쌀쌀한 날씨 유통업계 매출 '쏠쏠'

가을 정기세일 맞춰 온 추위… 패딩조끼·가전제품 수요 증가
지난해보다 롯데백화점광주점 10.5·광주신세계 9.9% 늘어

가을 정기세일에 맞춰 찾아온 때 이른 추위에 광주지역 유통업계가 웃었다. 갑작스레 날씨가 쌀쌀해지면서 경량 패딩조끼 등 간절기 상품 매출이 증가하면서 가을정기세일 실적을 끌어올린 분위기다. 여기에 가전매장을 확대한 롯데백화점 광주점과 명품 입점을 늘린 광주신세계는 각각 가전과 명품 매출이 크게 증가한 것으로 나타났다.

롯데백화점 광주점은 지난 9월 28일부터 10월 14일까지 진행됐던 가을 정기 세일 실적을 분석한 결과 지난해 같은 기간에 비해 매출이 10.5% 신장했다고 17일 밝혔다.

예년에 비해 일찍 찾아온 추위에 간절기 의류를 중심으로 매출이 증가하면서 10%대 매출신장을 기록한 것으로 보인다는 게 롯데백화점 측의 설명이다.

우선 세부 상품군별로 모피가 무려 62%나 신장하며 전체적인 세일실적을 끌어 올렸고, 여성 디자이너 상품이 37.5% 신장한 것으로 나타났다.

특히, 지난해 롱패딩의 인기가 계속되면서 패션업계에서 모피, 무스탕, 베스트 등의 겨울 상품들을 전년에 비해 더 많이 기획하고 준비한 데다, 겨울 상품에 대한 선입고 가격할인 마케팅을 각 브랜드별 동시에 진행한 것도 매출신장에 영향을 미친 것으로 파악된다.

스포츠 부문도 23.2% 신장했고, 아웃도어도 21.3% 매출이 증가한 것으로 나타났다.

여기에 가을철 결혼시즌을 앞두고 9층 가전 디지털 전문관과 8층 홈리빙 전문관의 판매도 돋보였다. 세일기간 웨딩페어를 진행, 혼수용품 수요가 증가함에 따라 가전부문도 35.2% 매출이 증가했다.

최상주 롯데백화점 광주점 영업기획팀장은 "추석 연휴 이후 정기세일이 곧바로 이어져 명절특수를 누렸고 갑자기 찾아온 추위 덕분에 의류부문 매출이 크게 늘었다"며 "올 겨울도 이례적인 추위가 예상됨에 따라 겨울의류 특수가 계속 이어질 것으로 예상된다"라고 말했다.

㈜광주신세계 역시 코리아 세일 페스타 기간을 맞아 세일에 나선 지난 9월 28일부터 10월 9일까지 전년도 대비일보다 매출이 9.9% 신장한 것으로 파악됐다. 세부 상품군별로 세스포츠 17.8%, 골프 11.6%, 여성의류 11.5% 등이었다.

'후리스재킷', '패딩조끼', '경량다운패딩' 등 가을철 환절기 상품의 인기가 많았다. 관련 상품의 매출은 지난해에 비해 12.1% 신장하는 등 매출신장을 이끌었다.

최근 수년 전부터 패딩조끼에 대한 인기가 높아지자 아웃도어와 스포츠 브랜드들은 주머니나 카라, 색상에 포인트를 줘서 특색있는 상품을 앞다퉈 출시하는 추세다. 정장에서 비즈니스캐주얼로 점차 변화하고 있는 회사들의 복장 규정에 맞춰 출퇴근용과 사무용으로 구입이 늘어나고 있다.

특히, 광주신세계의 경우 명품 라인을 강화하면서 이번 가을세일에서 효과를 톡톡히 봤다. 코리아 세일 페스타 기간 광주신세계의 명품 매출은 33.7% 신장한 것으로 확인됐다.

광주신세계 관계자는 "지난해에 비해 명품 브랜드가 5개가 늘어나 자연스레 높은 신장률을 기록하게 됐다"며 "늦가을과 겨울에 어울리는 다양한 아우터류를 집중적으로 선보이는 신세계 패션위크를 오는 28일까지 진행할 예정"이라고 말했다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

워라밸 문화 확산 집에서 사용하는 용품 인기

게임용품 87% 매출 신장 … 다이어트 짐볼 등 강세

워라밸(일과 생활의 균형) 문화가 확산하면서 집에서 여가를 즐기는 지역민들이 늘어나고 있는 것으로 나타났다.

17일 광주지역 이마트에 따르면 주52시간 근무제가 적용된 지난 7월 1일부터 이달 16일까지 지난해 같은 기간에 비해 게임용품이 무려 87.6%나 증가한 것으로 확인됐다.

여기에 완구는 8.6%, 피트니스 용품은 5.7% 매출이 신장하는 등 주52시간 근무제 도입 이후 개인적인 취미생활과 운동 등 여가활동을 즐기는 사람들이 늘어나는 분위기다.

TV나 모니터 등 전용게임기를 연결해 작동하는 게임기기인 '닌텐도'와 플레이스테이션(PS) 등 콘솔게임도 인기를 끌고 있으며, 인기캐릭터 피규어와 자녀가 함께 즐길 수 있는 보드게임 매출도 늘어나는 추세다.

피트니스 용품 중에서는 스트레칭 용품인 마사지·다이어트짐볼, 바디롤러의 매출이 강세를 보였다.

장원종 이마트 상무점장은 "52시간제 근무 정착으로 집안에서 여가를 보내는 소비자들이 늘어나고 있다"며 "실내에서 즐길 수 있는 게임이나 운동용품 매출이 늘면서 관련 상품 확대 판매에 나서고 있다"고 말했다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

롯데주류 와인 2종 출시

롯데주류는 17일 롯데백화점 창립 39주년을 맞아 공동 기획한 와인 2종을 오는 25일 출시한다고 밝혔다.

이번에 출시하는 와인은 이탈리아 최대 규모의 가족 경영 와이너리 조닌(Zonin)사가 개발한 '조닌 씰 컬렉션 프리미티보 뿔리아'(Zonin Seal Collection Primitivo Puglia), '조닌 씰 컬렉션 산지오베제 마레마 토스카나'(Zonin Seal Collection Sangiovese Maremma Toscana) 등 2종이다.

'조닌 씰 컬렉션 프리미티보 뿔리아'는 달콤한 과일 향과 부드러운 여운이 특징으로, 향이 강한 육류와 잘 어울린다고 롯데주류는 설명했다.

'조닌 씰 컬렉션 산지오베제 마레마 토스카나'는 목 넘김과 입 안에 닿는 느낌이 산뜻하며 파스타나 치즈 등과 함께 즐기기 좋다.

롯데주류 관계자는 "이번에 선보이는 롯데백화점 창립 39주년 기념 와인 2종은 품질과 가격 결정에 있어 심혈을 기울였다"며 "세계 정상급 브랜드의 엄선된 와인들인 만큼 국내 와인 애호가들에게 많은 사랑을 받을 것으로 기대한다"고 말했다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

롯데백화점 광주점 식품매장에서 일회용 비닐봉투 대신 친환경 종이봉투와 종량제 봉투를 선보이고 있다. 〈롯데쇼핑 제공〉

"롯데백화점 광주점에선 비닐봉투 제공 안해요"

종이봉투·종량제봉투로 대체 롯데마트 롤봉투 줄이기 나서

롯데백화점 광주점은 17일 지하 식품관 슈퍼매장에서의 일회용 비닐봉투 제공을 중지하고 친환경 종이봉투(100원)와 종량제 봉투(20ℓ·760원)로 대체한다고 밝혔다.

이는 환경부에서 올 연말 입법 예고한 대형마트와 슈퍼마켓 비닐봉투 사용규제에 따른 선제적 대응으로, 본격적 시행에 앞서 소비자들의 혼란을 최소화하기 위해서 마련됐다.

우선 일회용 비닐봉투 대신 재활용이 가능한 크라프트지 재질로 만들어진 친환경 종이봉투를 유상 판매해 비닐봉투 남용을 줄이고, 고객편의를 위해 광주지역 각 자치구별 종량제 봉투(20ℓ) 판매도 동시 시행한다.

또 생선, 정육, 채소 등 포장에 사용되는 비닐봉투의 경우 환경부 규제 예외사항이지만 환경부 환경표지인증기준(EL 724)을 받은 생분해성 수지재질 비닐봉투로 전부 교체할 예정이다. 이 제품은 제작 후 180일이 지나면 90% 이상 분해가 되는 친환경 비닐이다.

앞서 광주점은 정육 등 신선식품의 포장물도 6개월에서 1년 사이에 자연 분해되는 바이오 플라스틱의 일종인 PLA 재질로 전면 교체한 바 있다.

광주지역 롯데마트 또한 비닐 롤봉투 줄이기 캠페인에 적극 참여하고 있다.

롯데마트 상무점은 기존 슈퍼매장인 축산·농산·수산 매장 각 구역별로 12개 장소에서 제공하던 롤 봉투 비치 장소를 4개 장소로 축소, 지난 6월 시행 이후 매달 롤봉투 사용량이 전년에 비해 30% 정도 줄었다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

광주신세계 '러브 유어 브레스트' 캠페인

4층 '엘라코닉' 매장서 진행 … 유방암 후원재단 기부도

㈜광주신세계(대표이사 최민도)는 4층 '엘라코닉' 매장이 10월 유방암 예방의 달을 맞아 오는 28일까지 '러브 유어 브레스트'(Love Your Breasts) 캠페인을 진행한다고 17일 밝혔다.

이번 행사는 유방암 예방 의식을 높이자는 '핑크 리본' 캠페인 취지에 따라 여성들의 가슴에 대한 의식향상을 돕는 것은 물론, 편안하고 건강한 속옷을 판매한다는 브랜드의 가치를 함께 전달하고자 마련됐다.

엘라코닉은 판매제품의 90%가 와이어가 없는 '브라렛'일 정도로 여성의 자연스러운 몸을 중요시하는 브랜드다.

엘라코닉은 캠페인 기간 중 '언컷' 브라렛 또는 브라탑 구매시 제품 1개당 유방암 후원 재단에 1000원을 기부하고 핑크 리본 와펜이 부착된 상품을 20% 할인해 판매할 방침이다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

편의점 CU '모찌롤' 인기에 디저트 매출 급증

4월부터 300만개 이상 판매

편의점 CU(씨유)의 디저트 매출이 일본에서 직수입한 모찌롤의 인기에 힘입어 큰 폭으로 오른 것으로 나타났다.

CU는 지난 4월 출시한 '리얼 모찌롤'이 지난달 말까지 300만개 이상 판매됐다고 17일 밝혔다.

올 1~9월 CU의 디저트 매출은 지난해 같은 기간보다 3배 이상(280.2%) 신장했다.

리얼 모찌롤은 찹쌀떡처럼 쫀득쫀득한 생크림을 부드럽고 촉촉한 빵 시트로 감싼 롤케이크다.

CU는 이 제품을 일본 현지 제조사로부터 직수입해 판매하고 있다.

CU는 이달 초 빵 시트 안에 크림, 모찌, 앙금, 생크림을 넣어 더욱 쫀득한 식감을 살린 '모찌모찌롤 2종'(티라미수·그린티)도 새롭게 선보였다.

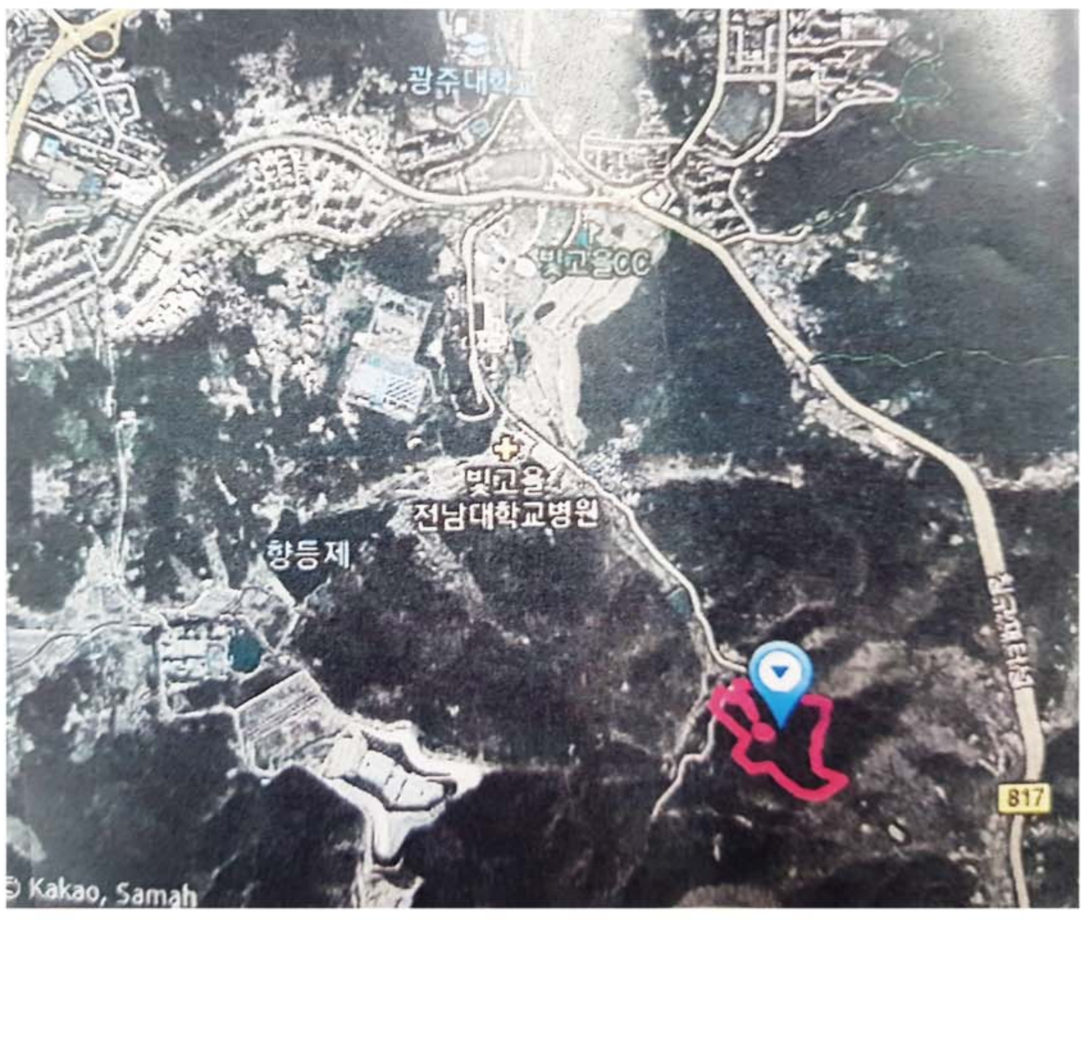
이들 신제품은 소셜네트워크서비스(SNS)에서 입소문이 나면서 출시 한 달도 안 돼 CU 디저트 매출 상위 제품 2, 3위에 올랐다.

CU는 이밖에도 로투스비스코프 생크림 케이크와 쇼콜라 생크림, 쿠키앤크림 케이크 등 다양한 디저트 상품을 판매하고 있다.

CU 관계자는 "편의점이 전문점 수준의 디저트를 합리적인 가격대로 선보이면서 1~2인 가구의 '홈카페'로 자리 잡아 가고 있다"고 말했다. /연합뉴스

덕남동 임야, 싸게 팝니다.

- 광주광역시 남구 덕남동 산72번지
- 임야 22600평중 나머지 **공유지분, 550평**
- 도시지역, 자연녹지
- **인접토지 맹지도 15만원에 매매 되고 있음(산64-21번지)**
- **매매 - 평당 17만원**

(일시불 완불시 대폭 조정가능)

문의. 010-3605-5000