

워라벨 열풍...건강케어·프리미엄 가전 강세

지역 유통가 2019 트렌드

추위지는 날씨만큼 지역 소비자의 지갑도 꼭꼭 닫히고 있다.

3일 호남지방통계청이 발표한 2015~2018년 광주·전남 대형소매점 판매 동향에 따르면 광주지역 대형소매점 판매액은 2015년 1조7056억원에서 지난해 1조7179억원으로 '0%대' (0.7%) 증가율을 보였고 전남지역은 2015년 8386억원에서 2018년 7805억원으로 오히려 6.9% 줄었다.

지역 유통가는 매출 부진을 만회하기 위해 일과 생활의 균형을 중시하는 '워라벨'과 '지역 상생' 움직임에 발 맞춰 저마다 출구를 찾고 있다. 올해 지역 유통가 트렌드를 살펴봤다.

◇로컬푸드 확대·지역 맛집 상생=광주신세계는 13년 만의 전관 개선품사를 진행하면서 광주 대표 음식점 7곳과 손잡았다.

지난 6월 새롭게 개장한 매장 지하 1층 '푸드 플라자'에는 50년 전통의 양동탕과 공전제과, 다르다김밥주먹밥, 더술, 옥이반상, 신선한 주방, 소맥 베이커리 등이 입점해 지역 소비자를 만나고 있다.

국내 슈퍼마켓 업체 1위 롯데슈퍼는 전남지역 농업인들의 판로를 열어줬다. 롯

두슈퍼와 전남도는 지난 7월 품앗이에서 로컬푸드 직매장을 처음 개장한 이후 두 압점과 문흥점, 봉선점 등 5개 점포에 로컬푸드 직매장을 잇따라 열었다. 롯데슈퍼는 로컬푸드 직매장을 열고 싶은 이들을 위해 컨설팅도 제공하고 있다.

롯데백화점 광주점은 지난 3월 완도군과 손잡고 완도 특산물 소비촉진 업무 협약 체결을 시작으로 완도 수산물 대전, 담양 딸기 기획전, 흑산도 흥어 산지 직송전 등의 지역 특산물 소비촉진 행사를 지속적으로 진행하고 있다. 광주신세계는 장성사과, 화순 청명면 블루베리, 곡성 멜론, 완도 덕우도 활전복, 영광 법성포굴비, 장흥·함평·나주 한우 등 로컬푸드 20여 종을 연중 판매한다.

◇건강케어·의류 관리기=프리미엄 가전·가구 대세=올해는 미세먼지 악화와 세차의 대풍을 겪으면서 '건강 케어' 가전에 대한 관심이 높았다. 광주지역 5개 이마트의 10월 의류 관리기 매출은 지난해 같은 기간보다 93.3%나 뛰었고 공기정정기(59.6%), 건조기(12.3%)도 높은 증가율을 기록했다.

이마트 광주점은 지난 8월 13년 만의 리뉴얼을 거치며 '프리미엄 가전'을 보강했다. 삼성·LG전자 매장은 'QLED 8K'와 '올레드 TV' 등 초고화질 티비 비중을 70%까지 올렸고, 위니아대우 매장이 새로 들어섰다. 또 16kg 초대용량 건조기와 300만원대 의류관리기, 일렉트로룩스 청소기 등 기존 마트에서 보기 힘든 가전도 마련했다.

광주신세계는 얼어붙은 소비심리를 살리기 위해 지난 8월 처음으로 프리미엄 가전 판매를 시작했다. 매장 8층에 2975㎡(900평) 규모로 마련된 '생활전문관'에는 삼성전자의 맞춤형 냉장고 '비스포크', LG전자 '오브제', 120년 전통의 독일 '밀레' 등 이른바 '프리미엄' 가전들로 채워졌다. 또 이탈리아 명품 가구 '나투찌'와 덴마크 도자기 브랜드 '로알코펜하겐', 독일 도자기 '빌레로이엔보호', 스웨덴 주물 브랜드 '스켈솔트', '더 조선히텔' 등 가전·가구·주방·침구 부문에서 명품 전략을 펼치고 있다.

◇불황에도 잘나가는 '해의 명품'=올해 3분기 광주지역 백화점은 모두 '마이너스' 매출을 기록했지만 '명품'은 성장세를 보였다. 광주신세계 올 3분기 명품 매출은 지난해보다 30% 뛰었고 롯데백화점 광주점도 16% 증가율을 보였다.

웃 한 벌을 입어도 나를 위해 소비한다는 '미코노미' 열풍에 맞춰 백화점은 경쟁적으로 해의 명품 브랜드를 보강했다. 광주신세계는 지난해부터 '구찌' '생로랑' '몽클레르' '발렌시아가' '보테가베네타' 등 20~30대 고객이 선호하는 브랜드를 도입했고 올 겨울에는 캐나다 프리미엄 패딩 브랜드 '노비스'로 젊은 고객층을 겨냥했다.

롯데백화점 광주점도 가을 개편을 통해 '토리버치' '골든구스' '이세이미야케' 등 해외 패션 브랜드를 신규 입점시키고 내년까지 1층 매장을 새단장할 계획이다.

이외 20여 개국 관광객이 찾는 광주수영선수권대회(7월12~28일)로 지역 유통가가 '반짝 특수'를 누렸고, 지난 7월 일본의 무역보복이 촉발한 일본 제품 불매운동으로 유니클로·ABC 마트 등 일부 브랜드가 타격을 입었다. 광주지역 4개 롯데마트의 지난 7월 아시아·기린이차방 등 일본산 맥주 매출은 지난해 같은 기간에 비해 25.1% 떨어졌다.

롯데백화점 광주점도 가을 개편을 통해 '토리버치' '골든구스' '이세이미야케' 등 해외 패션 브랜드를 신규 입점시키고 내년까지 1층 매장을 새단장할 계획이다.

이외 20여 개국 관광객이 찾는 광주수영선수권대회(7월12~28일)로 지역 유통가가 '반짝 특수'를 누렸고, 지난 7월 일본의 무역보복이 촉발한 일본 제품 불매운동으로 유니클로·ABC 마트 등 일부 브랜드가 타격을 입었다. 광주지역 4개 롯데마트의 지난 7월 아시아·기린이차방 등 일본산 맥주 매출은 지난해 같은 기간에 비해 25.1% 떨어졌다.

백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표

↓ 코스피 2084.07 (-7.85)	↑ 금리(국고채 3년) 1.46 (+0.04)
↓ 코스닥 629.58 (-4.92)	↑ 환율(USD) 1187.20 (+4.10)



광주·전남지역 9개 롯데마트는 5~11일 '못난이 과일'로 불리는 'B급' 사과와 배를 저렴하게 판매한다. (롯데마트 제공)

사과·배 풍년에...롯데마트 '못난이 과일 할인전'

5~11일 일주일 간 판매

올해 사과와 배 풍년이 들어 대형마트가 할인전을 마련했다.

광주·전남지역 9곳 등 전국 롯데마트는 오는 5~11일 일주일 동안 '못난이 과일'로 불리는 'B급' 사과와 배를 저렴하게 판매한다고 3일 밝혔다.

'B급 과일'은 당도나 크기에 차이가 없지만 결면에 흠집이 있거나 모양이 다소 불균형한 것을 말한다.

이들 과일은 선물용으로 쓸 수 없어 명절을 앞두고 재고 처분을 한다는 것이 마트 측 설명이다.

한국농촌경제연구원 따르면 올해 전국 사과 생산량은 50만7700t, 배 20만9800t으로 지난해보다 6.8%, 3.3% 가량 늘어날 것으로 추정됐다.

생산 호조로 사과(후지·10kg)의 11월 도매 가격은 3만4257원으로 지난해보다 10.5% 하락했고, 배(신고·15kg) 도매 가격도 지난해보다 5.1% 떨어진 4만857원을 나타냈다.

롯데마트는 행사 기간 동안 'B급' 사과와 배를 기존보다 40~50% 저렴한 가격에 선보인다. 사과 1봉(5~12입) 가격은 6980원, 배 4~7입은 9980원에 내놓는다.

이성용 롯데마트 과일팀장은 "내년 설이 얼마 남지 않은 시점에서 선물세트 판매용 및 저장용 A급 물량을 제외하고는 B급 물량들의 신속한 판매가 필요한 상황"이라며 "B급 과일은 모양에서만 차이가 날뿐 당도나 크기 등 품질에는 일반 상품과 차이가 없다"고 설명했다.

백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

광주은행, 31일까지 '오픈뱅킹 위클리 이벤트'

8000명에 상품권 등 지급

광주은행(은행장 송종욱)은 4~31일 '오픈뱅킹 위클리(Weekly) 이벤트'를 실시한다고 3일 밝혔다.

이번 이벤트는 총 4주간 광주은행 오픈뱅킹 서비스로 타행 계좌 신규 등록 후 타행에서 광주은행(본인 또는 타인) 계좌로 1만원 이상 이체 시 자동응모되며, 주별로 선착순 2000명씩 총 8000명에게 경품이 지급된다.

1주차(4일~10일)에는 스타벅스 e-Gift Card 5000원권, 2주차(11일~17일)에는 신세계 모바일 상품권 5000원권, 3주차(18일~24일)에는 GS편의점 모바일상품권 5000원권, 4주차(25일~31

일)에는 문화상품권 5000원권 등 경품이 제공된다.

이벤트 당첨자에 대한 경품 지급은 각 주차 기간 종료 후 다음 월요일에 지급될 예정이다.

당첨자는 광주은행 홈페이지(www.kjbank.com)에서 오는 16일부터 주별로 확인할 수 있다.

박순정 광주은행 디지털마케팅팀장은 "광주은행 앱 하나만으로 전 은행거래를 이용할 수 있는 광주은행 오픈뱅킹 서비스에 고객님들의 많은 관심 부탁드립니다"며 "앞으로 고객 편의를 위한 금융생활을 위해 혁신적인 금융서비스 개발에 최선을 다하겠다"고 말했다.

최재호 기자 lion@kwangju.co.kr



3일 농업 전남본부(본부장 김석기·가운데)에서 열린 '풍광수도 연 매출 100억원 달성' 기념행사에서 참여농협 조합장들이 내년 200억 매출 달성을 다짐하고 있다. (전남농협 제공)

전남농협 '풍광수도' 연 매출 100억원 첫 돌파

전남쌀 공동브랜드 '풍광수도'가 연간 매출액 100억원을 처음 돌파했다.

3일 농업 전남지역본부(본부장 김석기)는 지역본부 회의실에서 '풍광수도 연 매출 100억원 달성' 기념행사를 가졌다.

행사에는 김석기 본부장, 김영신 전남도 농식품유통과장, 양용호 광주전남 RPC협의회장(금성농협 조합장)과 참여농협 조합장 11명 등 30여명이 참석했다.

지난 2016년 전면적인 변화를 준 풍광수도는 2017년부터 11개 RPC(미국종합처리장)가 공동으로 참여해 수도권 판매장과 온라인을 중심으로 판매를 추진했다. 2017년 6억원, 2018년 41억원의 매출액을 달성했고, 올해 10월 초 100억원을 넘긴 뒤 12월 초 매출 114억원을 기록하고 있다. 내년에는 200억 매출 목표를 세웠다. 기념행사와 함께 진행된 정기 총회에서

순천농협이 신규 가입하며 내년부터 12개 농협이 풍광수도 생산·유통에 참여한다.

김 본부장은 "전국의 소비자 시장을 개척한 끝에 모두의 노력으로 마침내 100억 돌파라는 금자탑을 세웠다"며 "엄격한 품질관리를 더 믿을 수 있는 풍광수도 쌀이 될 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

안전문화대상 우수사례공모전 해양에너지, 우수기업 선정

㈜해양에너지(대표 김형순·사진)는 최근 행정안전부에서 개최한 '2019 안전문화대상 우수사례 공모전'에서 우수기업으로 선정돼 행정안전부 장관상을 수상했다고 3일 밝혔다.

(주)해양에너지는 이를 통해 그동안 추진 해왔던 고객과 관계기관, 회사가 참여하는 '범 회사적 안전공동체' 구축에 탄력을 받게 됐다.

해양에너지는 '빅데이터 기반 고객 접점 맞춤형 홍보 인프라 구축을 통한 선제적 안전문화 기반 조성'이라는 우수사례를 통해 시민과 함께하는 안전문화 우수기업으로 인정받았다.

김형순 해양에너지 사장은 "전국 도시가스가 가운데는 유일하게 수상해 회사가 중점적으로 추진 중인 안전문화 확산 활동이 대외적으로 인정받고, 가스안전문화 확산·보급의 모범이 된 도시가스사로 자리매김하게 됐다"고 밝혔다.

최재호 기자 lion@kwangju.co.kr



그린궁 宮 프라임에버 120

GREEN GOONG PRIME EVER 120

**다시 맞이하는
빛나는 아름다운 여성의
건강한 봄날을 위하여!**

그린궁프라임에버120은 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.

소비자상담실 080-234-6588