

롯데백화점 광주점 이케아 팝업 '신의 한 수' 통했다

5개층 주차장 만차·손님들로 발디딜 틈 없어 백화점 전체가 북적 "SNS에서 보던 제품 사러 왔어요"…모처럼만의 MZ 고객에 희색 스낵·멜리·식당가 매출도 90% 늘어…이케아측 "접근성 개선 노력"

"우리 지역에 이케아(IKEA)가 언제 다시 문을 열 지도 모르는데, 이번 기회에 구경도 하고 평소 애용하는 물품들 잔뜩 사러 왔어요"

10일 광주일보 취재진이 방문한 롯데백화점 광주점은 지난 8일 지역 최초로 광주점 9층에 문을 연 이케아 팝업 매장을 방문한 많은 손님들로 발 디딜 틈이 없었다. 광주시 신도심 위주의 도시발전으로 구도심이 쇠락한 이후 20여년만에 가장 활기 넘치는 모습이었다.

이날 광주점은 비교적 손님이 적은 평일임에도 불구하고 주차장은 지하 5층까지 가득 찼고, 외부 주차장과 인근 광운행 골목까지도 광주점을 찾은 손님들의 발길이 끊이지 않았다.

지하주차장이 가득 차다보니 외부 길가에 자동차를 주차하는 모습도 어렵지 않게 볼 수 있었고, 광주점 내 엘리베이터는 지하주차장에서 끝없이 탑승하는 손님들로 가득 차 1층에서 대기하는 경우 엘리베이터를 3번 연속 타지 못해 에스컬레이터를 찾

는 고객들도 많았다.

이날 백화점을 방문한 A씨는 "지난 20여년간 롯데백화점 VIP회원이다보니 광주점을 자주 방문했는데, 이렇게 사람이 많은 모습은 처음 보는 것 같다"고 말했다. 이어 "지난 주말에는 오늘보다도 손님이 2배는 더 많이 몰려들었다"며 "팝업 매장 오픈 첫 날이라서 그렇지 않나 싶다"고 웃어보였다.

광주점 내 지나가는 손님 역시 대부분 'IKEA'라는 글씨가 적힌 상품들을 이미 구매했거나, 이케아 팝업 매장 방문을 위해 광주점을 찾은 손님이었다.

이케아 팝업 매장이 위치한 광주점 9층은 해당 층의 절반 이상이 이케아 팝업 매장 방문 고객들로 북적였다.

팝업 매장 내에는 100여명 이상의 손님들이 제품들을 살펴보고 있었고, 팝업 매장 밖에는 두줄로 길게 늘어선 대기줄이 늘어섰다. 이케아 팝업 매장 맞은편에 위치한 I-STORE(아이스토어) 매장과 필립스 매장, LG전자 매장 앞까지 이케아 매장 방문



10일 광주시 동구 대인동 롯데백화점 광주점 9층 '이케아 팝업스토어' 매장 앞에 손님들이 줄을 서 있다.

대기줄이 형성됐고, 광주점 측은 고객 안전 및 질서 유지 등을 위해 각 매장 앞에 직원들을 배치하기도 했다.

오랜만에 젊은 손님들도 광주점을 대거 찾은 모습이었다. 롯데백화점의 경우 특유의 고급화 전략을 통해 비싼 고급 제품들을 주력으로 삼는

만큼, 10대와 20대 등 젊은 세대의 비중이 적는데다 광주점의 경우 상무지구 등 신도심 위주의 도시개발과 함께 구도심이 쇠락하면서 젊은 손님보다는 고령의 단골손님 등 비중이 높은 것으로 알려졌다. 하지만 이날은 대부분의 방문 고객들이 이케아 팝업스토어를 방문하기 위한 10~20대 젊

은 여성들로 구성됐다.

이날 팝업 매장 입장을 위해 대기하고 있던 신지혜(여·23)씨는 "이케아 팝업 매장이 열렸다는 소식을 듣고, 오전에 친구와 함께 순천에서 버스를 타고 방문했다"며 "솔직히 이케아가 실용적이면서도 야기자기한 제품들도 많아서 젊은 여성 입장에서는 '취향저격' 된 것 아닐까 싶다"고 전했다.

이어 "그리고 국내 오프라인 매장이 많지 않으니 SNS를 통해서만 보던 것들이 궁금하기도 하고, 우리 지역 최초 팝업 매장이라고도 하니 이번 기회에 방문해보기로 했다"며 "이렇게 지역민들이 관심이 많은데 광주·전남에도 이케아 매장 하나쯤은 생겼으면 하는 바람도 있다"고 웃어보였다.

이케아 팝업을 통해 많은 고객들이 유입됨에 따라 광주점 내 먹거리 매출도 2배로 늘어났다. 광주점에 따르면 지난 주말인 8-9일 광주점 스낵·멜리·식당가 매출은 전주(1-2일) 대비 90% 증가한 것으로 집계됐다.

이케아 코리아는 이같은 팝업스토어 인기에 따라 향후 광주·전남지역 출점도 염두에 두고 있는지라는 질문에 대해서는 "현재, 어디서나, 어떤 방법으로든 고객 접점 점진성 개선을 위한 다양한 노력을 지속하겠다"고 말했다.

/글·사진·장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

한전 "2035년 매출 127조·자산 199조 목표"…비전 선포

에너지 신산업 등 4대 전략 설정

한국전력은 오는 2035년 매출액 127조원, 총자산 규모 199조원, 해외·성장사업 매출 20조원에 달하는 글로벌 에너지 기업으로 성장하겠다는 목표를 제시했다. 한전은 이날 전남 나주 본사 비전홀에서 사장, 노조위원장, 본사·지역본부 임직원 등이 참석한 가운데 이 같은 내용을 포함한 '2025년 뉴(NEW) 비전 선포식'을 열었다.

한전은 전력 산업의 리더로서 효율적인 전력 공급과 편의성을 높이는 한편, 공급망 전반에 걸쳐 핵심기술 개발과 사업 모델 혁신에 나설 방침이다. 한전은 이 같은 비전을 실현하기 위해 향후 10년간의 로드맵을 담아 4대 전략 방향을 설정하고, 2035년 중장기 전략을 수립했다.

4대 전략 방향은 ▲ 국가전략력 적기 건설 ▲ 에너지 신기술·신사업 확보 ▲ 연구개발(R&D) 혁신 및 기술사업화 ▲ 기업체질 혁신 등이다. 이를

통해 오는 2035년 매출 127조원, 총자산 규모 199조원, 해외·성장사업 매출 20조원, 총인원 2만 6천명에 달하는 글로벌 에너지 기업으로 성장한다는 목표다.

김동철 사장은 "새로운 비전 달성을 위한 여정을 시작했으며, 국민 편익을 제고하고 에너지 생태계의 혁신 성장을 견인하기 위해 전 직원이 합심해 총력을 다하겠다"고 말했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

삼성전자 'AHR 엑스포' 참가 북미 냉난방공조 시장 공략

삼성전자가 오는 12일(현지시간)까지 미국 플로리다주 올랜도에서 열리는 북미 최대 공조전시회 'AHR 엑스포 2025'에 참가해 북미 냉난방공조(HVAC) 시장 공략에 나선다. <사진>

삼성전자는 10일 "350㎡(약 100평) 규모 부스를 마련해 고효율 하이브리드 인버터 실외기 '하이렉스 R454B', 가정용 히트펌프 'EHS', 고효율 시스템에어컨 R32 'DVM' 라인업 등 가정용·상업용 공조 설루션을 대거 전시한다"고 밝혔다. 삼성전자가 공개한 하이렉스 실외기는 북미 가정용 유니타리(Unitary) 시장을 새롭게 공략하기 위한 설루션이다. 유니타리는 북미 특화형 공조 방식으로 주택이나 중소형 빌딩에 사용되며 덕트를 통해 찬바람을 내보내 냉방을 구현한다.

특히 이 제품은 교체 시 기존 냉매 배관과 전선을 그대로 사용할 수 있을 뿐 아니라, 다양한 크기



의 배관 연결이 가능해 설치 편의성이 높고 비용도 절감할 수 있다. 함께 전시한 가정용 히트펌프 EHS는 바닥 난방과 급탕에 적용되는 설루션으로, 공기열과 전기를 이용해 온수를 만들 수 있어 화석연료를 사용하는 보일러보다 효율이 높고 탄소 발생이 적다. 또 기존 냉매인 R410A보다 지구

온난화지수(GWP)가 약 32% 수준인 R32를 적용한 상업용 DVM 대용량 시스템에어컨도 선보인다.

이 밖에 무풍에어컨 라인업과 스마트싱스 연결로 기기 경험을 소개하는 전시존도 마련했다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr



광주신세계, 광주FC·스포츠 브랜드 팝업

광주신세계가 올해 K-리그 개막을 앞두고, 오는 23일까지 분관 지하 1층 연결동로 이벤트홀에서 지역 축구 구단인 광주FC의 팬들을 위해 광주FC와 스포츠 브랜드 '골스튜디오'가 함께하는 팝업스토어를 연다. <사진>

골스튜디오는 'LIVE THE GOAL(자신의 꿈을 위해 살아가)'는 슬로건을 내세워 다양한 스포츠 제품들을 선보이는 브랜드로, 올해부터 광주FC와 파트너십을 맺고 광주FC의 유니폼 및 패키지 의류 등 다양한 제품들을 선보이고 있다.

이번 팝업스토어에서는 최근 새롭게 출시된 광주FC의 유니폼과 골스튜디오의 의류 및 신발 등을 만나볼 수 있다.

이번 2025시즌 광주FC의 ACLE 유니폼

'Light of Glory Season 2'는 '빛'을 콘셉트로 광주시의 상징과 의미를 표현한 그래픽을 삽입했다.

광주FC 팬들을 위한 프로모션과 이벤트도 마련했다.

행사 기간 중 골스튜디오 의류를 10만원 이상 구매 시 광주FC 브로마이드를 증정하고, 2025 골스튜디오 가방을 구매하면 키링을 증정한다.

또 'LIVE THE GOAL' 이벤트는 팝업 매장 내 응모함에 올해 광주FC의 새로운 시즌에 대한 응원메시지를 남길 경우, 참여고객 모두를 대상으로 15% 할인쿠폰을 제공한다.

더불어 추첨을 통해 광주FC 2025 홈 유니폼을 증정하는 이벤트도 함께 진행한다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

지난해 공공기관 신규채용 2만명 붐기

청년 비중 4년만에 최저

안정된 양질의 일자리로 꼽히는 공공기관의 정규직 채용 규모가 5년 연속 줄며 지난해에는 2만명 아래로 떨어졌다.

신규 정규직 중 청년 비중도 4년 만에 가장 낮은 수준을 기록하는 등 '고용 베타' 역할이 미흡했던 것으로 나타났다. 10일 공공기관 경영정보 공개시스템(알리오)에 따르면 지난해 339개 공공기관이 채용한 일반정규직(이하 무기계약직·임원 제외)은 1만9920명이었다.

소상공인 배달·택배비 지원

중기부 17일부터 신청 접수

중소벤처기업부는 오는 17일부터 최대 30만원을 지원받을 수 있는 '소상공인 배달·택배비 지원 사업' 신청을 받는다.

지원 대상은 2023년과 2024년 연 매출액이 1억 400만원 미만이고 배달·택배 실적이 있는 개인·법인 사업자다. 신청일을 기준으로 폐업하지 않아야 한다. 지원금은 최대 30만원으로 1인당 1개 사업체만 신청해 지원받을 수 있다. 배달·택배비는 지난해 실적과 과거의 증빙자료를 보관하지 않거나 확인이 어려운 경우를 감안해 올해 실적을 폭넓게 인정한다. 지원 유형은 두 가지로 신속지급은 배

신규 일반정규직 채용은 2019년 4만116명에서 2020년 2만9480명을 떨어진 뒤 꾸준히 줄어든 2023년 2만207명에 달했고 지난해엔 1만명대로 내려왔다. 지난해 신규 일반정규직 중 청년은 1만 6429명으로 전체의 82.5%였다. 이 비중은 2020년(74.8%) 이후 4년 만에 가장 낮았다. 정부의 지난해 공공기관 신규 채용 목표는 2만4000명(청년 2만명)이었다. 결국 청년 신규 채용 부진이 전체 목표 달성 실패로 이어진 셈이다. 공공기관 신입사원 초임 평균은 지난해 3872만원으로 전년(3819만원) 대비 소폭 올랐다. /연합뉴스

GICON 'GCC사관학교 2기 입학설명회'

13일 광주실감콘텐츠큐브

광주정보문화산업진흥원(GICON)이 오는 13일 광주시 남구 송하동 광주실감콘텐츠큐브(GCC)에서 'GCC사관학교 2기 입학설명회'를 개최한다.

GCC사관학교는 광주시와 문화체육관광부, GICON이 함께 운영하는 글로벌 콘텐츠 인재양성 교육 플랫폼으로, 실감 콘텐츠·게임·애니메이션·웹툰 분야 전문가 양성 및 취업지원을 목표로 한다.

이번 2기 교육생은 오는 24일까지 모집하며, 3월 17일부터 정식 교육과정이 시작된다.

이를 위해 13일 개최되는 입학설명회에서는 예비 지원자의 특성에 맞춘 입교 상담 및 GCC VX 스튜디오, 교육장 투어 등을 진행한다. 또 인기 웹툰 '닥터프로스트'의 이종범 작가와 실감콘텐츠 디자인기업 '디스트릭트코리아'의 이성호 대표가 명사로 초청돼 콘텐츠 창작자로서의 자세, 실감콘텐츠 산업 트렌드 등을 공유할 예정이다.

이번 2기 교육과정은 실감 콘텐츠, 게임, 애니메이션, 웹툰 등 4개 핵심 분야에 특화된 실무형 커

리큘럼으로 구성되며, 총 948시간의 단계별 교육 과정을 통해 인카메라시각효과(ICVFX) 엔지니어, 3D 아티스트·디자이너, 게임 프로그래머, 웹툰 창작자 등을 양성할 계획이다.

모집 대상은 만 18~39세 이하 콘텐츠 분야에 관심이 있는 전국 청년 미취업자 140명으로, GCC 사관학교 공식 누리집에서 오는 24일까지 접수하면 된다.

이경주 GICON 원장은 "이번 입학설명회를 통해 창의적이고 혁신적인 인재들이 콘텐츠 산업에 도전할 수 있도록 지원하고자 한다"며 "GCC사관학교 2기의 최고 수준 교육장과 실무중심 커리큘럼을 통해 우수한 인재로 거듭나길 바란다"고 말했다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

지난해 세수펄크 30.8조…계엄사태 규모 키워

2023년 56조 이어 2년째 결손

지난해 '세수펄크' 규모가 30조8000억원으로 확정됐다. 유례없는 2년 연속 대규모 세수결손이다. 작년 세수결손 규모는 12.3 비상계엄 사태로 세금납부 심리 등이 악화하면서 세수 재추계 때보다 1조2000억원 컸다.

기획재정부는 10일 2024회계연도 총세입·총세출부를 마감하고 이런 내용의 '2024년 국세수입

실적'을 발표했다.

지난해 연간 국세수입은 336조5000억원으로 집계됐다. 2023년 실적(344조1000억원)보다 7조5000억원 줄어든 수준이다. 본예산(367조3000억원)보다는 30조8000억원 덜 걷혔다. 정부가 한 해 걷을 것으로 예상한 세수보다 실제 걷은 세금이 30조8000억원 적다는 뜻이다. 오차율은 -8.4%다.

2023년(56조4000억원)에 이어 2년째 수습조

원대의 세수결손이 발생했다.

2021년과 2022년에는 부동산 시장 호조, 예상보다 빠른 경기 회복세 등 영향으로 대규모 초과세수가 발생했다.

작년 세수는 작년 9월에 발표한 재추계치(337조7000억원)보다도 1조2000억원 줄었다. 세수결손 규모가 커졌던 의미다. 부가가치세 수입이 재추계보다 1조5000억원 감소했다. 반도체 투자 증가로 환급이 늘면서 7000억원 줄고, 비상계엄 사태로 인한 내수 부진도 영향을 미쳤다. 법인세 수입도 12월 신고법인이 감소하면서 재추계보다 7000억원 줄었다. /연합뉴스

한 눈에 보는 경제지표

↓ 코스피	2521.27 (-0.65)
↑ 코스닥	749.67 (+6.77)
↑ 금리(국고채 3년)	2.638 (+0.003)
↑ 환율(USD) (오후 5시 55분 기준)	1453.00 (+5.20)