"더 많이, 더 다양하게" 유통가 판촉 경쟁

광주신세계, 다음달 13일까지 지역 특산물전·16일까지 정기세일
롯데백화점 광주점, 다음달 28일까지 상품권 설패키지 한정 판매
이마트, 내달 1~2일 한우 반값·1+1상품도…앱에서 할인권 증정

㈜광주신세계는 다음달 13일까지 지역 농수산 식품 100여 종을 만날 수 있는 '광주·전남 내고장 특산물전'을 본관 1층 행사장에서 진행한다. 〈광주신세계 제공〉

설 명절을 앞두고 광주 주요 유통매장들이 연말연시 고객들의 지갑을 열기 위한 다양한 판촉전을 마련했다.

㈜광주신세계는 다음달 13일까지 '광주·전남 내고장 특산물전'을 본관 1층 행사장에서 진행한다.

이 기획전에서는 광주신세계에 입점하지 않았던 지역 업체 13곳의 농수산 식품 100여 종을 만날 수 있다.

대표 품목으로는 여수 특산물인 천사돌산갓김치, 보성 녹차, 영광 굴비, 완도 건어물, 순천 전통장류, 곡성 사과·딸기, 구례 김부각·표고버섯, 장성 곶감·꿀 등이 있다.

광주신세계 측은 코로나19 확산 방지를 위해 행사 기간 동안 참여 업체 종사자들의 마스크·위생장갑 착용 등을 준수하게 하고 위생관리에 최선을 다하겠다고 설명했다.

내달 2일부터 16일까지는 150여 브랜드와 함께 새해 정기세일을 진행한다. '새해 새 희망'이라는 주제로 열리는 새해 첫 정기세일에서는 최대 60%에 달하는 할인율로 구매할 수 있다.

오는 2~6일에는 1층 행사장에서 씨씨콜렉트, 쥬크, 듀엘 등이 참여하는 '겨울 의류 상품전'이 진행된다. 10~16일에는 쉬즈미스, 모조에스핀 등의 '인기상품 특집전'이 열린다. '신학기 가방 기획전·방한신발 행사'(2~9일·지하 1층 스페셜스테이지)와 브룩스·오일릴리·챔피언 등이 참여하는 생방송 판매(라이브 방송)도 마련된다.

2일부터 16일까지는 신세계백화점 모바일 앱을 통해 경품에 응모할 수 있다.

세일 기간 동안 제휴 카드로 의류 단일 브랜드에서 30만원 이상 구매하면 사은행사 참여권을 주고, 전문식당가와 푸드플라자에서 1만원 이상 쓰면 5000원 할인권을 추첨을 통해 증정한다. 모바일 앱을 통해 하루 한 번 출석을 인증한 고객 5명에게는 조선호텔 숙박권이 주어진다.

이동훈 광주신세계 대표는 "광주·전남 내고장 특산물전을 통해 점포에 입점되지 않은 지역 제품들의 소득 증대에 직접적 도움을 줄 수 있어 기쁘게 생각한다"며 "안전한 쇼핑 환경 조성에 만전을 기해 신년 정기세일도 진행하겠다"고 말했다.

롯데백화점 광주점은 설 명절을 앞두고 내달 28일까지 10층 상품권 판매장에서 '롯데상품권 설패키지'를 한정적으로 내놓는다.

상품권 꾸러미는 각 300만원, 500만원, 1000만원, 1억원 단위로 마련됐다. 결제 방식에 따라 구매금액의 0.5%~3.5%에 해당하는 상품권을 추가로 받을 수 있다. 또 신규 법인이나 개인사업자를 대상으로 롯데상품권 300만원 이상 구매 때 마일리지 적립 외에 상품권을 2만원에 추가 증정하는 '비즈 마일리지 신규 가입 프로모션'도 진행한다.

설 선물 사전 예약 판매를 벌이고 있는 **이마트**는 새해 첫날부터 이틀 동안 한우를 반값에 선보이는 '데이1'을 진행한다.

이번 행사에는 이마트와 SSG닷컴, G마켓, 옥션, W컨셉 등 신세계그룹이 모두 참여한다.

이마트는 브랜드 한우 최대 50% 할인을 포함 다양한 상품을 파격적인 가격에 판매하며, 각 일자별 단 하루 하나를 사면 하나 더 주는 '1+1 상품'도 준비했다.

오는 2일까지 닷새 동안 이마트 모바일 앱에서 원반 돌리기 게임을 하면 포인트(이머니)를 주는 행사도 연다. 1인당 1회 참여할 수 있으며 최소 220점부터 최대 2만2000점까지 받을 수 있다. 1~2일 5만원 이상 구매하면 할인권 5000원권, 10만원 이상 구매 때는 1만원권을 이마트 앱을 통해 증정하기도 한다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

겨울딸기 인기

이마트, 29.5%로 과일 매출 1위
담양 딸기 매출 전년비 66% ↑

겨울 딸기 인기가 여전하다.

29일 광주지역 3개 이마트에 따르면 이들 매장의 11월1일~12월26일 딸기 매출은 지난해 같은 기간보다 28.6% 증가했다.

이달 국산 과일 매출 비중을 보면 딸기는 전체의 29.5%를 차지하며 1위를 달리고 있다.

감귤(19.2%)과 사과(13.4%)를 크게 웃도는 비중이다.

연말인 12월 중 딸기가 차지하는 매출 비중은 2019년 27.3%, 2020년 28.9%, 올해 29.5% 등으로 꾸준히 늘고 있다.

예전에는 3~4월이 딸기 제철로 알려졌지만 최근에는 품종 개발이 활발해지면서 11월부터도 딸기를 맛볼 수 있게 됐다.

이마트는 금실, 죽향, 비타베리, 메리퀸, 장희, 킹스베리, 만년설 등 다양한 품종 딸기를 선보이고 있다.

특히 '프리미엄'으로 꼽히는 담양 딸기는 육질이 단단하고 과실의 품질 평가 지표로 활용되는 당산비(당도÷산도)가 적정한 것으로 알려졌다.

광주 이마트 점포들의 담양 딸기 매출은 전년보다 66% 증가했다.

이마트는 담양 딸기(750g·1만9900원), 무농약 한단딸기(500g·1만3800원) 등을 선보이고 있다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

공연장 못가니 '방구석 1열' '하이앤드 오디오' 전성시대

넷플릭스 등 인기에 매출 42%↑

거리두기 강화로 집에서 공연을 즐기는 '방구석 1열' 문화가 자리잡으면서 관련 가전이 호황이다.

29일 롯데백화점 광주점에 따르면 이 점포의 1~11월 '하이엔드 오디오' 매출은 지난해 같은 기간에 비해 42.5% 급증했다.

해외 여행이나 공연장 문화를 즐기지 못하는 고객들이 고가의 음향 가전을 구비하면서 '보복 소비'를 하는 셈이다. '넷플릭스' 등 온라인 동영상 서비스(OTT)로 영화와 드라마를 즐기는 고객 사이에서도 고가 음향 가전이 인기를 끌고 있다.

지난해 고가 오디오 매출이 전년보다 14.3% 증가한 것에 비하면 폭발적인 성장세라고 롯데 측은 설명했다. 이 같은 수요에 맞춰 롯데백화점 광주점 9층 음향 가전 매장은 다양한 '하이앤드 오디오' 브랜드 제품을 선보이고 있다.

박병익 롯데백화점 광주점 영업기획팀장은 "집콕 생활로 인해 실내 장식 효과와 더불어 고음질을 제공하는 하이앤드 오디오가 인기를 끌고 있다"며 "고객이 원하는 다양한 하이앤드 오디오 제품을 선제적으로 확대할 예정"이라고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

29일 롯데백화점 광주점 직원이 9층 가전 매장에서 이른바 '하이앤드 오디오'라 불리는 고급 음향 가전을 선보이고 있다. 〈롯데쇼핑 제공〉

aT 화훼류 온라인 이미지 경매 최초 도입

한국농수산식품유통공사(aT)가 이달부터 화훼류 온라인 이미지 경매를 최초 시도한다고 29일 밝혔다.

이번 판로 확대는 서울 양재동 화훼공판장의 개장 30주년을 맞아 추진됐다.

공사 화훼사업센터는 지난해 12월 '화훼류 온라인 정가·수의매매 시스템'을 도입하기도 했다. 이후 온라인 시스템을 활용한 거래실적이 연간 목표 40억원을 조기 달성했다. 이달 셋째 주 기준 매출은 61억원이다.

이달부터는 정가·수의매매 방식을 온라인으로 확장한 '온라인 이미지 경매'를 도입했다. 이미지 경매는 출하농가에서 직접 촬영한 사진을 통해 물건의 품위를 확인하고 중도매인이 가격을 경쟁 매매하는 방식이다. 유럽의 네덜란드와 프랑스, 일본 등이 적용하고 있는 첨단 경매방식이다.

공사 측은 판로 다양화를 통해 화훼농가는 출하 물량을 안정적으로 판매할 수 있고, 중도매인은 우수한 물량을 사전에 확보할 수 있어 물류 안정성과 효율성 증가가 기대된다고 설명했다.

이은석 화훼사업센터장은 "역대 최대 경매실적 달성에는 화훼류 경매의 성공적인 디지털 전환, 철저한 방역관리로 멈춤 없는 경매, 생활 속 꽃 소비 문화 확산 노력이 있었다"며 "화상경매 체제 전환 등으로 디지털 화훼선진국의 기틀을 다지겠다"고 말했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

홈플러스, 광주·전라 13곳 직원식당 지역 급식업체에 위탁

홈플러스는 광주·전라권 13개 점포 직원식당을 지역 기반 급식업체가 운영하도록 신규 선정했다고 29일 밝혔다.

광주·전라권 13개 점포는 광양에 본사를 둔 정진홈푸드가 내년 1월부터 점포 직원 식당을 운영한다.

이외 대전·충청권 점포 10곳은 대전에 본사가 있는 업체가 맡는다.

이번 직원식당 개선작업은 홈플러스의 직원 대의기구인 '한마음협의회'가 최초 제안했다. 지난해 진행된 직원식당 만족도 조사에서 직원들은 지역별 특색을 지닌 음식이 부족하다는 의견을 냈다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr