

# 한잔을 마셔도 고급으로...프리미엄 커피 대세

자신의 만족도를 중시하는 '가치 소비' 성향이 두드러지면서 '한 잔을 마시더라도 맛있는 커피'를 마시려는 소비자의 욕구를 꿰뚫은 프리미엄 마케팅이 호응을 얻고 있다. 커피 전문점들은 이른바 '프리미엄 커피'를 내건 매장을 잇따라 내면서 지역 소비자들의 지갑을 열고 있다.

27일 (주)광주신세계에 따르면 커피 브랜드 '네스프레소' 전용 매장인 '네스프레소 부티크'가 지난 20일 광주신세계 지하 1층 매장에 문을 열었다. 광주·전남에서는 처음, 국내에서는 15번째로 개장한 '네스프레소 부티크'는 고객에게 풍부한 커피를 경험할 수 있도록 하는 '프리미엄 공간'을 지향하고 있다.

'가치 소비' 타고 프리미엄 마케팅 호응  
광주신세계 '네스프레소 부티크' 개장  
2배 이상 비싼 '폴 바셋' 연일 호황

이 공간은 ▲원두의 생산부터 커피 제조 과정을 담은 '인제이저' ▲직접 맛보면서 자신의 취향에 맞는 커피를 선택할 수 있는 '익스플로어' ▲다양한 커피 레시피를 만날 수 있는 '인볼브' 존으로 구성됐다. '네스프레소 부티크'는 광주점 개장을 기념해 구매후 고객에게 '네스프레소 초콜릿'을 선착순 증정하고 있다. '네스프레소 부티크'와 같은 층에 있는 커피 전문점 '폴 바셋' 매장은 평일에도 발 디딜 틈 없이 고객이 들어차 호황을 누리고 있다. 이 커피 전문점은 2003년 세계 바리스타 챔피언십(WBC)에서 '역대 최연소 챔피언'을 수상한 호주 출신 바리스타 폴 바셋의 이름을 땄다. 대표 상품인 '롱고 커피'는 4700원, 카페라떼 5300원 등 다른 커피숍에 비해 가격이 비싼 편이지만 '커피의 맛'을 내세우면서 관련 매출은 오르고 있다. 광주신세계에 따르면 11월 1~25일 폴 바셋 매출은 지난해 같은 기간에 비해 6.9% 증가했다.

광주에서 가장 많은 가맹점(45개)을 지닌 '이디야 커피'는 지난 8일 상무지구점에 직영점을 열고 커피 핸드드립 서비스를 제공하고 있다. 이곳에서는

바리스타가 직접 고객에게 맞는 원두를 추천하는 등 서울에 조성된 '이디야 커피 연구소'를 본뜨고 있다.

직영점만 광주 51곳·전남 17곳 운영하는 스타벅스는 '차별화 매장'으로 꼽히는 '리저브 매장'을 광주·전남에서 광주 상무지구 단 한 곳 운영하고 있다.

이곳에서는 단일 원산지에서 극소량 재배된 커피를 한정된 기간에만 선보이고 있다. 이 같은 리저브 매장은 전세계에서 800곳 정도만 있는 것으로 알려졌다. 국내에서 스타벅스 리저브 매장은 꾸준히 증가하고 있으며 '스페셜티'로 이름을 알린 '블루보틀'은 내년까지 5곳으로 매장을 늘릴 계획이다. 스페셜티 커피는 '스페셜티 커피 협회'에서 정한 기준에 따른 평가에서 100점 중 80점 이상을 획득한 커피를 말한다.

커피를 고를 때 소비자들의 성향은 가격을 중시하는 '가성비'에서 가격 대비 마음의 만족을 추구하는 '가심비'로 옮겨 간 모양새다.

'KB금융지주 경영연구소'가 이달 초 발표한 커피전문점 분석 자료에 따르면 커피 전문점을 갈 때 가장 중요하게 생각하는 요소로 '커피의 맛'(65.2%)을 가장 많이 꼽았다. '접근성'(51.2%), '커피 가격'(48.8%), '매장 분위기'(37%) 등은 그 뒤를 이었다.

1인 가구의 커피 관련 소비지출액은 2014년 월 4473원에서 지난해 1만3012원으로 3배 증가했다. 1인 가구 중에서도 여성, 50대와 60대 이상의 지출이 빠르게 증가했고 가장 지출이 많은 연령층은 2014년 40대에서 2018년 50대로 나타났다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



광주신세계 지하 1층에 지난 20일 문 연 '네스프레소 부티크'는 '프리미엄 커피' 체험을 내걸고 있다.



광주신세계와 롯데백화점 광주점은 다음 달 5일까지 다양한 겨울철 수산물 식품매장에서 선보인다. <광주신세계 제공>

**'홈 트레이닝' 전성시대**  
피트니스 용품 매출 51% ↑

날씨가 부쩍 추워지면서 실내 운동용품 매출이 증가하고 있다. 27일 광주지역 5개 이마트에 따르면 11월 1~26일 피트니스 용품 매출은 지난해 같은 기간보다 51.5% 증가했다. 피트니스의류 역시 지난해보다 23.1% 뛰었다. 관련 상품 가운데 헬스 아령 86.1%, 매트집볼 52.9%, 스텝퍼바이크 등 헬스기구 75.8% 등 매출 증가율이 눈에 띄었다.

해마다 집에서 할 수 있는 '홈 트레이닝' 수요가 늘면서 실내용 사이클이나 마사지기, 다이어트 짐볼, 바디 롤러 등 관련 상품군도 다양해졌다. 이마트 브랜드 '데이즈'는 최근 2만원대 요가복과 레깅스 등 22종에 달하는 피트니스 웨어를 출시했다.

이마트 관계자는 "주 52시간 근무제가 정착되는 과정에서 피트니스 웨어 등에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있다"며 "앞으로 겨울철 운동관리를 위한 다양한 관련상품 판매를 준비하고 있다"고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

## 성탄 대목 잡아라...유통가는 벌써 크리스마스

신세계, 한정판 앞세워 소비심리 공략  
롯데백화점, 뮤지컬·체협 행사·강좌

성탄절을 한 달 앞두고 광주지역 대형 유통매장들은 관련 상품과 행사를 내세우며 연말 분위기 조성에 나섰다.

27일 광주신세계는 "신세계백화점이 자체 제작한 크리스마스 캐릭터 '푸빌라' 모형을 매장 1층에 전시하고 있다"고 밝혔다.

신세계백화점은 지난 2017년 네덜란드의 유명 일러스트 작가 리케 반 데어 포어스트와 협업해 '푸빌라' 기획·개발 등 전 과정에 참여했다. '푸빌라'는 핀란드어로 '숨'을 뜻한다. 전시된 모형은 대형, 중·소형 등으로 구성됐다. 신세계는 다음 달 25일까지 '푸빌라'가 실린 종이가방과 포장지를 사용할 예정이다.

신세계백화점은 성탄절 소비심리를 잡기 위해 다양한 한정판 상품을 내세웠다.

매장 2층에 위치한 영국 향수 브랜드 '조 말론 런던'은 크리스마스 선물용 한정판을 오는 12월 5일까지 선보인다.

롯데백화점 광주점은 오는 12월 25일 열리는 어



27일 롯데백화점 광주점 '러쉬' 매장 직원들이 크리스마스 한정판 입욕제를 선보이고 있다.

린이 뮤지컬 '헤리와 마법 기사단' 관람 신청을 선착순으로 받고 있다. 롯데백화점 11층 문화센터는 '나만의 루돌프 화분 만들기' '산타클로스 케이크 만들기' '크리스마스 리스 드림캐쳐 만들기' '핸델과

그레텔 과자집 꾸미기' 등 크리스마스 맞춤형 강좌를 열 예정이다. 백화점에 입점한 화장품 브랜드 '러쉬'는 크리스마스를 앞두고 한정판 입욕제를 선보이고 있다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

**추워야 제맛!**  
**겨울 수산물 맛 보세요**  
신세계·롯데백화점 기획전

광주지역 백화점들이 다음 달 5일까지 제철 수산물을 만날 수 있는 기획전사를 연다.

(주)광주신세계 지하 1층 식품매장에서 '겨울 수산물 특집전'을 진행한다. 이번 행사에서는 '바다의 우수' 생굴과 꼬막, 방어회 등 겨울을 대표하는 제철 먹거리를 다양하게 선보이고 있다.

김크랩은 살아 있는 상태로 판매하며 고객이 요청하면 조리하지 않고 바로 먹을 수 있도록 '즉석 찜 서비스'를 제공하고 있다.

롯데백화점 광주점도 지하 1층에서 '겨울미각 제철 수산물 기획전'으로 지역 소비자들의 입맛을 사로잡을 예정이다.

청어·공치를 얼렸다 녹였다 반복해 그늘에 말린 '겨울 별미' 과메기 10마리를 1만3500원에 선보인다. 11월이 제철인 생굴 500g은 1만2500원에, 겨울 대표 보양식 활전복 8마리를 2만9000원에 내놓는다. 산란기인 겨울철이 맛이 가장 좋은 생대구 1마리는 1만6500원에 판매한다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

## 당신의 로망은 어떤곳 인가요?

### 친환경 목조주택을 지어드립니다

목조주택 설계·시공 전문기업

**우드빌더스(주) 휴인(주)** 문의상담 **062) 945-0036~7**

**모던 스타일** Modern |

**클래식 스타일** Classic |

**지중해 스타일** Mediterranean Sea |