

광주신세계 '스프링 위크'...50여 브랜드 할인행사

12~18일... '피어리'·'송지오옴므'·'알레그리' 등 대거 참여
브랜드별 다양한 사은품 증정 프로모션·제휴카드 사은행사도

광주신세계가 한낮 온도 20도를 웃도는 따뜻한 봄을 맞아 봄 나들이를 계획하고 있는 고객들을 위해 대규모 할인 행사를 연다.
광주신세계는 봄 나들이객을 위한 '스프링 브랜드 위크' 행사를 개최한다고 10일 밝혔다.
이번 행사는 오는 12일부터 18일까지 진행되며, 신세계인터내셔널(SI)과 삼성물산 등 국내를 대표하는 패션그룹들의 50여개 브랜드가 참여해 다양한 할인 및 사은품 증정 혜택을 제공한다.
특히 평소 할인 프로모션을 하지 않는 '피어리'와 '준지' 등 브랜드 역시 대거 참여하며, '송지오옴므'와 '알레그리', '바네사브루노' 등은 10% 할인 판매를 진행한다.
우선 삼성물산을 대표하는 브랜드인 '피어리', '준지', '비이커' 등 브랜드들은 행사 기간 동안 30만원 이상 구매시 다른 삼성물산 브랜드에서 이용 가능한 할인 쿠폰 증정을 증정한다.
광주신세계는 할인 쿠폰 행사 뿐만 아니라 브랜드별로 다양한 사은품 증정 프로모션도 마련했다.
신세계인터내셔널(SI)의 대표 의류 브랜드인 '일랄라'에서는 50만원 이상 구매 고객을 대상으

로 이탈리아 유명 향수 브랜드인 '쿨티' 방향제를 사은품으로 증정한다.
또 '이로 여성' 매장에서는 70만원 이상 구매 시 우산을 증정하며, '시리즈' 역시 50만원 이상 구매하면 야외 활동이 잦은 봄에 입기 좋은 바람막이를 제공한다.
해당 사은품 증정 이벤트는 준비된 물량이 소진될 경우 조기 종료될 수 있다.
더불어 행사 참여 브랜드에서 신세계 제휴카드(씨티·삼성·신한·하나·BC바로)로 물품을 구매하면 '신백리워드'도 돌려주는 사은 행사도 진행된다.
광주신세계는 행사 기간동안 신세계 제휴카드 로 물품을 구매한 고객들을 대상으로 60·100·200·300·500만원 구매 시 금액별로 각각 4·7·14·21·35만 '신백리워드'를 제공한다.
신백리워드는 1리워드가 1원과 같은 가치를 가져, 리워드 적립 이후 3개월 동안 신세계백화점에서 현금과 똑같이 사용 가능하다.
또 신세계백화점 모바일 앱에서는 행사참여 브랜드에서 30만원 이상 구매 시 3만원 할인 쿠폰을 다운로드 받을 수 있다.



10일 광주신세계 '송지오옴므' 매장 직원이 고객에게 봄 옷을 선보이고 있다. <광주신세계 제공>

각 점포별 행사 참여 브랜드와 기간 등 상세 정보는 신세계백화점 모바일 앱을 통해 확인할 수 있다.
김윤철 광주신세계 패션팀장은 "따뜻한 봄을 맞아 광주신세계를 방문한 고객들께서 다양한 혜택으로 무장한 인기 패션 브랜드들을 만나실 수 있도록 이번 행사를 마련했다"며 "봄 나들이를 계획하거나 여름을 미리 준비하는 고객들을 위한 최고의 쇼핑 기회가 될 것이다"고 말했다.
/정윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

롯데웰푸드 제로칼로리 '스크류바'·'조스바' 출시



롯데웰푸드는 제로(0) 칼로리 아이스크림인 '스크류바 0kcal'와 '조스바 0kcal'를 각각 선보인다고 10일 밝혔다.
제로칼로리 빙과제품 출시는 국내 빙과업계에서 처음이다.
롯데웰푸드는 설량 대신 천연감미료인 알룰로스 사용에 기존 스크류바, 조스바의 맛을 구현하면서도 열량을 낮춘 제품을 만들었다고 설명했다.
롯데웰푸드 관계자는 "지속적인 연구개발로 더 다양한 헬스&웰니스 디저트 제품을 선보이기 위해 노력하고 있다"며 "더 많은 소비자가 맛있는 디저트를 부담 없이 즐길 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다. /정윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

이마트 봄철 특가 행사 산나물·수산물 최대 50% 할인

이마트는 오는 12~18일 봄철 신선 먹거리 특가 행사를 한다고 10일 밝혔다.
우선 굴취, 명이, 눈개승마, 참두름 등 4종을 신세계포인트 적립 시 20% 할인한다. 봄철 중 한 달만 맛볼 수 있는 산나물이다.
이마트는 봄철 기상 악화에 대응해 20t(톤)에 달하는 역대 최대 물량을 확보했다. 지난달까지 추운 날씨와 잦은 눈·비로 산나물 작황이 부진해 산나물 출시가 지난해에 비해 약 열흘가량 늦어졌다고 한다.
이마트는 또 해양수산부와 함께 국산 바닷장어와 새꼬막, 바지락 등 인기 수산물도 최대 50% 할인된 가격에 선보인다. /정윤영 기자 zzang@

중기중앙회 국회의원 당선자에 당리당락 떠나 민생경제 최선 당부

중소기업중앙회는 10일 제22대 국회의원 당선인을 대상으로 앞으로 4년간 당리당락을 떠나 국가와 국민만을 바라보며 민생경제 살리기에 최선을 다해 달라고 당부했다.
중기중앙회는 이날 논평을 통해 "우리 경제는 글로벌 경기 침체와 보호무역주의 확산 속에 성장 잠재력이 떨어지고 있고, 중소기업과 소상공인은 고금리·고물가·인력난에 더해 내수 침체 장기화로 어려움이 심화하고 있다"며 이같이 주문했다.
이어 "제22대 국회의원에서는 대·중소기업·금융권이 동반 성장할 수 있는 경제 생태계를 만들고 각종 규제를 과감히 해체해야 한다"며 "중소기업 글로벌화 지원에도 노력해 달라"고 강조했다.
/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

중국 알리·테무 국내 상륙 반년만에 거래 130% 증가

BC카드 분석...3만원 미만 78% 같은 기간 K커머스는 매출 줄어

알리익스프레스, 테무 등 중국 온라인 쇼핑 플랫폼(K커머스)이 국내 상륙한 지 6개월 만에 매출이 130% 넘게 증가한 것으로 나타났다. 결제 금액대별로는 3만원 미만 거래 건수가 전체 78%로 대부분을 차지했다.
10일 BC카드가 K커머스의 작년 10월 결제 데이터, 올해 3월 결제 데이터를 분석한 결과 이 기간 K커머스 결제 금액은 138.8%, 결제 건수는

130.6% 늘어난 것으로 나타났다.
이는 같은 기간 국내 전자상거래 플랫폼(K커머스) 결제 금액이 2.5%, 결제 건수가 1.1% 줄어든 것과 대조된다. 평균 결제 금액은 K커머스가 K커머스보다 훨씬 적지만, 차이가 소폭 줄었다.
K커머스 평균 결제 금액은 작년 10월 2만3745원에서 올해 3월 2만4580원으로 늘었고, K커머스 평균 결제 금액은 같은 기간 3만9369원에서 3만8814원으로 줄었다.
금액대별 결제 건수가 비교적 골고루 분포된 K커머스와 다르게 K커머스는 저가 상품이 결제 건수 비중의 대부분을 차지했다.

올해 3월 기준 C커머스에서 1만~3만원 미만을 결제한 비중이 59.1%에 달했고, 그 다음이 5000~1만원 미만(14.2%), 3만~5만원 미만(13.6%), 5만~10만원 미만(6.6%), 5000원 미만(4.6%) 순이었다. 3만원 미만 결제 건수는 전체의 78% 수준이다.
반면 K커머스에서는 1만~3만원 미만(40.1%), 3만~5만원(17.8%), 5000원 미만(16.8%), 5만~10만원 미만(10.4%), 5000~1만원 미만(9.8%) 등 결제 건수 비중 솔림이 덜했다. K커머스 내 3만원 미만 결제 건수 비중은 67%였다. /연합뉴스

삼성전자, '세계 최대' 미국 생활가전 시장 점유율 1위

시장조사업체 트랙라인 집계 지난해 매출·수량 기준 선두

삼성전자가 지난해 세계 최대 가전 시장인 미국에서 시장 점유율 1위를 차지했다.
10일 시장조사업체 트랙라인에 따르면 삼성전자는 2023년 미국 생활가전 시장에서 매출 기준 점유율 21%를 기록했다. 이어 LG전자 19%, GE 18%, 월풀 15% 순이었다.
수량 기준 점유율도 삼성전자가 19%로 1위였다. GE 17%, LG전자 16%, 월풀 16% 등이 그 뒤를 이었다.
또 소비자가 가전제품을 구매할 때 고려하는 브랜드도 삼성전자가 32%로 가장 많았다. LG전자는 29%, GE와 월풀은 각각 28%였다.
삼성전자는 인공지능(AI) 기반으로 연결성과 사용성을 향상한 신제품과 서비스를 선보이며 미국 가전 시장 점유율 확대에 박차를 가하고 있다.
미국에서 선보이는 2024년형 비스포크 신제품에 고성능 AI 집이나 카메라, 센서를 탑재해 더욱 다양한 AI 기능을 선보였다.
지난 3일부터는 미국 뉴욕 타임스퀘어에서 '비스포크 AI 패밀리허브' 냉장고의 'AI 비전 인사이트' 기능을 알리는 옥외광고를 하고 있다.
한편, 삼성전자는 삼성전자 로봇청소기 신제품 '비스포크 AI 스타' 출시에 맞춰 고객 서비스를 강화하기로 했다.
이를 위해 삼성전자서비스는 지난 9월부터 서비스 엔지니어를 대상으로 '비스포크 AI 스타' 신제품 교육을 하고 있다.
이 제품에 국내 최초 물결레 스팀 살균 기능, 인공지능(AI) 기반 사물 인식 등 신기술이 대거 적용된 만큼 엔지니어의 기술 역량을 높일 계획이다.
삼성전자서비스는 113개 서비스센터에 로봇청소기 전문 엔지니어를 배치해 고객이 손쉽게 제품 점검을 받을 수 있도록 했다.
또 상담사가 고객 휴대전화 카메라에 원격으로 접속해 로봇청소기 동작 상태를 확인하고 안내하는 '보이는 원격 상담' 서비스도 제공한다.
/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr



삼성전자 비스포크 AI_뉴욕 타임스퀘어 옥외광고. <삼성전자 제공>

지난해 500대 기업 직원은 줄고 임원은 늘어 임원 1명당 직원 107.6명

지난해 국내 주요 대기업 직원 수는 전체적으로 감소한 반면 임원은 늘어 임원 1인당 직원 비율이 전년보다 줄어든 것으로 나타났다.
10일 기업분석연구소 리더스인덱스가 매출 상위 500대 기업 가운데 임직원 수를 전년도와 비교 가능한 337개사의 미등기임원과 직원 수 변화를 분석한 결과, 임원은 2.1% 증가했고 직원은 0.1% 감소했다.
조사 대상 기업들의 작년 전체 임직원 수는 132만3037명으로 전년 대비 1442명 줄었다. 이 기간 임원을 제외한 직원 수는 131만855명으로 1697명 감소했고, 임원은 1만2182명으로 255명 늘었다.
이에 따라 임원 1명당 직원 비율은 2022년 110에서 지난해 107.6으로 줄었다.
업종별로는 임원 수가 정해져 있는 공기업을 제외하면 은행권의 임원 1인당 직원 수 비율이 366.8로 전년(405.8) 대비 가장 크게 하락했다. 직원이 1천229명(-1.4%) 감소하는 동안 임원은 19명(9%) 늘었다.
직원 수 감소 폭(-8.3%)이 임원 감소 폭(-3.6%)을 웃돈 유통업은 210.8에서 200.6으로 임원 대비 직원 비율이 낮아졌고, 자동차 부품은 139.5에서 134.2로, IT전기전자는 138.3에서 128.6으로, 철강은 127.7에서 123.4로 줄었다.
반면 통신은 같은 기간 임원이 10.5%, 직원은 0.6% 줄어 임원 1인당 직원 비율이 135.3에서 150.2로 높아졌다. 운송도 임원이 2.3% 감소하는 동안 직원은 1.7% 늘어 136.7에서 142.2로 비율이 상승했다.
임원 대비 직원 비율이 낮은 대표 업종은 지주사(35.1), 에너지(35.9), 증권사(40.5), 석유화학·상사(60.8) 등이었다.
공기업을 제외하고 임원 1명당 직원 비율이 가장 높은 기업은 CJ프레시웨이(1293.3)였고, 이어 이마트에브리데이(1088.7), 기업은행(913.6), 크래프톤(788.5), 우리은행(685.2), 신한은행(630.6), 이마트(582.2), 신세계푸드(518), 하나은행(474.4), 오투기(470.4) 등 순이었다. /연합뉴스

화장품 로드숍 '부활 조짐' 채널 늘리고 해외 진출 온라인·H&B 매장 입점

최근 몇 년간 고전해온 화장품 로드숍 업체들이 최근 영업이익 개선과 해외 진출 등으로 다시 활기를 찾아가고 있다.
화장품 업계는 이들 로드숍 업체가 그동안 고비용 점포를 정리하고 온라인 채널과 CJ올리브영과 같은 헬스·뷰티(H&B) 매장에 입점하는 방식으로 체질 개선을 해온 효과라고 분석했다. 또 적극적으로 해외시장에 진출한 점도 호실적에 긍정적인 영향을 미쳤다는 평가도 나온다.
10일 업계에 따르면 스킨푸드는 작년 영업이익이 전년 동기 대비 83% 증가 89억원을 기록했다. 매출은 전년 대비 57% 늘어난 589억원이다.
스킨푸드는 지난 2022년 9년 만에 흑자전환에 성공한 바 있다.
스킨푸드는 2020년 7월부터 입점한 CJ올리브영에서 선전하고 있다. 인기 제품인 캐럿 카로틴 카밍 워터 패드가 2년 연속 올리브영 패드 부문 판매 1위를 달성한 것이 대표적이다.
스킨푸드는 올해 동남아, 일본 등의 글로벌 시장 확대에 주력할 예정이다.
토니모리도 작년 영업이익이 96억원으로 2016년 이후 7년 만에 흑자 전환에 성공했다. 작년 매출은 1510억원으로 전년 대비 19% 늘었다.
토니모리는 로드숍과 가맹점 수는 지속해서 줄이는 한편 CJ올리브영 입점 제품을 늘리고, 다이소에도 올해 상반기 입점을 추진하는 등 이른바 '신채널'을 강화하고 있다.
스킨푸드와 토니모리는 또 글로벌 현지 마케팅을 강화하고 신규 유통 채널을 확대할 방침이다.
이 외에 미사를 보유한 에이블씨엔씨는 지난해 연결기준 영업이익이 114억원을 기록해 전년 대비 14% 증가했다. 지난해 매출은 2736억원으로 전년보다 10% 늘었다.
화장품 업계 관계자는 "로드숍 업체들이 변화된 산업 환경에 맞춰 온라인 대형플랫폼, 배달 서비스, H&B 입점 등을 통한 유통망 다각화를 진행하며 실적이 개선되는 모습"이라고 말했다. /정윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr