

“꾸미는 남자 늘었다”...남성 뷰티 소비 저변 확대

광주신세계 남성 화장품 매출 전년비 5% ↑

국내 남성 시장 5년 새 1조원대 대폭 성장

유통업계, 상품 세분화 시장 공략 전쟁을

K-뷰티 시장이 전 세계적으로 인기를 얻고 있는 가운데 지역에서도 외모와 건강을 함께 관리하는 남성들이 늘어나고 있다.

1일 광주신세계에 따르면 올해 1~9월 남성 화장품 매출은 전년 동기 대비 5% 이상 신장했다. 남성 고객들의 뷰티 제품에 대한 관심이 높아지면서 화장품을 직접 구매하는 수요도 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타났다.

이 같은 소비 흐름에 맞춰 백화점에서도 남성 고객을 겨냥한 상품과 매장 구성을 강화하고 있다.

과거 남성 화장품 매장이 스킨·로션 등 기초 제품을 중심으로 구성했다면 최근에는 향수와 기능성 스킨케어, 헤어케어, 두피관리 제품 등으로 품목이 확대되고 있다. 남성 고객들이 자신의 피부 상태나 생활 방식에 맞는 제품을 선택하는 등 구매 기준도 보다 세분화되는 추세다.

남성 화장품 시장도 성장세를 이어가고 있다.

시장조사기관 유로모니터에 따르면 국내 남성 화장품 시장 규모는 2019년 약 6천억원에서 2024년 1조3천300억원 규모까지 확대될 것으로 전망된다. 남성 뷰티 소비가 일시적인 유행을 넘어 하나의 시장으로 자리 잡으면서 관련 업계에서도 소비층의 변화에 주목하고 있다.

시장 규모가 커지면서 남성들이 선택하는 제품의 범위도 넓어지고 있다.

피부 타입과 고민에 맞춰 사용할 수 있는 기초 스킨케어 제품은 물론 톤업크림과 컬러립밤, 아이브로우 등 색조 제품을 찾는 소비자도 늘고 있다. 여기에 니플패치와 헤어 스타일링 기기, 두피케어 제품 등 세부적인 외모 관리에 활용할 수 있는 상품까지 소비 영역에 포함되고 있다.

향수 역시 남성 고객의 새로운 관심 품목으로 떠오르고 있다. 자신의 이미지와 개성을 표현하기 위해 향을 선택하는 소비가 늘면서 특정 성별을 겨냥한 제품뿐 아니라 남녀가 함께 사용할 수 있는 젠더리스 향수에 대한 관심도 높아지고 있다.

자기관리의 범위는 외모에서 건강과 체력 관리로 이어지고 있다.

단백질 보충제와 건강기능식품 등 웰니스 상품을 통해 운동과 영양, 건강을 함께 관리하려는 남성 소비자들이 늘면서 유통업계에서도 관련 상품 수요를 주목하고 있다.

이에 백화점 업계는 남성 고객의 소비 변화에 맞춰 뷰티뿐만 아니라 향수와 헤어·두피 관리, 웰니스 관련 상품까지 연원과 관심사, 라이프스타일에 따라 필요한 상품을 세분화해 제안하는 방식으로 관련 시장을 공략하는 모습이다.

광주신세계 관계자는 “웰니스 등 건강과 자기관리에 적극적으로 투자하는 남성 고객이 늘어나고 있다”며 “향수 등 남성 고객의 제품 수요에 맞춰 다양한 상품을 선보일 계획”이라고 말했다.

/안태호 기자



광주신세계 플레이스팟 푸마 매장에서 남성 직원이 여성 고객에게 러닝 베스트를 설명중이다.

<광주신세계 제공>

광주신세계, 가을 러닝 시즌 맞아 상품 추천

러닝 베스트·힙색·벨트 등 다양

장·단거리, 입문자 맞춤 상품 선택

아침저녁으로 선선한 바람이 불면서 가을 러닝을 준비하려는 고객들이 늘어나고 있다.

(주)광주신세계는 1일 “본격적인 러닝 시즌을 맞아 퍼포먼스의 향상과 소지품을 안전하게 보관할 수 있는 러닝 베스트(조끼)와 힙색을 추천한다”고 밝혔다.

러닝 베스트와 힙색은 소지품 보관과 수분 공급을 도와줘 러닝의 필수품으로 꼽힌다. 10km 이상 장거리 러너들은 수분 섭취와 체온 조절이 용이한 러닝 베스트를 선호한다. 다양한 상품 중 장거리 러너들이 선호하는 러닝 베스트에는 ‘살로몬’ 제품이 대표적이다.

광주신세계 플레이스팟 살로몬 매장에서 볼

수 있는 어드밴스드 스킨5 러닝 베스트(22만원)는 고기능성 초경량 메쉬 소재를 적용해 입지 않은 듯한 가벼운 착용감을 자랑한다. 전면 포켓에 물병을 보관할 수 있어 물을 마시기 편리하며, 신체 구조에 맞춘 밀착 설계로 격렬한 움직임에도 흔들림이 없어 전문 러너들에게 인기가 높다.

같은 층의 ‘뉴발란스’에서도 장거리 러닝을 위한 제품을 만날 수 있다. 광주신세계 뉴발란스에서 선보이는 ‘러닝 베스트(12만9천원)’는 넉넉한 수납력은 물론, 내부의 폼과 열기를 신속하게 배출하는 소재를 사용해 장거리 러닝 시에도 쾌적함을 유지해 준다.

‘푸마’ 역시 실용성을 강조한 러닝 베스트(12만9천원)를 선보인다. 스마트폰을 넉넉하게 수납할 수 있는 것은 물론, 러닝 베스트 자체에 물통이 기본 포함되어 있어 별도 구매 없이 간편하게 사용할 수 있는 것이 특징이다.

반면, 러닝을 새로 시작한 러너들은 조금 더 간편한 러닝 힙색을 많이 찾는다. 단거리를 주로 뛰는 입문자들은 무거운 물통을 챙기는 대신 스마트폰과 카드 등 필수 소지품만 챙기면 충분하기 때문이다.

광주신세계 플레이스팟 ‘데상트’는 허리에 단단히 밀착되는 러닝 힙색과 러닝 벨트를 1만9천~4만9천원에 판매하고 있다. 탄탄한 신축성으로 카드와 스마트폰 등 소지품을 안전하게 보관할 수 있으며 러닝 베스트보다 상대적으로 합리적인 가격대가 지긋지긋 초보 러너들의 문의가 이어지고 있다.

이정일 광주신세계 플레이스팟 팀장은 “러닝하기 좋은 날씨가 되면서 퍼포먼스를 높여주는 러닝 베스트와 힙색에 대한 관심이 늘고 있다”며 “광주신세계가 엄선한 상품들과 함께 즐겁고 안전한 러닝을 즐기길 바란다”고 말했다.

/안태호 기자

롯데百貨광주점 에트로, ‘단 하나의 캐시미어’ 제안

기성품 아닌 맞춤형 상품 소장 기회

롯데백화점 광주점이 올가을 고객의 개성과 취향을 반영한 맞춤형 패션 상품을 선보인다.

롯데백화점 광주점은 1일 “2층 에트로 매장에서 2일부터 6일까지 ‘나만을 위한, 단 하나의 캐시미어 코트’를 제안하는 MTO(Made-To-Order) 프로젝트를 진행한다”고 밝혔다.

이번 프로젝트는 에트로의 아이코닉한 코트를 고객 개인의 취향과 스타일에 맞춰 커스터마이징해 자신만의 특별한 코트를 완성할 수 있는 기회를 제공하기 위해 마련됐다. 기성 상품을 선택하는 데 그치지 않고 디자인과 스타일에 대한 고객의 개성을 반영해 오랜 시간 소장할 수 있는 맞춤형 상품을 제안하는 것이 특징이다.

특히 캐시미어 소재를 활용한 코트는 부드러운 촉감과 고급스러운 소재감으로 가을·겨울철 대표적인 프리미엄 아우터로 꼽힌다. 고객은 에



트로만의 아이코닉한 디자인을 바탕으로 자신의 취향을 담은 코트를 주문 제작할 수 있다.

주문한 상품은 약 8주간의 제작 기간을 거쳐 고객에게 전달될 예정이다. 롯데백화점 광주점은 이번 MTO 프로젝트를 통해 자신만의 스타일을 중시하는 고객들에게 차별화된 쇼핑 경험을 제공할 계획이다.

/안태호 기자

홈플러스익스프레스, ‘NS홈쇼핑 인수 100일’ 증정 이벤트

홈플러스익스프레스는 NS홈쇼핑에 인수돼 새로 출발한 지 100일이 된 것을 기념해 전국 매장에서 백일떡을 증정하는 이벤트를 한다고 1일 밝혔다.

이날 하루 전국 홈플러스익스프레스 매장에서 구매 고객을 대상으로 매장별 선착순 50명에

게 백일떡을 증정하고, 4일까지 나흘간 고객 감사 행사를 진행한다.

제주 하우스밀감, 시나노골드 사과 등 주요 장보기 상품을 특가로 선보이며 온라인몰에서는 4일까지 나흘간 매일 100명에게 할인쿠폰을 제공하고, 전체 고객에게 5만원 이상 구매시 5천

원 할인 혜택을 준다.

홈플러스 익스프레스는 지난해 홈플러스가 기업회생절차에 돌입한 뒤 상품 공급에 차질을 빚으며 매장 상품 구색이 줄고 고객 이탈을 겪었다. 이후 NS홈쇼핑이 인수자로 나서면서 협력사 지급보증 등을 통해 상품 공급 정상화에 나섰고, 지난 6월22일 인수 절차를 마무리한 뒤 이튿날부터 새로운 운영 주체 아래 영업을 이어 갔다.

/연합뉴스



철거 전문가

광주·전남 전지역 가능

- ✓ 철거 경력 20년!
- ✓ 광주·전남 전 지역 출장 가능
- ✓ 상가, 주택, 간판, 내부 철거 등
- ✓ 당일 견적 OK / 소규모 철거도 가능
- ✓ 안전·정리+깔끔함까지 책임집니다.

폐업

현주 제로레벨

☎ 상담전화

010.9842.5570



60플 라워

Flower



축하화환 3단



근조화환 3단

전국전지역6만배송 (기타낙후지역 배송비 추가요금발생)

Tel. 010-9984-0151 농협 박배성 302-0316-649511