

‘엔데믹’ 기대감...유통가 “MZ골프족 잡아라”

롯데백화점 광주점, 2월 아웃도어 고객 10% 이상 증가 광주신세계 27일까지 ‘골프웨어’ 행사...최대 30% 할인

주말 직전부터 날이 풀릴 것으로 예보되면서 벌써부터 상춘객들의 지갑을 열기 위한 유통가들의 판촉전이 진행 중이다. 감염병의 주기적 유행, 즉 ‘엔데믹’ (Endemic)에 대한 기대감으로 아웃도어와 골프 의류·상품들이 인기다.

23일 롯데백화점 광주점에 따르면 이달 들어 이점포 아웃도어 매장을 방문하는 고객 수가 전년에 비해 10% 이상 늘었다.

롯데백화점은 “코로나19 확산으로 그동안 외부 활동을 피해왔지만 ‘엔데믹’ 조짐이 보이면서 다시 밖으로 나가려는 고객이 늘고 있기 때문”으로 풀이했다.

이 같은 수요에 맞춰 롯데백화점은 23일부터 오는 27일까지 9층 행사장에서 ‘봄맞이 아웃도어 특가 상품전’을 진행한다.

코오롱스포츠, 디스커버리, 컬럼비아, 블랙야크, 밀레 등 다양한 브랜드의 이월·기획상품을 30~50% 할인 가격에 할 수 있다.

바람막이 점퍼와 등산 바지, 플리스 재킷, 맨투맨 티셔츠, 등산화 등 상품 종류도 다양하다.

서정민 롯데백화점 광주점 라이프스타일팀장은 “봄을 앞두고 다양한 아웃도어 특가 상품들을 준비했다”며 “올 봄에도 고객들 모두 안전하고 즐거운 야외 활동을 하길 바란다”고 말했다.

㈜광주신세계는 27일까지 본관 1층 행사장에서 ‘봄맞이 골프웨어 특집’ 행사를 연다.

행사 기간 동안 보그너, 닥스, 와이드앵글, 빈폴, 스피드 등 브랜드의 이월상품을 20~30% 할인 가

격에 선보인다.

광주신세계의 올해 들어 골프용품·의류 매출(1월1일~2월22일)은 지난해 같은 기간 보다 56% 급증했다.

대형마트도 대중 스포츠로 자리잡은 골프 소비 선점에 나섰다.

이마트 봉선점은 지난해 11월 스포츠 매장에 골프 전문 매장을 들였고, 이마트 광주점도 골프 전문점을 운영하고 있다.

이달 현재 골프 전문 매장이 있는 이마트 점포는 전국 42개에 달한다.

지난해 이마트 골프용품 매출은 전년보다 45.1% 증가했다. 이 가운데 젊은 MZ 세대 사이의 골프 인기가 상당하다.

최근 6개월 동안(2021년 8월~2022년 1월) 2030 고객의 이마트 골프용품 구매는 전년 같은 기간보다 62.1% 급증했다.

방문 고객 수는 10% 증가했다.

골프 전문 매장을 지닌 이마트 점포들은 24일부터 오는 3월13일까지 연중 최대 할인전인 ‘봄맞이 골프대전’을 연다.

행사 카드로 골프용품을 사면 구매 금액에 따라 신세계상품권을 증정한다. 소모품 중 하나인 골프장갑과 골프공을 더 할 수록 할인율을 높여준다.

이마트 대표 구단인 ‘SSG 랜더스’를 활용한 골프채 증정 행사도 선착순 1000명을 대상으로 진행한다.

이 같은 할인 행사는 온라인몰인 SSG닷컴에서도 진행한다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



23일 (주)광주신세계 직원들이 6층 골프 전문 매장에서 MZ 세대 취향을 겨냥한 다양한 골프 의류·용품들을 선보이고 있다. <광주신세계 제공>

이마트 고령층 겨냥 ‘시니어 위크’ 연다

매월 마지막 주 최대 50% 할인

이마트가 고령화 사회에 맞춘 ‘시니어’ 대상 정기 할인 행사를 도입한다.

이마트는 매달 마지막 주 일주일 동안 고령자 용품을 최대 50% 할인 판매하는 ‘시니어 위크’를 진행한다고 23일 밝혔다.

첫 행사는 24일부터 3월2일까지 일주일 동안 열린다.

성인용 패드와 기저귀류, 속옷 등 위생용품과 물티슈, 염도제, 마시는 프로틴 음료 등도 내놓는다.

행사 기간 동안 요실금 패드와 기저귀류, 속옷 전 품목을 2개 이상 사면 50% 할인 받을 수 있다.

간병·요양인에게 유용한 물없이 쓰는 샴푸와 액체 비누, 구강용 물티슈도 2개 사면 반값에 구매 가능하다.

이마트의 지난해 아동 기저귀 매출은 전년보다 10% 감소한 반면, 시니어 위생용품 매출은 22.4% 증가했다.

유한킴벌리와 시장조사기관 유로모니터에 따르면 지난 2018년 약 651억원 수준이었던 국내 시니어 위생용품 시장은 지난 2021년 약 836억원 수준까지 증가한 것으로 추정된다.

업계에서는 국내 시니어 위생용품 시장 규모 역시 추후 6000억원 이상까지 늘어나며 아동 기저귀 시장을 추월할 것으로 전망하고 있다.

이석규 이마트 일상용품 팀장은 “시니어 위생용품에 대한 사회적 인식 개선과 대중화에 앞장서기 위해 시니어들을 위한 정기 행사인 시니어 위크를 기획했다”며 “장기적으로 시니어 위생용품 뿐 아니라 위시, 샴푸 등 기타 간병용품 등 상품 보강을 통해 이마트가 ‘시니어 토탈 솔루션 매장’으로 발돋움할 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

효성티앤씨, 탑텐과 ‘밸런스’ 제품 선보인다

‘PID’ 참가 전시관 공동 운영

효성티앤씨는 다음달 2일부터 4일까지 대구 EXCO에서 개최되는 국내 최대 섬유 전시회 ‘PID’ (Preview in Daegu)에 참가한다고 23일 밝혔다.

효성티앤씨는 이번 전시회에서 국내 SPA 브랜드 ‘탑텐’과 협업해 전시 부스를 공동으로 꾸리고, 탑텐의 레깅스와 팬츠 등 액티브웨어인 ‘밸런스’ 제품들을 대거 선보일 예정이다.

새롭게 출시하는 탑텐의 밸런스 제품들은 효성티앤씨 크레오라 파워핏이 대거 적용됐다. 크레오라 파워핏은 내열성, 신축성 등의 기능을 강화한 차별화 스판덱스 섬유로 편안한 착용감을 제공해 주로 योग가 등 애슬레저 제품에 사용된다.

이와 함께 효성티앤씨의 에어로쿨이 적용된 탑텐 밸런스 운동복도 선보인다. 에어로쿨은 땀을 쉽게 흡수하고 빨리 마르는 흡수속건 소재의 기능성 폴리에스터 섬유이다.

한편 올해 PID는 국내외 섬유 업체 224개사가 참여할 예정이다. 효성티앤씨는 주관사인 대구섬유산업연합회와 함께 국내 유수의 패셔브랜드 및 섬유 업체 참가를 유도하는 등 섬유 업계 상생을 이끌고 있다. /박기용 기자 pboxer@



당근마켓 비즈프로필 1주년 ‘우리동네 돌잔치’

동네 가게 정보를 볼 수 있는 당근마켓 비즈프로필이 출시 1주년을 맞아 기념 행사를 진행한다.

당근마켓은 오는 28일까지 ‘당근 사장님과 함께 한 1년 우리동네 돌잔치’를 연다고 23일 밝혔다.

당근마켓 비즈프로필은 동네 가게 소식을 전하고 고객 관리를 할 수 있는 기능을 지니고 있다.

이달 기준 전국 43만개 동네 가게들이 가입했다. 누적 이용 횟수는 2억8000만건, 이용자 수는 1500만명이 넘는다.

기념 행사 기간 동안 동네 가게와 단골을 맺는 고객 200명을 선정해 간편결제 상품권 ‘제로페이’ 1만원권을 준다.

사업주들을 대상으로는 댓글 행사를 열어 홍보물 ‘사장님 키트’ (100명), ‘지역광고 3만원권’ (30명), ‘당근 장비구니와 슬리퍼’ (30명), 비즈프로필 운영 노하우를 알려주는 ‘1대1 멘토링 서비스’ (20명) 등을 나눠준다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

‘어디가 올렸나’...외식 프랜차이즈 가격 공개

피자·치킨 등 12개 품목

정부가 앞으로 주요 외식 프랜차이즈의 대표 메뉴 가격을 조사해 매주 공개한다.

농림축산식품부는 23일부터 족, 김밥, 햄버거, 치킨, 떡볶이, 피자, 커피, 자장면, 삼겹살, 돼지갈비, 갈비탕, 설렁탕 등 12개 품목의 주요 프랜차이즈별 가격을 조사해 매주 공개한다고 밝혔다.

이는 범부처 물가안정 대책의 일환으로 시행되는 조치로, 소비자가 자주 찾는 외식 품목의 주요 업체별 가격을 한데 모아 제공함으로써 합리적 선택을 돕기 위해 추진됐다.

정부는 가맹점 수 등을 고려해 조사대상 프랜차이즈 브랜드 총 62개를 선정했고, 브랜드별로 15개 매장을 표본으로 지정했다.

각 브랜드 공식 누리집 등을 통해 대표메뉴 1~3개의 가격을 조사해 매주 수요일 한국농수산식품유통공사(aT) 누리집에 전월·전주 대비 인상률 등의 동향을 게시할 예정이다.

이날 처음으로 공개된 이달 3주 차 조사 결과를

보면 62개 프랜차이즈 업체 중 16곳이 전월보다 제품 가격을 올린 것으로 나타났다.

품목별 인상 수준은 족(4.0%), 햄버거(1.1~10.0%), 치킨(5.9~6.7%), 떡볶이(5.4~28.7%), 피자(3.2%~20.2%) 등으로 편차가 있었다.

농식품부가 62개 브랜드(업체)의 최근 4개월간 가격 동향을 조사한 결과 22곳이 가격을 인상한 것으로 나타났다.

치킨 브랜드 중에서는 bhc치킨, 교촌치킨, 굽네치킨이 인상했고 BBQ, 처갓집양념치킨, 네네치킨, 멕시카나, 포레오레 등은 인상하지 않았다.

피자 브랜드 중에서는 도미노피자, 피자알볼로, 피자마루 등이 가격을 올렸고 피자헛, 미스터피자, 청년피자 등은 현 수준을 유지했다.

커피 전문점은 스타벅스, 투썸플레이스, 할리스가 가격을 올린 반면 이디야커피, 메가커피, 다방, 파스쿠찌 등은 인상하지 않았다.

햄버거 브랜드의 경우 롯데리아, 맘스터치, 버거킹, 맥도날드, KFC 등 조사 대상 업체가 모두 가격을 올렸다. /연합뉴스

오피스텔 신축 부지

- 동구 대인동 롯데백화점 옆
- 대지 156평, 상업지역
- 오피스텔 허가 득
- 매매가-평당 1200만

소유자. 010-3605-5000

경매물건 강력 추천

- 사건번호-2021타경 6943
- 소재지-광주 북구 신안동
- 대지-176평, 상업지역
- 경매일자-2022년 3월 10일

문의. 010-3605-5000