

리빙·인테리어 최신 트렌드 한눈에

롯데백 광주점 '디자인 리빙페어' 가구·식기 등 60% 할인
23~26일 DJ센터서 최신 인테리어 등 라이프 스타일 소개

'뉴트로(요즘 옛날)', '카멜레온(공간 색다른 변신)', '나나랜드(자기애)', 서울대 소비트렌드 분석센터가 펴낸 '트렌드 코리아 2019'에서 제시된 올해 트렌드이다. 이처럼 인테리어·생활 용품·디자인 소품 등 최신 유행 생활상을 한 눈에 볼 수 있는 백랍회가 광주에서 사흘 간격으로 열린다.

◇생활에 녹아든 디자인-리빙페어
롯데백화점 광주점은 광주·전남지역 유통업계에서는 최초로 '1회 디자인 리빙페어'를 진행한다.

오는 19일까지 열리는 이번 행사에는 호남·충청지역 가정 바이어가 직접 선택한 인기 디자인 상품들을 선보일 예정이다.

디자인 리빙페어는 주로 수도권 지역에서 진행됐지만 큰 폭의 성장세를 보이는 관련 시장을 선점하기 위해 롯데백화점 광주점이 기획했다. 롯데백화점은 올해 광주지역 백화점 관련 매출이 22.5% 증가하는 등 수요가 지속적으로 늘고 있다고 설명했다.

행사는 '홈 스타일링', '프리미엄 키친(부엌)', '홈 퍼니싱(가구)' 등 3가지로 나눠 구성했다.

'홈 스타일링' 관에서는 '비엔토', '미루' 등의 서울 유명 리빙페어 전문 브랜드가 밀레니얼 세대를 중심으로 변화하고 있는 생활 경향을 제시한다. '프리미엄 키친' 관에서는 독일·영국·미국 주방·식기 브랜드의 인기 아이템을 30~60% 할인된 가격에 만나볼 수 있다. '홈 퍼니싱' 관에서는 '에이스침대'와 '다우닝소파'의 진열 특가 상품을 판매한다.

순천 업체 '디오르센트'는 온라인에서 입소문을 탄 양초과 디퓨저 등 소품류를 선보이고, 대전 '신현공예'는 SBS '생활의 달인'에 나온 50년 경력 목공 장인이 만든 우드도마 등 주방 소품류를 내놓는다.

김창수 롯데백화점 호남충청지역 MD팀 바이어는 "최신 리빙 트렌드를 경험해 볼 수 있는 좋은 기회가 될 것"이라고 말했다.

◇100개 브랜드 참여 '라이프 쇼'
김대중컨벤션센터가 주최·주관하는 '홈 라이프 스타일 쇼'는 오는 23~26일 센터 전시장 2·3홀에서 열린다.

이번 전시는 홈리빙·데코, 주방용품, 디자인제품, 가드닝, 인테리어 제품 등 국내외 100여개의 리빙 브랜드가 참여해 리



최신 생활 트렌드를 반영한 백랍회가 5월 17일부터 열린다. 롯데백화점 '디자인 리빙페어'.

빙·라이프스타일의 최신 경향을 제시한다.

먼저 프랑스 빈티지스타일 브랜드 '꼬페따뵈'는 미적 감각을 갖춘 홈데코 제품과 인테리어를 선보인다. 국내 천연 대리석 회사인 '르마블'은 감각적인 디자인과 합리적 가격의 대리석 리빙 가구를 내놓을 예정이다.

행사장은 카페·디저트 휴식공간이 마련되고 전시 기간 동안 체험관·원데이클래스존에서 각기 다른 체험행사가 관객을

맞이한다. '올리공방'의 도자기 양면접시 만들기, '버드세이지 플라워'의 테라리움 만들기, '엘빈제이스튜디오'의 가족 키팅 만들기, '키다리대나무'의 라탄 티 코스터 만들기 등을 통해 생활 소품들을 직접 만들어 볼 수 있다. 경품 증정 행사도 선착순으로 진행된다.

참관객 무료 사전등록은 전시회 홈페이지(homelifestyleshow.kr)를 통해 오는 17일까지 받는다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

“식구 적은데 더 가볍고 더 작게”

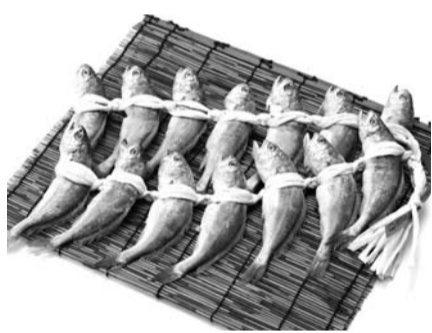
밀레니얼 가족 등장에
소포장 상품 속속 등장

새로운 가족 풍속도인 '밀레니얼 가족'이 소비 유형도 바꾸고 있다.

밀레니얼 가족은 1980년대 초반~2000년대 초반 출생한 '밀레니얼 세대'가 만드는 2~3인 중심 가정을 말한다.

지난 1996년 C.J제일제당이 '햇반'을 처음 출시했을 때만 해도 가장 큰 과제는 '즉석밥을 자녀에게 내주는 부모의 죄책감을 어떻게 해소할 것인가?'였다고 한다. 20여년 만에 간편식은 소비 생활의 중요한 흐름으로 자리 잡았다.

행정안전부가 지난 2월 발표한 주민등록인구 기타현황에 따르면 전체 인구 중 2인 가구 비중은 지난해 같은 기간 대비 4% 늘어난 22%였고 3인 가구는 18%, 1인



14마리를 묶은 봄굴비

가구는 37%를 각각 차지했다. 백화점·마트 등 유통업계도 새로운 가족 집단에 대응하기 위해 맞춤형 상품을 줄지어 내놓고 있다.

밀레니얼 풍속도에 가장 먼저 바뀌는 쪽은 '신선식품 코너'다. 과일·채소·수산물 등은 2~3인 가구 소비량에 맞춰 '더 가볍게', '더 작게' 변하고 있다.



2~3kg 중량의 '블랙보스 수박'

신세계백화점 올해 1~4월 매출을 보면 1kg 이하의 소단위 팩포장 상품과 날개 판매의 매출이 지난해 같은 기간보다 23% 가량 올랐다. 매장 역시 해당 상품 수를 13% 늘렸다.

㈜광주신세계는 오는 17일부터 굴비를 20마리씩 묶은 '두름'이란 단위를 없애고 14마리를 묶은 '1유음'을 도입한다. 신세

계는 이를 통해 2~3인 가족이 길게는 석 달 동안 신선도를 유지하며 굴비를 먹을 수 있도록 한다는 계획이다. 또 6월2일까지 봄굴비 2호(14마리 묶음·1.4kg)를 10만8000원, 잠굴비 3호(14마리·1.2kg)를 5만6000원 등 최대 40% 할인된 가격에 선보인다.

또 4개를 묶어 판매하던 파프리카도 3인 상품으로 만들고 미니 파프리카, 미니 단호박 등 '미니어처 상품'도 내놓는다.

광주지역 롯데마트는 1~2kg '애플 수박'을 필두로 3~5kg 중과중 수박을 확대 운영한다는 방침이다.

최근에는 중과중 수박의 하나인 4~5kg '베개 수박'과 2~3kg '블랙보스 수박'을 선보였다. 롯데마트는 16일부터 경남 함안에서 수확한 '베개 수박'을 9900원, '블랙보스 수박'을 1만1900원에 판매한다.

최택열 광주신세계 식품팀장은 "2~3인 등 세분화 된 가족 구성 트렌드에 맞춰 소포장 상품을 선보이게 됐다"며 "맞춤형 상품을 확대해 산지와의 상생은 물론 고객의 라이프 스타일 선도에 앞장설 것"이라고 말했다. /백희준 기자 bhj@

“가족과 요리하며 스트레스 풀어요”



롯데백화점 광주점 등 직원 가족을 대상으로 한 '쿠킹 클래스' 참가자들이 15일 직접 요리를 만들어보고 있다. <롯데백화점 광주점 제공>

롯데백 광주점 직원 대상 '쿠킹 클래스' 진행

롯데백화점 광주점이 성인지(젠더) 감수성을 높이기 위해 직원 대상 캠페인을 강화하고 있다.

롯데백화점 광주점과 광주지역 롯데 아울렛에 따르면 직원 가족 40명은 지난 8일과 15일 두 차례에 걸쳐 광주시 서구 상무지구의 한 요리학원 등에서 '쿠킹 클래스'를 진행했다.

5월 '가정의 달'을 맞아 처음으로 진행된 이번 행사 참가자 대부분은 백화점 마가톤 남성 직원들과 그 가족이었다. 이들은 김재숙 전남대학교 교수로부터 요리를 배우며 함께하는 시간을 가졌다. 이날 수업은 남성이 상대적으로 쉽게 만들 수 있는 브런치 2가지와 홈 디저트 2가지로 채워졌다.

수업 시간 동안 아내에게 자신이 만든 요리 사진을 찍어 보내는 남성 직원도 함께 요리를 하는 모습 등이 눈길을 끌었다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

한 요리교실 참가자는 "백화점 직원인 딸과 사위와 함께 즐길 수 있는 시간을 만들어줘서 좋았다"며 "오늘 요리를 잘 배워서 앞으로 사랑받는 남편, 아빠가 되고 싶다"고 말했다.

이날 행사는 롯데백화점이 지난 2017년부터 추진하고 있는 '리조이스'(Rejoice) 캠페인의 하나로 진행됐다.

롯데백화점의 사회 공헌 프로젝트인 리조이스 캠페인은 여성 우울증에 대한 인식 개선과 상담·치료를 지원하기 위해 힐링특강, 템플스테이, 쿠킹클래스, 리조이스 카페 등 다양한 프로그램이 추진되고 있다.

김성경 롯데백화점 사회공헌팀장은 "백화점은 여성고객과 여직원의 비중이 상대적으로 높아 여성 우울증 문제에 적극적으로 대처할 필요가 있다"며 "다양하고 많은 분들이 참여 할 수 있는 리조이스 프로그램을 펼쳐 나가겠다"고 말했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



“리넨 원피스로 더위 잊어요” 이룬 더위로 여름상품 구매가 늘어나는 가운데 ㈜광주신세계 5층 '랩' 매장은 15일부터 시원한 리넨 소재의 원피스를 선보이고 있다. <광주신세계 제공>

그린궁 HOME 프라임에버 120

GREEN GOONG PRIME EVER 120

다시 맞이하는
빛나는 아름다운 여성의
건강한 봄날을 위하여!



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



소비자상담실 080-234-6588

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.