

광주 구도심 개발에 20대 고객 늘었다

롯데백화점 광주점 20대 21% ↑ ...식품관 개편 이후 신규 고객 26% ↑
1~2층 고급화 추진...1층 해외 명품관·3층은 여성 특화 쇼핑공간 구성

광주 구도심 재개발이 계속되면서 핵심 상권에 대한 20대 고객 유입이 늘어난 것으로 나타났다.

23일 롯데백화점 광주점에 따르면 올해 1~3월 이 점포 식품매장의 10~20대 구매고객은 1년 전보다 21% 증가했다.

같은 기간 식품을 구매한 신규 고객 수도 전년도보다 26% 증가했다. 젊은 층 발길이 이어지면서 올해 들어 점포 전체 신규 고객은 6% 늘어났다.

이달(1~21일) 들어 광주점 매출은 1년 전보다 79.1% 급증했다. 올 3월 매출을 지난 2019년 같은 기간과 비교해보면 5.5% 올랐다. 올 봄 소비가 코로나19 타격을 입기 전보다 증가했다는 뜻이다.

지난 1월 롯데백화점 광주점은 지하 1층에 프리미엄 식품관인 '푸드에비뉴'를 새로 열었다. 광주점은 11년 만의 전면 새단장을 단행하며 70억원에 달하는 예산을 투입했다.

식품관은 백화점 업계 최초로 도입한 '전남도 로컬푸드 전문관'과 지역 맛집 등으로 채워졌다.

신선한 남도의 식재료를 활용한 간편 조리식 매장인 '광주키친'과 '제주당', '아필코', '한끼' 등이 젊은 층으로부터 호응을 얻고 있다.

롯데백화점 광주점은 올해 개점 23주년을 맞아 신규 고객을 확보하기 위한 매장 개편을 지속할 방

침이다.

올해 해외 명품 브랜드 2~4개를 보강하며 1층과 2층 고급화를 추진한다는 내용이다. 올 하반기부터는 해외 명품을 비롯해 젊은 고객을 겨냥한 의류, 스포츠, 골프 상품군이 추가된다.

이달 초에는 1~3층 상품군을 조정해 새로 문을 열었다. 1층 보석(주얼리) 매장은 2층으로 옮겼고, 2층 구두 매장은 3층으로 이동했다. 점포의 '얼

굴'이 되는 1층은 해외 명품 전문관으로 탈바꿈하고, 2층 역시 고급화를 추진한다. 3층은 여성 특화 쇼핑공간으로 구성할 계획이다.

앞서 지난 달에는 점포 2층에 프랑스 패션 브랜드 '켄조' 매장을 신규 입점시켰다. 20~30대로부터 인기가 많은 '켄조'는 의류, 가방, 신발 등 다양한 상품을 선보이고 있다.

롯데백화점 광주점은 지난해 10월 스페인 패션 브랜드 '발렌시아가'를 비롯해 '골든구스', '로레나 안토니아지' 등 해외명품 브랜드를 지난 한 해 기존 대비 약 35% 확대, 총 5개를 보강했다.

이처럼 롯데백화점 광주점이 공격적인 영업 전

락을 펼치는 데는 주변 상권 호재가 한 몫하고 있다.

광주점이 있는 동구는 광주 5개 자치구 가운데 유일하게 2년 연속 인구가 순유입되고 있다. 지난해에는 재개발과 재건축 완료로 대규모 아파트 단지가 조성되며 4595명이 동구에 동지를 틀었다.

나연 롯데백화점 광주점장은 "이제 백화점은 단순히 물건을 파는 공간보다 새로움과 즐거움을 체험하는 공간으로 변화하고 있다"며 "고객의 라이프 스타일을 반영한 매장 개편을 통해 지역민들의 사랑에 보답하겠다"고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



1층 보석(주얼리) 매장을 옮겨 개편을 단행한 롯데백화점 광주점 2층.

〈롯데백화점 광주점 제공〉



광주시 동구 대인동 롯데백화점 광주점 전경.



영화 인기로 제철 '미나리' 잘나가네 롯데마트 광주수완점 직원이 미나리 상품 가운데 유일하게 특허청 '지리적 표시 등록'을 획득한 '산지특심 청도 한재 미나리'를 선보이고 있다. 봄 제철(1~3월) 나물 미나리는 최근 이카데미 시상식 6개 부문 후보에 오른 영화 '미나리'의 인기가 더해져 많은 소비자들 찾고 있다. 광주에서는 이달 하순 전년보다 26% 정도 오른 100g 당 630원에 팔리고 있다. 미나리는 몸 속 열을 내리고 변비 예방과 염증을 가라앉히는 데 효능이 있는 것으로 알려졌다.

〈롯데쇼핑 제공〉

“등교·봄맞이 수요 급증”

이마트, 주방용품 할인전

‘집밥’ 증가와 개학 시기가 맞물리면서 이달 들어 주방용품 매출이 크게 증가한 것으로 나타났다.

24일 이마트에 따르면 이달 1~18일 이마트의 주방용품 매출은 1년 전보다 20% 증가한 것으로 나타났다.

이마트 측은 코로나19 사태 장기화로 집밥 문화가 자리잡으며 식기나 조리용품에 대한 교체 수요가 늘어났기 때문인 것으로 풀이했다.

같은 기간 식기, 쟁반, 컵 등이 포함된 식탁용품 매출은 23.2%, 냄비, 후라이팬 등 조리용품 매출은 12.3% 증가했다.

새하기가 시작되면서 캐릭터 식기류 매출은 93.4%나 증가했다. 개인 위생을 강화하는 추세에 따라 휴대용을 포함한 수저 매출은 53% 늘었다. 공용 수저기 사용을 제한하면서 물병 매출은 82.7% 급증했다.

이마트는 봄을 맞아 식기나 조리용품을 교체하려는 수요를 고려해 오는 31일까지 주방용품 할인 행사를 진행한다.

테팔, 해피콜, 조셉조셉 등 인기 브랜드 조리용품을 20~30% 할인 판매하고 코렐 식기 단품은 신세계포인트 회원을 인증하면 30% 할인해준다. 루미나 식기과 코믹스 보관용기 10종도 각각 30%, 50% 할인한다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

호텔도 ‘탈 플라스틱’...홀리데이 인 광주 ‘고고챌린지’ 동참

호텔업계도 탈(脫) 플라스틱 운동에 동참하고 있다.

홀리데이 인 광주호텔은 플라스틱 제품 사용을 줄여 환경보호 실천을 독려하는 운동 ‘고고챌린지’에 동참한다고 24일 밝혔다.

고고챌린지는 환경부가 주관하는 생활 속 탈(脫) 플라스틱 실천 운동이다. 플라스틱 사용을 줄이기 위해 하지 말아야 할 가지 행동과 할 수 있는 한 가지 행동을 약속하는 소셜미디어(SNS) 캠페인이다.

호텔 라운지를 이용할 때 머그컵과 텀블러를 가지고 오면 음료를 10% 할인 받을 수 있다. 모든 식음료 업장의 비닐봉지와 빨대를 종이 소재로 바꿨다. 임직원들은 플라스틱 사용을 줄이고

다회용품 사용을 실천하기로 했다.

홀리데이 인 광주호텔은 ‘홀리데이 인 익스프레스 서울 흥대’의 지명을 받아 이번 운동에 동참했다. 다음 참여자로는 ‘홀리데이 인 인천 송도’와 ‘홀리데이 인 익스프레스 수원 인계’ 등을 지목했다.

양문선 홀리데이 인 광주호텔 총지배인은 “탄소 배출 절감, 어스 아워(Earth Hour) 참여, 그린 카드 비치, 일회용품 제공 등 다양한 환경 보호 활동을 이어가고 있다”며 “이번 캠페인을 계기로 호텔 임직원 및 이용객, 나아가 호텔업계에 도 일회용품·플라스틱 줄이기가 크게 확산되기를 바란다”고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

고급 운동화 매장 ‘스니커바’ 롯데아울렛 수완점에 오픈

도심형 롯데아울렛 가운데 매출 선두를 다투는 광주수완점에 고급 운동화 매장인 ‘스니커바’가 지난 주말 문을 열었다.

롯데아울렛 광주수완점은 프리미엄 스니커즈 전문 편집샵인 ‘스니커바’가 전곡 아울렛 가운데 처음 입점했다고 24일 밝혔다.

해외 유명 브랜드 운동화를 만날 수 있는 이 특화매장은 주로 롯데백화점에 입점해 왔다.

이 매장은 구찌, 알렌산더맥킨, 골든구스, 발렌티노, 지방시 등 40여 개 브랜드의 300여 종 신발을 선보인다.

롯데아울렛 수완점은 입점을 기념해 오는 28일까지 8개 브랜드 운동화를 한정 판매한다. ‘골든구스 슈퍼스타’ ‘구찌 GG 수프림 벨 스니커즈’ ‘알렌산더맥킨 오버사이즈’ ‘버버리 하우스 체크 스니커즈’ 등이 해당한다. /백희준 기자 bhj@

한반도를 지켜낸 열일곱 소년의 힘찬 ‘깃발’

“만약 선조임금이 의주에서 압록강을 건넜다면 조선이란 나라는 사라지고 없을 것이다.”

이계홍 역사소설 깃발①~⑤

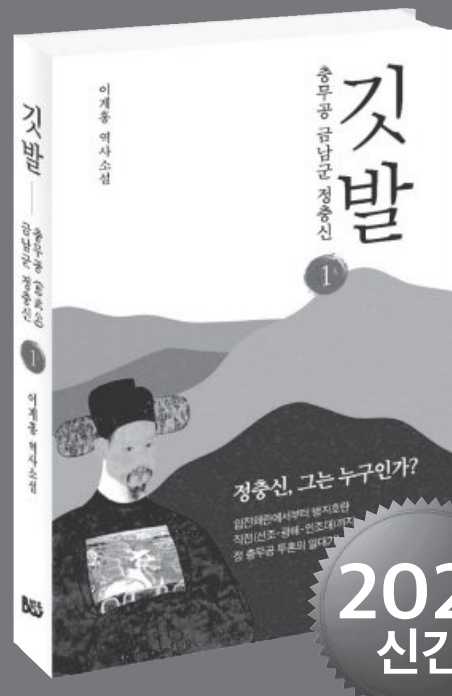
바다에는 李충무공, 육지에는 鄭충무공이 있었다!

충무공 금남군 정충신 — 그는 임진왜란에서부터 병자호란 직전까지 오직 군인 외길을 걸은 인물로 그 일생은 드라마틱 파노라마 그 자체이다.

이괄의 난을 평정한 공훈으로 ‘금남군(錦南君)’에 봉군됐으며, 광주광역시 금남로는 정충신의 업적을 기려 시호인 금남군에서 유래되었다.

60년 생애 덕장으로 명성을 떨친 충무공 정충신 후손의 일대기!

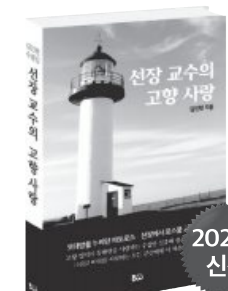
* 신국판 / 310~348쪽 / 각권 값 13,000원



2021 신간



외항선 선장 출신, 고려대 로스쿨 교수의 바다 이야기



선장 교수의 고향 사랑

(바다와 나)와 연결시킬 수 있는 바다관련 생활 예제 13편 등 모두 48편을 실었다. 김인현 지음 | 신국판 | 340쪽 | 값 15,000원

제국주의 일본은 한반도에서 무슨 악행을 저질렀는가!



알수록 이상한 나라 일본

왜 일본 정권은 침략주의 과거사를 미화美化하는가 왜 역사 객관성을 추구하는 학자들을 국적으로 모는가! “역사를 모르는 민족에게 미래는 없다.” 정일성 지음 | 신국판 | 332쪽 | 값 15,000원

문화관광부 우수교양도서 선정·제5쇄 발매중



한 출판인의 자화상

지난 반세기 동안 출판의 외길을 걸은 저자의 자화상이며, 제목 그대로 저자가 살아온 삶 자체이다. 윤형두 지음 | 신국판 | 528쪽 | 값 15,000원

정유재란 7주년을 맞아 펴낸 한중일 공동연구서



정유재란사 - 한중일 공동연구

7년전쟁의 종전 7주년이 되는 2018년 11월의 노랑해전에 맞춰 펴낸 책. 정유재란을 ‘잊혀진 전쟁’으로 방기해서는 안 된다. 조원래 외 지음 | 4x6배판 양장 | 688쪽 | 값 70,000원