 890억원으로 무려 3.29배나 ‘경종’ 뛰었다. 올해 1~3월 시장 규모는 300억원으로 지난해 같은 기간 200억원보다 50%나 성장했다.

햇도고 역시 2016년 340억원에서 지난해 430억원, 지난해 1~3월 98억원에서 올해 같은 기간 120억원으로 성장세를 보였다.

CJ제일제당의 간편식 브랜드 ‘고메’는 지난해 연 매출 1000억원대를 달성하며, 올해는 연간 매출 2000억원으로 목표치를 2배나 올려 잡았다.

목표를 달성한다면 1년 만에 매출이 100%나 경종 뛰게 되는 셈이다. 이 브랜드

는 2015년 12월 처음 선보인 이후 지난 달 2년 5개월 만에 누적 매출 2000억원을 달성하기도 했다.

이 같은 ‘외식의 내식화’ 바람은 비단 한 끼를 때우는 식사에만 그치지 않는다. 주점에서 술과 함께 즐기는 안주도 간편식 제품이 잇따르고 있기 때문이다.

링크 아즈텍에 따르면 냉동 안주 간편식 시장 규모는 2016년 76억원에서 지난해 494억원으로 무려 6배나 커졌다. 대상 정영원은 2016년 안주 간편식 브랜드 ‘안주야(夜)’를 선보인 이래 지난해에는 매출 6배 신장에 힘입어 관련 시장 68%를 점유하고 있다.

/박기용 기자 pboxer@연합뉴스

## 롯데백화점 광주점 ‘나라사랑 大바자’ 유공자 브랜드별 10~30% 할인 행사

롯데백화점 광주점은 6월 호국보훈의 달을 맞아 국가보훈처와 연계해 ‘나라사랑 大(大)바자’ 특별 행사를 진행한다. 6일 밝혔다.

이번 행사는 나라를 위해 헌신한 순국선열 및 국가유공자에게 감사를 표하기 위해 마련됐으며 오는 13일까지 진행될 예정이다.

우선 국가유공자들을 대상으로 한 특별할인 프로모션이 준비돼 있다. 국가유공자 증서나 국가유공자증을 소지하고 롯데백화점 광주점에 방문하면 루이까또즈 핸드백, 소다 구두, 닥스 셔츠 및 박흥근 휴패션 등에서 10~30% 할인된 가격으로 혜택을 받아볼 수 있다.

또 30만원 이상 구매하는 국가유공자들 대상으로 7% 상당의 롯데상품권을 증정하는 사은행사도 동시에 진행한다. 여기에 다양한 상품행사도 마련했다. 각 층에서 브랜드별로 ‘1·3·5만원 균일가전’ 행사가 진행된다.

행사기간 TBJ 티셔츠 1만원, 케네스 레이디 블라우스 및 메트로시티 양산이 3만원, 레노마 셔츠·타이 세트를 5만원 균일가로 선보이며, 브랜드별로 다양한

특보상품도 만나볼 수 있다. 각 층 행사장에서도 호국보훈의 달을 맞아 특별행사가 예정돼 있다.

지하 1층 점행사장에서는 ‘1년에 단 한번, 진도모피 패밀리대전’ 행사가 8일부터 10일까지 3일간 진행된다. 이번 행사는 밍크재킷, 코트, 베스트 등 총 10억원의 모피 물량이 준비돼 있으며 겨울철 성수기를 피해 30~70% 저렴한 가격으로 모피를 구매할 수 있는 기회가 제공된다.

9층 행사장에서는 오는 12일까지 ‘상반기 결산 사전·가구 히트 아이템 대전’이 열린다. 삼성·LG전자, 에이스침대, 다우닝 등의 진열상품을 10~50% 할인된 가격에 구매할 수 있으며, 코넬 전상품 30% 할인행사도 계획돼 있다.

최상주 롯데백화점 광주점 영업지원 팀장은 “나라를 위해 헌신한 국가유공자들에게 감사드리는 마음으로 이번 행사를 특별히 기획했다”며 “다양한 특보 상품 및 행사를 특별한 가격에 만나볼 수 있는 좋은 기회가 될 것”이라고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

## 이마트, 업계 첫 자체 브랜드 무선 선풍기 판매

### ‘리빙홈 코드리스 팬’ 2종

이마트는 7일부터 전국 100개 이마트 점포와 일렉트로마트, 이마트 몰에서 자체 브랜드(PL) 무선 선풍기 ‘리빙홈 코드리스 팬(2종, 블랙·화이트·사진)’을 판매한다고 6일 밝혔다.

대형마트 업계 최초의 자체 브랜드 무선 선풍기로 가격은 13만8000원이다.

완전히 충전하면 최장 7시간 반가량 무선으로 사용할 수 있으며 전기 코드가 없어 실내의 공간 제약 없이 활용할 수 있다.

이마트는 출시 기념으로 이달 7~27일 행사 카드로 구매하면 20% 가격을 할



인하는 행사를 진행한다. <박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr>

## 롯데마트, 스페인산 100% 천연주스 수입 판매

롯데마트는 물이나 다른 첨가물을 전혀 넣지 않은 100% 천연 주스를 스페인에서 수입 판매한다고 6일 밝혔다.

롯데마트는 스페인 음료 제조업체인 AMC와 손잡고 7일부터 점 점포에서 ‘스윗허그 100% 오렌지·포도 착즙주스(750ml)’ 2종을 각 3000원에 선보인다.

AMC는 독일 유통 그룹 리틀 등 대형 유통업체에 자체브랜드(PB) 상품을 공

급하고 있다.

롯데마트의 디지털 PB 상품 브랜드 스윗허그로 출시된 이 제품은 정제수와 첨가물이 없는 100% 과일 주스이다.

무균충전공법으로 오렌지와 포도 본연의 신선하고 상큼한 맛과 향을 즐길 수 있는 프리미엄급 냉장 주스로, 저온 유통 체계로 제조 후 최장 9개월까지 유통할 수 있다고 롯데마트는 설명했다.

/연합뉴스

## 경매 투자

- ▶ 경매특수비법
- ▶ 배우면서 투자 하실 분!
- ▶ 특수물건만 취급
- ▶ 단독, 공동투자 가능
- ▶ 자본금 1억이상
- ▶ 월15% 이상 수익
- ▶ 소유권/근저당으로 보장

(주) 오 천 경 매  
H.P 010-3605-5000