

# '백화점서 원스톱 쇼핑'

### 패션관·생활전문관·전문식당가 등 갖춰 광주신세계, 대대적 전관 리뉴얼 마침표

광주신세계 백화점이 패션부터 생활전문관, 먹거리까지 아우르는 '원스톱 쇼핑(one-stop shopping) 공간'으로 재탄생했다. 특히 광주·전남지역 '1번점' 위상에 걸맞게 최근 트렌드를 감안, 다양한 장르를 선보인 점이 특징이다.

14일 광주신세계에 따르면 지난 8일 전문식당가 오픈을 끝으로 2년여에 걸친 대대적인 전관 리뉴얼을 마무리했다.

2006년 이후 13년 만에 처음 진행된 광주신세계의 전관 리뉴얼은 지난해 최민도 대표이사가 부임하면서 노후 공간 개선과 쇼핑에 필요한 3대 장르 확충에 중점을 두고 단계적 프로젝트로 진행했다.

첫 단추로 구찌, 생로랑, 몽클레어, 발렌시아가, 보테가베네타 등 젊은 층이 선호하는 명품 브랜드를 입점시켜 영업부문에 눈을 뜨는 성과를 거뒀다.

지난 6월에는 '지역 맛집'과 손잡고 푸드플라자를 오픈해 새로운 먹거리 명소로 떠올랐다.

신세계는 지역의 대표 맛집인 궁전제과와 양동통닭, 소맥베이커리를 비롯해 신선한 주방, 다르다김밥주먹밥, 더솔, 육이반상, 마루스시 등을 푸드플라자에 옮겨왔다.

이와 함께 홍콩 오리지널 딥섬 전문점과 속초코다리냉면, 달밭으로 유명한 흥대개미, 유부초밥 전문점 도제 등 다수의 전국 유명 맛집으로 다양한 고객의 니즈를 반영해 푸드플라자의 구성을 재했다.

이외에도 강남스카운드로 유명한 '스콘.zip', 마카롱의 모든 것 '루시카토' 등의 스위트 브랜드도 대거 입점해 있다.

광주신세계는 3대 중점 장르 중 패션관과 푸드플라자에 이어 지난 8일 생활전문관을 오픈, 리빙 분야도 강화했다.

주52시간 근무 제도가 정착되면서 최근 가정에서 보내는 시간도 더 길어졌다. 일과 가정의 양립, 이른바 '워라벨(work and life balance)'란 말이



1. 광주신세계 전경  
2. 전문식당가  
3. 생활전문관

정착되면서 집 꾸미기에 대한 대중적 관심도 커졌다.

어릴 때부터 공간에 대한 관심이 많은 세대가 성장한 후 소득 수준이 높아지면서 인테리어에 대한 투자 규모는 커질 수밖에 없다는 분석이다.

이런 트렌드에 발 맞춰 광주신세계 역시 생활 장르에 힘을 주고 있다.

면적은 2배 늘어난 815평 규모를 자랑하며 입점 브랜드 역시 삼성, LG, 까사미아 등 1.5배 늘어난 71개 정도로 '호남 1번지'에 걸맞은 다양한 MD 구성을 자랑한다.

기존 '패션스트리트'를 백화점 브랜드에 걸맞게 '백화점 신관'으로 매장 명칭을 바꾸면서 소비자들의 욕구에 맞춰 젊음이 살아 있는 공간, 활기 넘치는 공간으로 탈바꿈했다.

기존 구매 패턴을 살펴본 결과 20대뿐만이 아닌 30-40대 고객들이 아웃도어, 스포츠와 구 패션스트리트 내에 있는 브랜드와 구매 연관성이 높은 걸로 분석됐다.

이에 고객 제안과 당사 구매 패턴 분석 결과에 맞춰 지난 6월에 스포츠와 아웃도어 전 장르와 영계주일 및 일부 브랜드를 신관 매장으로 이동 배치했다.

이날 기 존 패션스트리트 매장 2천평에서 500평을 늘려 2천500평으로 지역 최대 영스트리트(백화점 신관) 매장으로 재탄생했다.

이로 인한 스포츠와 아웃도어, 기존 장르와 융화돼 전년 대비 좋은 성과를 거두고 있다.

마지막으로 본관 지하 1층 고메스트리트(전문식당가)를 오픈하며 대대적인 전관 리뉴얼의 마침표를 찍었다.

전문식당가는 지난 6월 오픈한 푸드플라자와 동일하게 유럽풍으로 인테리어 콘셉트를 잡았다. 달리 밑에서 떨어지는 자연채광에서 영감을 얻어 벽돌을 이용한 아치계이트를 디자인 요소로 적용해 마치는 유럽이나 뉴욕의 베흐시장에 둘러 온 듯한 색다른 경험을 제공

한다. 입점 브랜드로는 고급스럽고 모던한 공간에서 즐기는 식재료 본연의 풍미를 살린 건강한 중식 브랜드 '차이797'와 대한민국 방방곡곡 귀한 식재료만을 엄선해 전통의 맛을 요리하는 한식 레스토랑 '화니'가 있다. 차이797의 대표 메뉴로는 토종양파로 풍부한 단맛을 살린 삼선짜장면과 고기 짬뽕, 수정(水晶)탕수육 등이 있다.

이 밖에 최고급 일식전문 노하우로 무장한 '다즈미'도 쇼핑으로 허기진 고객들의 배를 채운다.

최민도 광주신세계 대표이사는 "최근 유통 트렌드가 급격하게 변화하고 있다"며 "이를 감안해 먹거리·패션·리빙 분야 등을 강화했다"고 말했다.

/임후성기자

## 지역 백화점, 올 마지막 정기세일

### 오늘부터 내달 1일까지 17일간

연말로 접어들면서 광주지역 백화점들이 올해 마지막 정기세일에 나선다.

14일 유통업계에 따르면 롯데백화점 광주점과 광주신세계는 15일부터 12월1일까지 17일간 올해 마지막 정기세일을 실시한다. 이번 행사에서는 고객 참여형 프로모션과 함께 다양한 기획전, 사은행사가 준비돼 있다.

우선 롯데백화점 광주점은 15일 오후 2시부터 선착순 200명을 대상으로 100% 당첨 스크래치 복권 이벤트를 진행한다. 롯데백화점 앱에서 광주점을 로그인해 스크래치 복권 교환권 다운로드 후 9층 사은행사장에서 1인 1회 참여 가능하다.

또한 합리적인 가격에 이월상품을 구입할 수 있는 브랜드 기획전은 오는 17일까지 선보인다. 블랙야크와 아이더 등이 참여하는 아웃도어 기획전과 여성 겨울 부츠 페스티벌, 루치아노최와 리베도 특집전 등이 진행된다.

광주신세계는 국내외 유명 브랜드가 자발적으로 참여하는 정기세일을 진행

한다. 세일 첫 주말인 15일부터 17일까지 신세계 신한카드로 전 장르 합산 30/60/100만원 이상 구매와 단일브랜드 200/300/500/1천만원 이상 구매시 구매 금액의 5% 상품권을 증정한다.

또 15일부터 12월1일까지 신세계 씨티카드를 전 장르 합산 20/40/60/100만원 이상 구매시 5%, 단일브랜드 200/300/500/1천만원 이상 구매시 5% 상품권을 증정한다. 증정 장소는 본관 지하1층 사은행사장에서 받을 수 있다.

사은행사와 함께 해외 유명 브랜드들의 시즌 오프도 시작된다. 바네사부르노/질스튜디오/자덕앤볼테르(11월22일-12월8일)에서 30%, 플로디피에로(11월29일-12월15일)에서 30%, 이자벨마랑(11월28일-12월14일)에서 20-30%의 브랜드에서 시즌 오프를 진행한다.

지난 8월부터 새롭게 오픈한 생활전문관부터 잡화, 여성, 남성, 아동, 골프, 스포츠, 아웃도어 이르기까지 다수 브랜드가 자발적으로 참여해 최대 30% 할인된 가격에 판매할 예정이다. /임후성기자

## 위니아딤채, 3분기 누적매출 '쑥'

### 전년 대비 36% 증가

대우위니아그룹의 위니아딤채는 김치냉장고, 냉장고, 공기청정기 등 주력 제품들의 선전에 힘입어 3분기 누적매출이 4천879억원을 기록했다고 14일 밝혔다. 이는 전년 동기 대비 36% 증가한 실적이다.

위니아딤채의 주력 상품인 김치냉장고 '딤채' 신제품이 8월에 출시하면서 특히 3분기 실적이 크게 향상됐다. 연결 기준으로 3분기에 매출액 2천227억원, 영업이익 83억원이며, 전년 동기 대비 각각 33%, 563% 증가했다.

실적은 김치냉장고와 일반 냉장고, 공기청정기 등이 견인했다. 김치냉장고 시장 1위인 '딤채'는 상반기 시장점유율을 36.6%로 확대하며 전년 대비 3.4%를 끌

어올렸다. 특히 수익성이 좋은 스탠드형이 전체 개선에 힘을 실었다.

프리미엄 냉장고 '프라우드' 또한 전년 동기 대비 2배 이상 판매가 늘었다. 올해 신규 론칭한 800리터 대용량 양문형 냉장고와 흥행하며 냉장고 경쟁력을 강화했다. 올 봄 미세먼지가 심해 에어가전(공기청정기 외) 또한 판매가 27% 가량 증가했다.

한편, 가전 계열사인 위니아대우 또한 실적이 크게 개선됐다. 위니아대우의 3분기 누적매출은 9626억원이다. 영업이익은 103억원 적자지만 작년 3분기 누적 영업이익에 비해 약 360억원 적자폭을 줄였다. 월 기준으로 보면 실적 개선 추세는 더욱 뚜렷하다. /임후성기자

## 롯데마트, 미국 아이스크림 '벤앤제리스' 판매

롯데마트는 미국의 유명 아이스크림 브랜드 '벤앤제리스'(사진)를 판매한다고 14일 밝혔다.

벤앤제리스는 지난 11월부터 서울역점과 서초점, 잠실점 등 전국 25개 점포에서 체리 가르시아·바닐라·청키몽키(이상 각 473ml)·초콜릿 퍼치 브라우니(453ml) 등 네 가지 맛으로 판매되고 있다.

벤앤제리스는 유지방 함량이 높아 밀



도가 높고 풍미가 좋으며 모든 원재료를 최상급으로 사용한 것이 특징이다

롯데마트는 벤앤제리스의 출시가 잠재적인 국내 아이스크림 시장에 반동의 계기가 되기를 기대하고 있다. /임후성기자

# 풍암동, 동부 센트레빌, 근린상가, 매매/임대

- 서구 풍암동 664-6번지, 상가 1층 4거리 코너 800세대 APT 정문 앞
  - 분양평수 50평, 실평수 36평 (기타 서비스 공간 10평 있음)
  - 현재, 대형마트 운영 중
  - 매매 - 9억원 → 7억원(대출 2억 5천만원 포함)
  - 임대 - 협의
- 문의. 010-6834-7400

