

백화점 대신 온라인...여행 대신 호캉스

(호텔·비캉스)

지역 유통가 코로나19 대처
집콕족 겨냥 판매 전략 전환
백화점, 비대면 판매 확장
온라인몰 완구·게임 매출 ↑
홀리데이인광주호텔 패키지 출시



10일 롯데백화점 광주점 의류매장 직원들이 공식 인스타그램에서 생방송을 하며 상품을 소개하고 있다. (롯데백화점 제공)

코로나19 확산을 막기 위한 자발적 '사회적 거리두기' 동참이 늘면서 지역 유통가도 온라인으로 판매 전략을 돌리고 있다.

10일 롯데백화점 광주점에 따르면 지난 달 온라인 매출은 지난해 같은 달에 비해 22% 증가했다. 이는 2월 한 달 동안 점포 전체 매출이 20% 줄어든 것과 대조된다.

롯데백화점 호남충청지역은 집에서 쇼핑까지 해결하는 '집콕족'을 겨냥해 다양한 비대면 판매를 시도하고 있다.

우선 TV홈쇼핑처럼 공식 소셜미디어(SNS)를 통해 생방송 판매를 진행하고 있다. 라이브(Live) 방송에는 해당 브랜드 담당자가 직접 출연해 추천 상품을 소개하고 고객 문의에 응대한다.

롯데아웃렛 광주월드컵점과롯데백화점 의류매장 '듀얼'이 지난 5일과 10일 진행한 인스타그램 라이브 방송에는 200여 명이 동시 접속해 호응을 얻었다.

박소현 롯데백화점 호남충청지역 영업선 담당자는 "코로나19 여파로 입점 브랜드가 많은 어려움을 겪고 있어 피해를 최소화할 수 있는 다양한 방안을 마련하고 있다"며 "입점 업체가 원하면 라이브 방송을 수시로 진행할 예정이며 고객 반응에 따라 정규 편성도 고려하고 있다"고 말했다.

광주·전남지역 롯데백화점과 아웃렛은 점포별 통합앱을 활용한 마케팅을 강화할 방침이다.

코로나19 사태로 인한 개학 연기와 휴원으로 발이 묶인 학부모들은 소셜미디어에서 '#아무놀이_챌린지'라는 이름으로 완구를 활용한 실내놀이 방법을 공유하고 있다.

SNS에 해시태그 '#아무놀이_챌린지'를 달고 직접 개발한 놀이방법을 올리는 방식이다.

온라인몰에서는 유아용 완구와 게임

기, 홈쇼핑 관련 상품 판매가 늘고 있다.

롯데마트 장난감 전문매장 '토이저러스'가 온라인몰을 통해 최근 2주(2월18일~3월2일) 동안 올린 매출은 지난해 같은 기간에 비해 336% 증가했다. 특히 닌텐도 스위치와 소니 플레이스테이션 같은 게임 관련 상품은 재고 확보가 어려울 만큼 판매가 늘고 있다고 롯데마트 측은 설명했다.

롯데닷컴에서도 같은 기간 미끄럼틀이나 트램펄린, 주방 놀이 같은 실내용 대형 완구 매출은 30%, 보드게임과 같은 놀이

완구는 27% 증가했다.

코로나19 직격탄을 맞은 숙박업계는 숙소 안에서 모든 것을 해결할 수 있는 '호캉스' 마케팅을 전면에 내세웠다.

홀리데이인 광주호텔은 다양한 부대시설과 식음료 업장을 이용하며 도심 속 휴식을 누리는 '프로미스 유어 데이' 패키지를 이달 출시했다. 이 상품에는 숙박·식사권과 사우나·운동시설·수영장·애프터눈티 세트 이용권, 스파 할인권 등이 포함됐다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표

↑ 코스피 1962.93 (+8.16)	↑ 금리(국고채 3년) 1.08 (+0.04)
↑ 코스닥 619.97 (+5.37)	↓ 환율(USD) 1193.20 (-11.00)

지역화폐 '광주 상생카드' 인기

9개월간 판매액 1396억원...市 예산 조기 소진 가능성

10% 할인혜택을 내건 지역화폐 '광주 상생카드' 인기가 뜨겁다. 올 들어 두 달 동안 광주시 지원예산이 5분의 1 이상 쓰여지면서, 예산 소진 때 추경 편성 가능성도 거론되고 있다. 10일 광주은행에 따르면 지난해 3월 20일부터 올 2월29일까지 광주상생카드 판매·이용액은 1396억원으로 집계됐다. 상생카드는 체크카드와 선불카드(기프트카드) 두 종류로 나뉜다.



올 내던 50만 원짜리 카드를 구매할 수 있다.

광주 시가 올해 상생카드 할인을 위해 지원한 예산은 총 240억 원이다. 올 1-

체크카드는 1년 동안 5만802건 발급됐으며 462억원 상당이 지역에서 쓰였다. 선불카드는 17만6934건 판매됐으며 판매액은 934억원에 달한다.

상생카드는 지난해 7월부터 할인 폭이 5%에서 10%로 확대되면서 인기가 급물살을 타고 있다.

이 카드는 백화점·대형마트 등을 제외한 지역 내 9만여 개 가맹업소에서 사용할 수 있으며, 한도 50만원 내에서 10% 할인혜택이 주어진다.

예를 들어 체크카드로 한 달에 50만 원을 쓰면 은행 통장에 5만원이 적립되는 식으로 혜택을 받을 수 있다. 선불카드(10만·20만·50만원권)는 현금 45만원

2월 두 달 동안 쓰인 예산은 전체의 22% 수준인 54억원이었다.

상생카드는 만 14세 이상 광주시민이라면 은행 창구에서 주민등록증(학생은 학생증) 등을 제시하고 발급받을 수 있다. 광주지역에서만 사용할 수 있고, 백화점, 대형마트, 기업형 슈퍼마켓, 온라인, 유흥업소, 대중교통에선 사용할 수 없다.

광주은행 관계자는 "선불카드를 발급받기 위해 은행 창구를 찾는 지역민들이 상당하다"며 "할인을 위해 주어진 예산을 다 쓰면 추경 편성 등으로 혜택을 유지하는 방법이 있다"고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

기아차, 50·60 고객에 구매 혜택

3월 판매 모닝·K3 등에 20만원 할인·건강검진권 등

기아차가 은퇴 이후에도 여가를 즐기며 사회활동에 적극 참여하는 50·60세대인 '액티브 시니어'(Active Senior)를 위한 새로운 프로모션을 선보인다.

기아자동차는 만 60세 이상 고객을 대상으로 다양한 혜택을 제공하는 '골든에이지 프로모션'을 실시한다고 10일 밝혔다.

3월 중 모닝, 레이, K3, 니로 하이브리드, 스토닉, 스포티지 차량을 출고하는 만 60세 이상 개인 및 개인사업자 고객은 '드라이브 서포터'와 '라이프 서포터' 두 가지 혜택을 받을 수 있다.

'드라이브 서포터'는 기아차의 경차 및 소형, 준중형 차량의 안전성을 홍보하기 위해 안전운전 지원금의 목적으로 차량 구매 시 20만 원을 지원해주는 특별 혜택이다.

'라이프 서포터'는 기아차의 초장기 구매 프로그램인 '제로백'을 통해 고객의 월 납입금 부담을 완화하고, 추가로 1인 종합 건강검진권까지 지원해주는

결합형 혜택이다.

제로백은 총 100개월의 할부 기간 동안 ▲4.5% 또는 4.9%의 고정 금리 적용

▲초기 50개월 간 차량가 50% 유예 ▲50개월 이후 중도 상환 수수료 완전 면제 등을 통해 고객의 월 납입금을 대폭 축소시킨 기아차만의 특별한 구매 프로그램이다.

제로백을 통해 2000만원의 신차를 구입할 경우 100개월 동안 월 평균 약 24만원만을 납입하면 된다.

'골든 에이지 프로모션' 기간 중 제로백을 이용하는 고객에겐 전국 49개 병원에서 사용할 수 있는 80만원 상당의 1인 종합 건강 검진권이 지급되며, 해당 검진권은 본인 외 직계가족 1인에게 양도도 가능하다.

'골든 에이지 프로모션'에 대한 보다 상세한 내용은 기아차 홈페이지와 전국 기아차 전시장에서 확인할 수 있다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

보해양조 '착한 임대료' 동참

목포 본사 청년점포 10곳 임대료 3개월 전액 감면

보해양조(대표이사 임지선)가 코로나19 확산으로 매출 감소에 시달리는 지역 소상공인들의 고통을 덜어주기 위해 '착한 임대료'에 동참하기로 했다.

보해양조는 10일 목포시청에서 제용범 보해양조 경영지원본부장과 김종식 목포시장 등 관계자들과 함께 목포시 착한 임대인 간담회에 참석했다고 밝혔다.

이 자리에서 보해양조는 착한 임대료 확산을 위해 목포시 대안동 보해양조 본사 건물에 입주한 10개 청년상인 점포의 임대료를 3개월 동안 전액 감면해주기로 했다.

목포 보해양조 본사 건물에는 2019년 2월부터 전남 청년들이 주축으로 조성한 청년점포가 문을 열고 운영 중이다.

지역 청년들의 장업을 지원하고자 보해양조와 목포시가 협력해 출발한 청년점포는 영상촬영 스튜디오, 핸드 메이드 소품 가게 등 총 10곳이다.

지난해 청년 창업가 선발부터 교육목포시와 함께 진행한 보해양조는 코로나19로 인해 급격한 매출감소로 어려움을 겪는 청년상인들을 위해 임대료 지원을 추진하게 됐다.

2016년 이후부터 지금까지 5년 동안 소주가격을 동결하며 지역민과 상생을 추구해온 보해양조가 착한 임대료 등을 통해 지역경제 활성화를 위한 실천을 이어가고 있다는 평이다.

임지선 보해양조 대표이사는 "코로나19가 확산하면서 보해양조도 어려움을 겪고



'착한 임대인 간담회' 이후 보해양조 제용범(왼쪽) 경영지원본부장과 김종식(오른쪽) 총무팀장이 김종식 목포시장과 기념촬영을 하고 있다. (보해양조 제공)

있지만 지역 대표기업으로서 지역민의 고통을 분담하고자 임대료를 받지 않기로 했다"며 "소주가격 동결과 착한 임대료 등 실

질적으로 지역민의 삶에 도움이 되는 방안을 꾸준히 고민하겠다"고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

아직도 묘지를 선호하십니까?

자연장의 장점

- 매장이나 봉안에 비해 비용이 매우 저렴합니다.
- 관리가 편하며 반영구적입니다.
- 생활공간과 가깝습니다.
- 국토를 효율적 활용 자연을 보존할 수 있습니다.

전국 3대 명당으로 꼽히는 보성을 아십니까?
그 곳에 수목장이 새롭게 오픈했습니다.
이장부터 안치까지 최선을 다하겠습니다.

잊혀지지 마세요.
잊지마세요.
자연에서 기억하세요.
사람은 원래 자연입니다.

보성수목장

보성군 노동면 소재

수목장 * 자연장

자연과 인간이 함께하는 새로운 장묘문화입니다

화장한 후 잔디나 화초, 나무 밑에 유골을 묻어
고인을 자연으로 되돌아가게 하는 아름다운 장묘문화입니다.

061)322-6183