

# 광주 유통가 올 마지막 정기세일 돌입

광주지역 유통업체가 올 마지막 정기 세일에 돌입한다. 롯데그룹 유통계열사들 도 11월 미국의 블랙프라이데이와 중국의 광군제 등 소풍의 달을 맞아 대대적인 할인에 나서면서 연말 행사가 더 풍성해졌다.

◇광주신세계 200개 브랜드 참여 최대 70% 할인=광주신세계(대표이사 최민도)는 오는 16일부터 다음달 2일까지 올 마지막 정기세일을 진행한다. 14일 밝혔다.

올 마지막 정기세일을 맞아 '동우모피', '수타미' 등의 브랜드가 최대 40% 세일을 진행하고 '올젠', '본', '엘리너웨어', '실리트', '클라르하임' 등 브랜드는 30% 할인에 나선다.

여기에 '클럽캠브리지', '미소패', '조지 루쉬', '알레르방', '세사' 등이 최대 20% 할인혜택을 제공하는 등 약 200여개에 달하는 브랜드가 이번 세일에 참여하기로 했다.

가을-겨울 '시즌오프'로 '막스마라'가 현재 행사에 들어갔고 23일 여성 컨템포러리 부문 '바비사브루노'와 '질스튜어트'도 최대 30% 할인을 시작한다. 30일에는 '버버리'와 '페라가모'가 최대 30%, '마쭈'가 최대 20% 할인해 고객을 맞이할 예정이다.

광주신세계는 또 대규모 아우터 특집전도 마련했다. 겨울을 앞두고 이번 세일기

간에 맞춰 남성, 여성, 골프, 아동까지 모든 부문을 총 망라한 아우터 행사를 잇달아 연다.

우선 신세계 단독 아동 아우터를 모아 놓은 '신세계 아동 아우터 특집'이 있다. 각 브랜드 본매장에서 구입할 수 있으며, 대표 상품으로는 '블랙아크 키즈'의 'BK 월드 벤치다운 재킷' (25만9000원), '뉴발란스 키즈'의 '프리즘 롱패딩' (25만9000원) 등이 있다.

16일부터 18일까지는 1층 시즌 이벤트 홀에서 열리는 '남성-골프 아우터 대전'에는 10개 브랜드가 참여한다. '올젠'의 다운 점퍼 (19만9000원-25만9000원)와 '클럽캠브리지'의 다운점퍼 (30만7300원-47만9200원) 등이 마련돼 있다.

이후 19일부터 22일까지는 같은 장소에서 여성 아우터를 최대 70% 할인해 판매하는 '여성 아우터 이월상품전'과 '엘레강스 아우터대전'도 마련돼 있다.

또 16일부터 '코스메틱 홀리데이 특집

을 통해 신상품 화장품들을 모아 선보인다. '맥'은 이날부터 베스트셀러 10가지를 모은 미니 립키트를 12만원에 판매, 파티페이퍼 미니 립글로즈와 립스틱을 각 4만2000원에 판매한다.

'입생로랑'은 26일까지 6가지 베스트 컬러의 '류주뽀르 꾸뛰르 골드 어트랙션 에디션' 립스틱을 4만4000원에 한정 판매한다.

◇롯데 유통계열사 '블랙 페스타' 개최=롯데그룹 유통계열사도 롯데 블랙 페스타를 열고 대대적인 할인에 나선다.

롯데백화점 광주점은 15일부터 오는 2일까지 올 마지막 정기세일에 돌입한다.

행사가간 '블랙 라벨 상품전'을 진행해 기획·직매입 상품을 정상대비 최대 80% 할인한다. 대표적으로 '밀레 안젤로 벤치파카' (9만9000원), '테팔 무선전기주전자' (2만9000원) 등이 있다.

또 1+1 '블랙 패키지' 상품전도 진행해 '테팔' 조리도구 5종 세트+인덕션 겸용 욕을 4만9000원

에 판매한다. '블페99의 행운상품' 기획전도 열고 슈즈미스, 캐리스노트, 리본, 프리벨런스 등의 코트, 점퍼, 패딩 인기가이템을 9만9000원에 선보인다.

롯데마트는 신선식품, 가공식품과 생활용품 등을 최대 50% 할인하는 행사를 마련했다. 대표 품목으로는 인삼 대표 산지인 금산에서 수확한 '금산 햇인삼(2입·1팩)'을 6800원, 미국에서 총 3만 마리를 항공 직송한 '활(活) 랍스타'를 한 마리당 1만4800원(1마리·450g 내외)에 선보인다.

또한 미국산 소고기 전 품목을 엘포인트 회원에게 최대 30% 할인한다.

롯데하이마트는 김치냉장고 수요가 가장 많은 11월을 맞아 김치냉장고, IH압력밥솥 등 인기 가전을 최대 40% 할인해 판매한다. 대표적으로 'LG전자 스탠드형 김치냉장고(327L)'를 약 20% 할인된 가격에 한정 수량 판매하며, '쿠첸 IH압력밥솥(6인용)'을 35% 가량 할인해 한정 수량 준비했다.

롯데슈퍼는 신선식품을 포함한 생필품 60종을 할인 판매하는 '블랙라벨전'을 진행한다. 대표 품목으로 'LA갈비(100g·냉장)'를 롯데카드 결제 시 1790원에, '한돈 브랜드 돈삼겹살(100g·냉장)'을 1390원에, 제철 과일인 '고당도 제주밀감(3kg)'을 7990원에 판매한다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

# 닭고기값 중 유통비 '절반 이상'

3분기 소비자가 4884원 중 2864원 차지 58.6%  
3분기 연속 상승...축산물 유통비보다 13% 높아

닭고기 값에서 유통비용이 차지하는 비중이 급증하고 있다. 축산계열화에 따라 생산비가 안정된 반면 유통체계가 생산성 개선을 따라가지 못하고 있다는 지적도 여전하다.

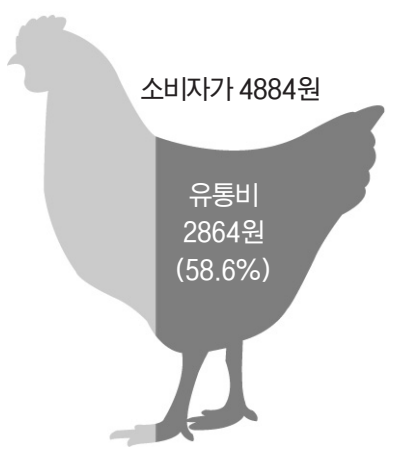
14일 축산물품질평가원에 따르면 3분기 닭고기의 소비자가격은 4884원, 유통비용은 2864원으로, 유통비율은 58.6%였다.

이는 지난해 같은 기간보다 4.5%포인트 높아진 수치이자, 지난해 4분기 이후 3분기 연속 증가한 결과다.

또한 관련 조사가 시작된 2012년 59%, 2013년 60% 이후 5년 만에 가장 높은 수치다.

3분기 주요 축산물 유통비용률 45.3%과 비교하면 13%포인트 이상 높았다. 이에 따라 닭고기의 생산자가격과 도매·소비자가격 간 격차도 더욱 벌어졌다.

3분기 닭고기 생산자가격은 2020원으로 지난해 같은 기간보다 0.1% 오르는데 그친 반면, 도매가격은 3992원으로 8.6%, 소비자가격은 4884원으로 11.1%



나 올랐다. 축산품질평가원 관계자는 "닭 농가의 95%가 계열농기화되면서 생산이 안정적으로 유지되고 있는 반면 유통비는 물가의 영향이 큰 탓에 등락이 심해진 것으로 보인다"고 설명했다.

실제로 닭고기 생산자가격은 2016년부터 꾸준히 2000원 언저리를 유지한 반면, 같은 기간 유통비용은 1800원대에서 2900원 가까이 오르기도 했다. /연합뉴스

# 온라인 쇼핑 등 무점포 판매 60조 돌파

지난해 매출 61조2410억

2017년 유통산업 매출 (단위: 원)

온라인 쇼핑 등 무점포 판매액이 지난해 60조원을 넘어선 것으로 조사됐다.

대한상공회의소(회장박용만)가 14일 발간한 '2018 유통산업 통계집'에 따르면 지난해 무점포 판매액은 총 61조2410억원으로, 전년(54조470억원)보다 13.3% 증가했다.

인터넷 쇼핑, 홈쇼핑, 방문 및 배달 소매 등을 합친 무점포 판매액은 2015년(46조7890억원) 이후 매년 두 자릿수의 증가율을 거듭하면서 급성장세를 이어갔다.

편의점도 지난해 매출이 22조2380억원으로 전년보다 14.1% 증가하면서 최근 몇년간의 약진이 계속됐다.

반면 백화점 매출은 2.0% 감소한 29조3240억원에 그쳤고, 대형마트도 33억7980억원으로 1.7% 증가에 그치는 등 기존의 오프라인 판매 형태는 상대적으로 부진했던 것으로 나타났다.

지난해 말 기준 국내 유통산업의 사업체수는 102만개로, 제조업을 포함한 전체 사업체수(402만개)의 25.5%를 차지했다. 사업체 4개 중 1개는 유통업인 셈으로, 단일 산업 가운데 최대 비중이다.

그러나 유통산업 종사자 숫자는 전체 산업 종사자(2천159만명)의 14.6%인

무점포	61조2410억
백화점	29조3240억
편의점	22조2380억
대형마트	33조7980억

316만명으로, 제조업(412만명)보다 훨씬 적었다.

미국, 일본과 비교했을 때 사업체 비중은 크지만 종사자 수 비중은 상대적으로 작은 것이다. 미국(2015년 기준)은 전체 산업 중 유통 관련 사업체와 종사자의 비중이 각각 19.4%와 17.6%로 거의 같았고, 일본(2016년 기준)은 각각 24.3%와 20.8%였다.

지난해 유통산업에서 창출된 부가치는 127조원으로, 우리나라 국내총생산(1730조원)의 7.4%에 그쳤다. 미국(11.8%)과 일본(13.7%·2016년 기준)에 비해 낮다.

통계집에는 딜로이트 컨설팅이 발표한 2016년 기준 세계 상위 250대 소매기업 현황도 담겼다. 월마트와 코스트코, 크로거 등 미국 업체가 '톱3'를 휩쓸었고, 우리 기업 가운데서는 롯데쇼핑이 40위로 가장 높은 순위를 차지했다. /연합뉴스

# 공기청정기 매출 급증

청정기 405.4% 늘어

최근 미세먼지가 기승을 부리면서 실내 청결을 유지하는 관련용품 판매가 늘었다.

14일 광주지역 이마트에 따르면 지난 2016년부터 이날 현재까지 매출을 분석한 결과 공기청정기 매출은 405.4% 신장한 것으로 나타났다. 건조기 역시 269.2% 신장했고, 청소기도 36.9% 신장을 기록했다.

특히 이달 1일부터 12일까지 공기청정기는 382.7%나 증가했고 건조기도 52.9% 증가하는 등 대폭 신장세를 보였다.

이는 최근 가을에도 미세먼지가 출현했기 때문으로 이마트는 분석하고 있다. 미세먼지는 가정과 차량 등 실내에도 영향을 미치면서 실내 청결 유지에 신경을 쓰는 지역 소비자가 늘어나는 것으로 보인다.

또 최근 실내 청결을 유지하는 가전의 기능이 좋아지고 있다는 것도 매출 신장에 영향을 미치고 있다.

기존 열풍으로 젖은 옷감을 말리던 고온의류건조방식에서 제습기 기술을 적용한 저온제습 방식의 의류건조기가 출시, 전기요금 3분의 1 수준으로 경제적이고 옷감 손상도 줄어 인기가 높아지고 있다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



이마트 상무점 가전매장에서 고객이 실내 청결을 유지하는 가전제품을 살펴보고 있다.

(이마트 제공)



# Aroma Life

아로마라이프

몸매보정 된다는데, 순환안되고 갑갑함 째야?

아닙니다. 나를위해 포기할것은 아무것도 없습니다.

## 기능성 속옷 의명가



한국, 미국, 일본, 중국특허  
부위별로 특별하게  
생리적인 불편을 해소

편안한착용감  
탄성GOOD! 흡습GOOD!  
일본도레이社 LYCRA  
별다른욕기형사용

해당심층수 각종미네랄  
이온, 실크이노산,  
완적외선 특수물질 가공

www.aroma-life.co.kr

# 1588-2219