

광주신세계 역대 최대 영업이익...2분기 백화점 성적 좋았다

소비심리 회복 명품·골프 매출 견인 영업이익 147억...전년비 13% 증가 1~7월 신세계 15%, 롯데 10% ↑

올해 2분기 소비심리가 회복되면서 광주 백화점 업계가 전년보다 좋은 실적을 거둔 것으로 나타났다. 하지만 다른 지역의 회복세에 비해서는 다소 더뎠다.

광주신세계는 올 2분기 영업이익이 147억100만원으로, 지난해 같은 분기(130억5900만원) 보

다 12.6%(16억4200만원) 증가했다고 최근 공시했다.

2분기 기준으로 광주신세계 영업이익은 1995년 개점 이래 사상 최대를 기록했다.

이년 광주신세계 영업이익은 지난 2010년 2분기(130억1200만원)에 비해서는 13.0%(16억8900만원) 증가했다. 최근 3년 동안 광주신세계 2분기 기준 영업이익은 112억1600만원(2019년)→130억5900만원(2020년)→147억100만원(올해) 등으로 2년 연속 증가 추세다.

통계청이 광주 백화점 3곳의 판매액을 조사해보니 올 2분기 매출은 2441억8500만원으로, 지난해 같은 기간보다 8.1%(182억6200만원) 증가했다.

광주 백화점들의 올해 2분기 매출은 조사를 벌인 지난 2015년 이후 같은 분기 기준으로 역대 최고다.

단 다른 사·도에 비해서는 성적이 다소 부진했다.

전국 백화점 매출은 21.5% 증가했으며, 서울(26.9%), 부산(21.2%), 경기(18.7%), 대전(11.0%) 순으로 증가율이 높았다. '한 자릿수' 증가율을 보인 지역은 울산(6.3%), 광주(8.1%), 경남(8.3%) 등 3곳 뿐이었다.

올 들어 1~7월을 기준으로 보면 지역 주요 백화점인 광주신세계와 롯데백화점 광주점 매출은 지난해 같은 기간 보다 각각 15%, 10% 이상 증가했

다. 매출 직격탄을 맞았던 지난해에 대한 기저효과 영향도 있지만 해외명품 매출은 코로나19 사태와 상관없이 고공행진을 이어갔다.

같은 기간 광주신세계 명품 매출은 전년보다 28% 증가했고, 롯데백화점 광주점도 30% 이상 늘었다.

광주신세계의 경우 골프 상품 매출이 40% 늘며 해외명품과 함께 전체 점포 매출을 끌어올렸다. 남성(11%), 스포츠(10%), 아웃도어(9%) 부문도 매출이 전년보다 늘었다. 롯데백화점은 같은 기간 해외명품에 이어 가전·가구 매출이 지난해보다 20% 이상 증가했다.

올 2분기 광주에 있는 이마트·롯데마트·홈플러스 등 11개 대형마트 매출은 1900억8800만원으로, 전년보다 4.2%(76억8200만원) 증가했다. 전국 평균 증가율은 5.1%였고, 세종(13.6%), 제주(10.4%), 경기(7.2%), 대구(6.3%), 부산(6.2%), 경남(4.4%), 광주(4.2%), 대전(2.2%), 서울(1.5%) 순으로 높았다. 지난해보다 대형마트 매출이 줄어든 곳은 울산(-2.6%) 뿐이었다.

하지만 올 3분기(7~9월)에는 코로나19 4차 대유행이 본격화되면서 유통업계 성장세가 다소 둔화할 수 있다는 전망도 나온다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



소파로 집안 가득 가을 분위기 (광주신세계를 찾은 고객들이 8층 생활전문관에 이달 입점한 소파 전문 브랜드 '에사' 매장에서 가을 분위기에 맞는 가구를 살펴보고 있다. 이 브랜드는 모든 제품을 최대 10% 할인하고 사은품을 증정하는 입점 기념 행사를 벌이고 있다. <광주신세계 제공>

이마트 자체 브랜드 '피코크' 히트 상품 키운다

양념치킨·치즈떡볶이 40% 할인

이마트는 자체 브랜드 '피코크'의 히트상품을 키우는 '하이로 육성 전략' 프로젝트를 시작한다.

이마트는 맛과 화제성, 고객 평가 등을 고려해 피코크 바이어들이 선정한 '피코크 하이로 아이템'을 주기적으로 선정하고 적극적인 홍보를 통해 히트상품으로 키운다는 전략을 내놨다.

첫 상품으로 '피코크 원주진미양념치킨'과 '피코크 BT21 매운치즈떡볶이'를 선정해 12일부터

3주간 행사 카드로 결제하면 40% 할인가에 판매한다.

피코크 매장 내 주요 행사장에 해당 상품을 대량으로 진열하고 점포 내 각종 고지물을 통해 홍보에 나선다.

18일 이마트에 따르면 피코크 매출 상위 5개 제품이 전체 피코크 매출에서 차지하는 비중이 2019년 3.5%에서 지난해에는 6.2%, 올해 1~7월에는 6.9%로 증가하는 등 히트상품의 중요성이 커지고 있다고 설명했다.

피코크 상품 매출은 상승세를 기록하고 있다. 이

마트가 올 1월 피코크 매장을 재단장(리뉴얼)한 6개 점포의 실적을 분석한 결과, 1월부터 7월까지 피코크 매출이 전년 동기 대비 57.2% 증가해 이마트 전점 피코크 매출성장률 41.2%를 크게 웃도는 것으로 나타났다.

이마트는 올해 1월부터 점포 내 피코크 매장도 재단장하고 있다. 올해 상반기 37개 점포의 피코크 매장을 재단장한 데 이어 연내 총 100여 개 점포 매장을 새로 꾸밀 계획이다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

코로나 면역력 지키자...여름철 건강기능식품 매출 급증

광주지역 이마트 43% 증가

코로나19로부터 면역력을 지키기 위한 지역 소비자층이 늘면서 여름철 건강기능식품 매출이 크게 늘었다고 나타났다.

18일 광주 3개 이마트에 따르면 이들 점포의 지난 6월1일부터 이달 17일까지 건강기능식품 매출은 지난해 같은 기간보다 43% 증가했다.

광주지역 이마트에서 건강기능식품 매출 1위는 유산균이 차지했다. 이어 2위 루테인, 3위 오메가 순이었다.

유산균은 해로운 세균을 물리치고 소화를 돕는다. 오메가는 심혈관 질병 예방에 도움이 되고, 루

테인은 눈 건강에 좋은 것으로 알려졌다.

이 기간 동안 건강기능식품 매출 가운데 이마트가 자체적으로 내놓은 '바이오퍼블릭' 상품 매출이 23% 비중을 차지했다.

'바이오퍼블릭' 제품은 최근 마시는 워터젤리 형태로도 출시됐다. 추석 명절을 앞두고는 국산 6년 근 홍삼세트 형태로, 2만개 한정 판매한다. 오는 9월21일까지 행사 카드로 구매하면 35% 저렴하게 살 수 있다. 이외 멀티비타민, 루테인, 프로바이오틱스 등 바이오퍼블릭 건강기능식품을 3만원 이상 구매 고객에게는 선물용 대화용 가방을 전점 5000개 한정으로 증정한다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

제철 과일 무화과·복숭아 '고객 유혹'

롯데백화점 광주점 판매

유통가가 제철을 맞은 여름과일로 매대를 화려하게 꾸몄다.

롯데백화점 광주점은 지하 1층 식품·청과매장에서 제철 맛은 영암산 무화과를 판매하고 있다고 18일 밝혔다. 무화과는 클레오파트라도 즐겨 먹은 '미인의 과일'로 알려졌다.

8월부터 11월까지가 제철로, 식감이 부드럽고 당도가 높아 남녀노소 모두에 인기가 높다.

롯데백화점은 영암에서 재배된 무화과 1상자(1.2kg·12~17개)를 1만4500원에 선보인다.

'집밥 문화'가 자리잡으면서 편의점 업계도 과일 판촉에 공을 들이고 있다.

이마트24는 '이달의 과일'을 운영하며 바나나와 사과 등 과일을 매장에서 상시 판매하고 있다.

이달 말까지는 영동지역에서 나온 고당도 복숭아 2종을 하나 사면 하나 더 주는 행사를 진행한다. 복숭아 4개를 5900원, 1개당 1600원 꼴로 즐길 수 있다. 이마트24는 편의점 과일 고객을 늘리기 위해 매달 성주참외, 우곡·맹동수박, 자두 등을 '이달의 과일'로 선정해 '1+1' 할인 판매를 진행할



18일 롯데백화점 광주점 직원이 지하 1층 청과 매장에서 영암에서 나온 무화과를 할인 가격에 선보이고 있다. <롯데쇼핑 제공>

방점이다. 다음달에는 고급 포도인 '샤인머스켓'을 저렴하게 선보일 계획이다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

부동산중개법인 한국토지부동산

강력추천! 투자가치 100% 확신!

매매가 : 540,000,000원

다세대빌라

(북구 운암동)

- 대 지 : 364 m²
- 건 물 : 411 m²
- 층 수 : 3층
- 세대수 : 6세대
- 평 형 : 24평형

상담 010-3733-3933