

‘홈파티’ 송년모임 대세... 와인 소비 증가

과음 문화 대신 조출한 파티 음식점 ‘콜키지’ 대중화 한몫 지역 유통가 매출 신장세 할인·한정품 이벤트 다재

연말 송년모임이 시작되면서 와인을 찾는 소비자들이 늘어나고 있다. 집에서 즐기는 ‘홈파티’ 문화와 함께 과음을 하기보다 와인을 찾는 문화가 확산하면서 최근 와인 소비가 급증하는 추세다. 이에 따라 광주지역 유통업계도 연말을 맞아 대대적인 와인 행사를 벌이며 고객 선점 경쟁을 펼치고 있다.

5일 롯데백화점 광주점에 따르면 12월 와인 매출을 분석한 결과 지난 2016년 5.7% 신장세를 보이던 와인판매가 2017년에는 20.2%나 증가한 것으로 나타났다. 여기에 지난 1일부터 5일까지 매출도 10.2% 신장하는 등 급성장세를 보이고 있다.

광주지역 이마트 5개점에서 판매된 와인도 매출이 크게 늘어나고 있다. 지난 2016년 12월 8.8% 신장을 보이던 와인은 지난해 같은 기간 11.4% 신장했고, 이어 올해 11월 말 49.4%까지 치솟았다.

이처럼 와인이 인기를 끌고 있는 이유는 기존 회식과 모임 자리에서 과음을 하던 음주문화가 변화함에 따라 집이나 음식점에서 간단히 즐길 수 있는 와인을 선호하는 문화가 확산하고 있기 때문으로 풀이된다.

여기에 광주시 동구 동명동 일대 레스토랑들을 비롯한 음식점 등에서 ‘콜키지’(Corkage) 서비스가 대중화되고 있다는 점도 와인문화 확산에 영향을 미치고 있다. 콜키지 서비스는 음식점에서 와인잔을



롯데백화점 광주점 지하 1층 와인매장에서 고객이 와인들을 살펴보고 있다. 롯데백화점을 비롯한 광주지역 유통업계에서는 크리스마스 와 연말을 맞아 기본보다 저렴한 가격에 와인을 판매하는 행사를 실시하고 있다. <롯데쇼핑 제공>

제공, 와인 1병당 1~2만원이나 와인 1잔당 5000원~1만원 상당의 비용을 받고 손님이 와인을 가져와 마실 수 있는 서비스를 뜻한다.

지역 와인판매가 급증하고 와인 매출 성수기로 꼽히는 연말이 다가오면서 유통업체들도 고객을 선점하기 위한 다양한 행사에 돌입한다.

우선 롯데백화점 광주점은 크리스마스 파티와 송년파티를 위해 다양한 와인과 샴페인을 오는 7일부터 25일까지 광주점 지하 1층 식품매장에서 선보일 계획이다.

우선 유명 만화인 ‘신의 불방울’에 소개된 ‘폴딩샴페인’을 기획기간 3만9000원

선보이며, 출시한지 6일만에 2000명이 완판된 ‘트라피제 서울에디션’이 5만원에 판매된다. 또 이태리 유명 와인메이커팀 39명이 콜라보레이션을 통해 만든 ‘SEAL39’도 2만원에 특별 판매하고, 이외 최대 60%까지 할인되는 500여종의 와인과 샴페인이 할인행사도 동시에 진행할 방침이다.

광주신세계도 이날부터 와인하우스에서 54개 한정으로 최소 4만원 상당의 와인은 1만9000원에 만나볼 수 있는 럭키박스 행사에 나선다.

이밖에 크리스마스 시즌 상품인 트리 모양의 스파클링 와인 ‘모텔 크리스마스’를 정가 7만2000원보다 51% 저렴한 3만

5000원에 선보인다. ‘뱅쇼’라고도 불리며 겨울철 추운 지방에서 차를 마시듯 끓여먹는 와인인 ‘글뤼바인’도 정가 3만5000원보다 51% 할인해 1만7000원에 판매한다. 연말 가장 인기 상품인 ‘모엣상동’도 7만8000원 선보일 계획이다.

광주지역 이마트에서도 오는 2019년 1월 2일까지 아르헨티나 와인인 ‘트라피제 오케스트라’와 ‘까르미네’를 2병이상 구매할 경우 10% 추가할인 행사를 진행한다. 국민 와인프로젝트 2단으로 몰리나 트리부도 150주년 ‘까베르네 소비뇽’도 1만9800원 판매한다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

영화 보헤미안 랩소디 효과 4050 남성 밴드 악기 구매 급증

40~50대 남성들의 악기 구매가 크게 늘어난 것으로 나타나면서 영화 ‘보헤미안 랩소디’ 효과라는 분석이 나오고 있다. 영화의 주 관객층이기도 한 중장년층 남성들이 영국 록 밴드 ‘퀸’(Queen)의 음악을 다시 듣고는 밴드 악기를 배우기 시작했기 때문이라는 것이다.

5일 온라인쇼핑사이트 G마켓에 따르면 최근 한 달(11월 3일~12월 2일)간 40대와 50대 이상 소비자의 기타와 드럼 등 악기구매량이 지난해 같은 기간보다 최대 4배 늘어난 것으로 집계됐다.

이 시기는 지난 10월 31일 개봉 후 600만 명을 넘는 관객을 기록한 ‘보헤미안 랩소디’ 돌풍과 때를 같이 한다. 주 52시간 근무제 도입 후 확산하는 ‘워라밸(일과 삶의 균형)’ 바람까지 더해지면서 여가를 음악 활동에 쏟는 중장년층이 늘어나는 추세를 반영하는 것 같다고 G마켓 관계자는 말했다.

‘퀸’의 음악을 들으며 젊은 시절을 보낸 50대 이상 소비자의 드럼 세트와 드럼 스틱 구매는 이 기간 각각 433%와 129% 증가한 것으로 나타났다.

일렉트릭 기타 구매는 14%, 기타 줄, 이펙터 등 기타 관련 용품 판매도 11% 각각 늘었다.

밴드 연주에 쓰이는 이동식 앰프 판매량도 121%나 늘며 50대 이상의 밴드 음악 열풍을 증명했다.

40대의 경우, 디지털 피아노의 판매가 지난해보다 50% 증가해 악기 가운데 구매량이 가장 많이 증가했다.

이동식 앰프는 103%, 일렉트릭 기타는 20%의 증가율을 보였다.

악기와 더불어 음향기에 투자하는 40~50대도 많아졌다.

스마트폰과 연결이 가능하고 휴대성이 좋은 포터블 헤드폰 앰프의 경우 40대는 700%, 50대 이상은 250% 증가한 것으로 조사됐다.

오디오도 40대(146%)와 50대(95%) 계층에서 모두 작년보다 판매량이 배로 늘었다.

G마켓 관계자는 “보헤미안 랩소디가 인기를 끌면서 밴드 악기에 대한 관심이 커졌다”며 “특히 퀸의 노래를 즐겨 들던 40~50대를 중심으로 악기구매 열풍이 불기 시작한 것으로 보인다”고 말했다.

/연합뉴스

차 월동상품 ‘미세먼지 차단’ 제품 인기 필터 52.8% 급증

겨울철 자동차 월동 관련상품 중에서도 미세먼지를 차단하는 제품들이 인기를 끌고 있다.

5일 광주지역 이마트에 따르면 지난 11월 30일부터 12월 4일까지 매출을 분석한 결과 차량용 필터는 52.8%, 세차도구는 13.2%씩 매출이 신장했다.

또 해마다 자동차월동준비 시기도 11월말로 빨라지고 있다. 미세먼지가 겨울에도 기승을 부리는 등 미세먼지 문제가 일상화되면서 자동차 내부를 청결하게 유지하기 위한 것으로 분석된다.

차량용 필터는 차량 내부로 유입되는 공기를 여과시켜 주며 설명서를 보고 5분이면 간편하게 교체 가능하고, 최근에는 초미세먼지를 99% 이상 제거하는 초미세먼지 전용인 ‘초미세먼지 집진 에어컨 히터 필터’까지 등장할 정도다. 또 차량용 공기청정기 역시 인기를 끌고 있다.

특히, 올해 겨울은 길고 혹한과 폭설도 예상됨에 따라 이마트는 자동차 겨울용품모음전을 진행한다.



이마트 상무점 자동차용품 매장에서 고객이 에어컨·히터필터 상품을 살펴보고 있다. <이마트 제공>

대표상품으로 차량용필터는 4900원~1만9900원에 판매하며, 물약스 3900원, 고광택약스 5900원, 울인원 세차세트 9000원, 차량용공기청정기 2만9900원에 판매하고 있다.

장원중 이마트 상무점점장은 “요즘 자동차 월동준비는 실내청결과 공기청화에 관련된 상품들이 인기다”며 “앞으로도 공기청정기 등 겨울철 필수품을 모두 갖춘 상품이 꾸준한 인기를 끌 것으로 예상된다”라고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

광주신세계 크리스마스 마케팅 눈에 띄네

1층 트리 숲 속 백곰 ‘푸빌라’ 손님맞이...팝업스토어 운영도

광주신세계(대표이사 최민도)가 다가오는 크리스마스를 맞아 다양한 마케팅에 나서고 있다.

이날 광주신세계에 따르면 광주신세계는 지난달 말 1층 중앙통로에 대형트리를 설치했다. 신세계가 기획부터 개발, 론칭까지 전 과정을 직접 진행한 대표 캐릭터인 ‘푸빌라’까지 함께 선보이고 있다.

또 친구 캐릭터인 청설모 ‘포코’, 너구리 ‘후트’, 여우 ‘깨또’ 등을 함께 배치해 볼거리를 제공하고 있다.

여기에 바로 옆 문화광장에서는 화려한 장식의 크리스마스 트리를 다수 모아 작은 숲처럼 만든 ‘크리스마스 트리 포토존’도

운영 중이다. 트리 숲 사이사이에 소파와 벤치를 배치, 편하게 앉아 크리스마스 분위기를 느끼며 사진을 촬영할 수 있는 환경을 조성했다. 이곳 역시 ‘푸빌라 포토존’과 함께 광주신세계를 찾는 고객들의 ‘인증샷’ 장소로 인기다.

이밖에 광주신세계는 크리스마스 분위기를 연출하는 것 외에도 아이를 동반한 가족단위 고객을 위한 팝업스토어도 운영한다.

현재 신세계 갤러리 맞은편에 만화캐릭터 뽀로로와 타요 캐릭터 상품을 만나볼 수 있는 ‘아이코닉스’ 팝업스토어를 운영하고 있으며, 오는 7일부터 ‘집보리 플레이앤 뮤

직샵’ 팝업스토어도 운영할 예정이다. 지난 5월과 8월 팝업행사와 마찬가지로 ‘맥포머스’를 비롯한 집보리의 인기 완구·교구를 아이와 부모가 함께 체험해 볼 수 있는 어린이 체험존도 문화광장에 조성한다.

또 오는 7일부터 9일까지 3일간 인스타그램 인증샷 이벤트도 진행한다. 광주신세계 인스타그램 공식계정(@gwangju-shinsegae)을 팔로우하고, 1층 광장에 마련된 ‘푸빌라 포토존’이나 ‘크리스마스 트리 포토존’에서 사진 촬영 후 인증샷을 #광주신세계, #크리스마스, #푸빌라 등 3가지 해시태그를 붙여 본인 계정에 업로드하면 응모할 수 있다. 인증샷을 올린 선착순 100명에게 신세계 에코백을 증정할 예정이다.

/박기용 기자 pboxer@



광주신세계 문화광장에 조성된 크리스마스 트리 포토존에서 고객이 기념촬영을 하고 있다. <광주신세계 제공>

그린궁 홈 프라임에버 120

GREEN GOONG PRIME EVER 120

다시 맞이하는 빛나는 아름다운 여성의 건강한 봄날을 위하여!

소비자상담실 080-234-6588



그린궁홈프라임에버120은 소중한 여성의 피부 건강과 저하된 면역력을 증진시켜 주며 장 건강 그리고 뼈 건강에 도움을 주어 활력있는 여성의 아름다운 건강을 위한 여성 건강기능식품입니다.



그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.