

새해 운동 다짐...유통가 '오운완' 고객 잡기 나선다

〈오늘 운동 완료〉

광주신세계, 1월 요가복·아웃도어 매출 11% ↑ ·수영복 매출도 증가
롯데마트, 헬스장갑 등 20% 할인...롯데온 브랜드 상품 최대 60% 할인

새해 가장 많이 세우는 목표 중 하나인 '운동'을 결심하는 소비자들을 겨냥한 판촉이 잇따라 나오고 있다.

11일 광주신세계에 따르면 새해 들어 지난 2일부터 10일까지 운동이나 등산 때 자주 입는 야외(아웃도어) 의류 매출은 1년 전보다 11% 증가했다. 대표적인 실내 운동으로 꼽히는 요가복 매출도 같은 기간 11% 늘었다.

실내 수영장이 확충하고 동남아시아 등 해외 여행길이 넓어지면서 1월 수영복 매출은 무려 254% 뛰었다.

반면 연말부터 이어진 폭설 등의 영향으로 골프 용품·의류 매출은 같은 기간 6% 감소했다.

광주신세계 관계자는 "올해 코로나19 사태가 마무리되는 '엔데믹'에 대한 기대감이 높아지면서 스포츠 의류를 갖춰 입고 체육관이나 실내·외에서 운동을 즐기려는 소비자가 늘고 있다"며 "국제 항공편이 늘어나면서 해외에서 물놀이를 즐기려는 고객들이 수영복을 찾기도 한다"고 말했다.

연초 운동용품·의류 매장들은 저마다 신상품을 내놓으며 새해 목표로 '운동'을 꼽는 소비자들을 끌어들이고 있다.

롯데마트에서 이달 일주일 동안 운동용 장갑과 보호대 등 운동용품 매출은 지난해 같은 기간보다 15% 이상 늘었다. 근육량을 늘리는 데 도움을 주는 단백질 보충제 매출은 1년 전보다 20% 이상 증가

했다.

롯데마트는 12일부터 25일까지 다양한 근력 운동 상품 할인 행사를 진행한다. 대표상품으로 체육관에서 필수용품인 '남성·여성 헬스장갑'과 '손목·허리·발목 보호대'를 20% 할인 판매한다. 이번 기획전에서 소셜미디어(SNS)에서 인기를 끌고 있는 운동 훈련사가 홍보하는 다양한 운동용품을 만날 수 있다.

온라인 쇼핑몰 롯데온에서도 지난 1일부터 8일까지 인기 스포츠 의류 브랜드 매출은 지난해 같은 기간보다 4배 이상 늘어났다.

요가·필라테스 의류 매출은 1년 전보다 3배 늘었고, 수영복 매출은 50% 증가했다.

롯데온은 '새해 운동 결심족'을 위해 오는 15일 까지 나이키, 아디다스, 언더아 등 인기 스포츠 브랜드 상품을 최대 60% 할인 판매한다.

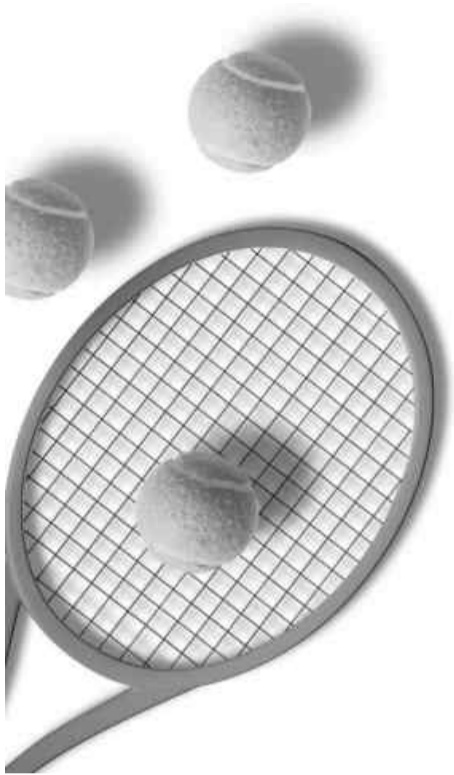
한편 모바일 앱 '그로우'가 10대부터 30대를 아우르는 MZ 세대 560명을 대상으로 새해 설문 조사

를 벌인 결과 '올해 도전하고 싶은 분야'(복수 응답)로 운동을 꼽은 비율이 71.4%로 가장 많았다.

이어 '공부'(68.8%), '독서'(67.9%), '취미 생활'(46.4%), 아침 일찍 일어나는 '미라클 모닝'(41.1%), '재테크'(33.9%), 다양한 일을 하는 'N잡'(22.3%), '환경 보호'(19.6%), 스스로 가치를 높이는 '퍼스널 브랜딩'(15.2%) 등 순이었다.

이루고 싶은 새해 목표는 '다이어트·체중 감량'(55%), '체력 기르기'(52%), '돈 모으기'(50%) 순으로 많았다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



친환경에 앞장 선 유통가...종이 전단·스티로폼 사라진다

이마트 '스티로폼 제로' 도입
롯데마트, 모바일 전단 대체

대형마트들이 새해부터 '친환경 가치소비' 전략에 열을 올리고 있다.

이마트는 올해 설 선물 세트에 '스티로폼 제로' 전략을 도입했다고 11일 밝혔다.

우선 냉장 축산 선물 꾸러미 중 40%에 달하는 15개 품목, 수산 선물 중 20%인 7개 품목의 포장재를 스티로폼 대신 종이로 바꿨다.

보냉이 필요해 스티로폼이 많이 사용되는 축산과 수산 선물 꾸러미 포장재를 종이로 교체해 스티로폼 사용량을 줄이겠다는 취지다.

이마트는 이를 통해 올해 설 선물 세트 판매 기간 1.5t의 스티로폼 사용량을 줄일 수 있을 것으로

예상했다.

또 축산 선물 세트에 들어가는 아이스팩은 물과 전분을 사용한 친환경 제품으로 교체하고 과일 선물 세트에는 부직포 대신 분리수거가 가능한 실과 종이로 만든 가방을 사용했다. 포장재 내부에는 분리배출 방법 등을 적어놓고, 공기층 인쇄용지를 사용했다.

이마트는 가치소비에 확대되고 있는 점을 고려해 선물 세트에도 친환경 포장을 확대하고 있다고 설명했다.

이마트가 올해 설 선물 사전 예약 판매를 진행한 지난해 12월1일부터 이달 8일까지 39일 동안 친환경 포장재 축산 상품 매출은 1년 전보다 22.4% 증가했다. 이는 축산 선물 전체 매출 증가율(18%)을 웃도는 수치다.

롯데마트는 전단지 사용을 중단하고 이를 모바일

전단으로 전면 대체한다.

롯데마트는 모바일 전단으로 연간 150t의 종이 사용을 줄일 수 있다고 설명했다. 20년생 나무 3000그루를 보존하고 탄소배출량 1만6000kg을 줄이는 효과에 해당한다.

모바일 전단은 모바일 앱 '롯데마트GO(고)'나 매장 내 고지된 QR(큐알)코드를 스캔해 확인할 수 있다. 매주 목요일 9시에 한 주 소식과 행사 내용을 올린다. 기존 디지털 전단과 달리 모바일에 특화되도록 개편했다.

롯데마트는 지난해 10월 환경부와 '고품질 재활용품 회수·보상 사업' 추진을 위한 업무 협약을 맺었다. 협약에 따라 롯데마트는 매장을 재활용품 수거 거점으로 활용하고 전기차 충전소를 설치하는 등 친환경 활동을 강화할 방침이다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



"고물가에 할인 폭 키웠다" 대형마트, 설 선물 본 판매 돌입

지난해보다 5~10% 이상 저렴

대형마트 업계가 12일부터 설 선물 본 판매에 들어간다.

고물가 상황을 고려해 지난 설보다 할인 폭을 키우고 다양한 가격대의 선물 꾸러미를 선보이며 선택의 폭을 넓혔다.

이마트는 이번 본 판매 때 너무 저렴하지도 않지만, 부담은 줄인 실속 선물을 다양하게 선보인다고 11일 밝혔다.

고물가에 할인 혜택이 큰 사전 예약판매 매출이 지난 설보다 14.1% 늘고 5만원 이상 10만원 미만

선물 매출도 45.1% 늘어난 점을 고려한 것이다.

본 판매 때 과일 선물 꾸러미는 행사 카드로 결제하면 최대 30% 할인해주고 축산 선물 가운데 인기 상품 7개의 할인율은 지난 설보다 5~10%포인트 올렸다.

수산에서는 굴비 선물 가격을 동결했다.

롯데마트는 본 판매 기간 상품 구색을 10%가량 늘렸다.

사전 예약 기간 10만원 이상 선물 매출이 지난 설보다 10% 신장한 점을 고려해 프리미엄 선물 물량을 늘리고 저렴한 가성비 상품도 다양하게 준비했다.

롯데마트는 특히 이번에 롯데슈퍼와 축산, 과일 선물을 통합 구매해 원가 경쟁력을 높였다고 설명했다.

한우 선물 꾸러미와 사과·배 선물 상품 평균 가격은 지난 설보다 5~10% 이상 저렴하다.

롯데는 또 나 홀로 명절을 보내는 '혼설족'을 위한 선물과 코로나19 대응행 기간 늘어난 '집밥족'을 위한 선물도 다양하게 선보인다.

본 판매 기간 행사 카드로 결제하면 최대 30% 할인 혜택을 제공하고 구매 수량에 따라 덤도 증정한다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

새해맞이 '시즌오프' 할인 행사

롯데백화점 광주점 직원들이 11일 여성 의류 매장에서 새해맞이 '시즌오프' 행사에서 할인 판매하는 상품을 선보

이고 있다. 오는 15일까지 진행되는 할인전에서는 여성·남성 의류·잡화 등 상품을 10~30% 저렴한 가격에 내놓는다.

〈롯데백화점 광주점 제공〉

경매, 대박물건 신안군 단독섬, 1월 16일 입찰
낙찰시 100억 가치 있음
단독, 공동입찰 하실 분. 오천경매. 010-3605-5000