

‘취향 저격’ 이색 팝업… 유통업계, 체험 마케팅 강화

개성·경험 중심 소비 트렌드 확산
광주신세계·롯데백화점 잇단 행사
빈티지·예술·로컬 등 다양한 구성
고객 취향 겨냥해 소통 확대 나서

개성과 경험을 중시하는 소비 트렌드에 맞춰 광주광역시 지역 유통업계가 고객 취향을 정조준한 이색 팝업 행사를 잇따라 전개하고 있다. 단순한 쇼핑 공간을 넘어 브랜드 경험과 소통을 앞세운 체험형 마케팅으로 소비자 발길 잡기에 나섰다.

24일 유통업계에 따르면 광주신세계는 오는 7월3일까지 본관 지하 1층 이벤트를 열어 해외 직수입 빈티지 팝업스토어를 운영하고 있다.

지난해 최초 운영된 ‘비바무역’ 팝업스토어는 가치 소비를 중시하는 MZ세대의 뜨거운 호응을 얻으며, 스트리트 브랜드부터 하이엔드 브랜드까지 다양한 중고 의류를 합리적인 가격에 선보여 주목받았다.

올해는 한층 풍성한 혜택으로 돌아왔다. 폴로 랄프 로렌 셔츠·니트, 버버리, 막스마라 등 인기 브랜드 제품을 5만원대부터 구매할 수 있으며, 팝업 첫 3일 동안 입장 고객에게는 비바베어 키링을 선착순



광주신세계가 지난해 MZ세대의 뜨거운 반응을 이끌었던 해외 직수입 빈티지 ‘비바무역’ 팝업스토어를 오는 29일까지 다시 선보이고 있다. 사진은 지난해 행사장의 모습.

광주신세계 제공

증정했다.

또한 50% 할인 특가존에서는 타미 힐피거 셔츠를 1만9000원에 판매하며, 3+1 프로모션을 통해 4개 구매 시 1개 무료 증정, 구매 금액별 사은품 증정 등 다양한 혜택이 제공된다.

오는 27~29일에는 비바무역과 플레이스팟 합산 10만원 이상 구매 시 7% 리워드 적립도 가능하다.

광주신세계는 오는 30일까지 본관 1층 이벤트홀에서 ‘나만의 작은 화실’을 콘셉트로 한 ‘에이틀리에 화실’ 팝업도 운영한다.

에이틀리에 화실은 부산광역시와 경북 경주시 등에서 ‘아이와 가볼 만한 곳’으로 알려진 드로잉카페로, 최근에는 이색 데이트 코스로도 인기를 끌고 있다.

이번 팝업에서는 베어브릭 DIY 키링,

캐릭터 컨버스화, 토이아트 체험 등 다양한 프로그램이 마련됐으며, SNS 팔로우 이벤트 참여시 사은품도 제공된다.

지역 맛집 브랜드와의 협업도 이어진다. 동구 동명동 웨이팅 맛집으로 알려진 ‘미리어드 베이커리’ 팝업은 26일까지 진행된다.

프랑스 AOP 인증 버터로 만든 ‘만경 크루아상’, ‘리얼 피스타치오 크루아상’, ‘뽕 스위스’ 등 인기 제품을 현장에서 만나 볼 수 있다.

광주신세계는 이처럼 지역 소상공인과의 상생을 위해 디저트 브랜드 팝업스토어 운영과 매장 입점 지원을 이어가며 로컬 브랜드의 전국화를 돕고 있다.

롯데백화점 광주점에서도 다채로운 여름맞이 행사와 함께 와인 축제까지 한층 풍성한 쇼핑 경험을 선사하고 있다. 3층 이벤트홀에서는 국내 주류 전문 브랜드 ‘요이츠’ 팝업 행사가 9월 말까지 이어진다. 요이츠는 통풍이 잘되는 시원한 소재와 독특한 주류 디자인으로 무더운 여름철 인기 아이템으로 자리 잡았다. 카디건, 원피스, 바지, 블라우스 등 다양한 품목이 준비돼 있으며, 최대 30% 할인 혜택을 제공해 합리적인 쇼핑이 가능하다. 특

히 화려한 컬러 조합과 세련된 디자인은 스타일과 실용성을 동시에 추구하는 소비자들의 마음을 사로잡고 있다.

아울러, 지하 1층 와인 본매장 및 행사장에서는 오는 29일까지 ‘롯데 와인 위크’가 펼쳐지고 있다. 이번 행사는 상반기 결산 특가 행사로, 무더운 여름철과 잘 어울리는 스파클링 와인과 화이트 와인을 중심으로 ‘여름 추천 와인’ 테마를 마련했다. 또한, 행사 기간에만 특가로 만날 수 있는 ‘머스트해브 와인’, 고객들이 상반기에 가장 많이 찾은 ‘베스트셀러 와인’, 가성비(가격 대비 효율) 뛰어난 ‘2만원대 와인’ 등 다양한 테마별 와인을 선보이며 선택의 폭을 넓혔다.

특히 20만원 이상 구매 고객에게는 5% 사은 혜택이 주어지며, 와인 클럽 가입 고객을 대상으로 구매 금액대별 7% 상당의 롯데상품권 증정 프로모션도 진행 중이다. 와인 애호가들은 물론, 여름철 선물용으로도 좋은 기회를 제공하며 소비자 만족도를 높이고 있다.

지역 유통업계는 소비자들의 취향을 저격하는 이색 팝업과 체험형 콘텐츠를 강화해 소비자와의 접점을 늘려간다는 계획이다. **윤준명 기자** junmyung.yoon@jnilbo.com

‘출근룩 변화’… 광주신세계, 스니커즈 매출 ‘쑥쑥’

오니츠카타이거·에코 목표 초과
캐주얼 확산에 인기몰이 이어가
착화감 편안해 직장인 부담 낮춰

출근룩으로 캐주얼 복장을 선택하는 기업이 늘어나면서 구두 대신 스니커즈와 운동화를 찾는 고객들이 증가하고 있다. 유통업계도 트렌드에 맞춰 출근룩으로 인기 좋은 스니커즈 등을 다양하게 선보이며 발빠르게 고객잡기에 나섰다.

24일 (주)광주신세계는 플레이스팟에 입점한 ‘오니츠카타이거’의 지난 1분기 매출이 전년 대비 20% 넘게 상승했다고 밝혔다.

국내 제화업계 매출이 감소하는 상황에서 스니커즈를 주력으로 내세운 오니츠

카타이거는 오히려 매출 신장을 기록했다. 업계는 캐주얼 출근룩을 허용하는 회사가 늘면서 스니커즈 수요가 함께 늘어난 것으로 보고 있다.

광주신세계 오니츠카타이거에서 출근룩으로 추천하는 모델은 멕시코 66이다. 날렵한 라인의 아이코닉한 디자인으로 1960년대에 출시됐지만 현재까지 꾸준히 사랑받는 스니커즈다.

브랜드를 상징하는 사이드 스트라이프 로고에 화이트와 옐로우 등 다양한 컬러로 출시되면서 캐주얼은 물론 포멀한 스타일에도 활용도가 높다.

스니커즈 인기에 힘입어 주목받는 또 다른 브랜드는 덴마크 프리미엄 슈즈 브랜드 ‘에코(ECCO)’다. 광주신세계 본관 3층에 있는 에코 역시 지난 1분기 매출 목

표를 초과 달성하며 인기몰이 중이다.

에코에서 출근룩으로 가장 높은 관심을 얻는 모델은 ‘스트리트 720’이다. 농구화에서 영감을 받은 디자인에 고어텍스 서라운드를 결합해 일상 속에서 편안한 착화감과 방수 기능을 제공한다. 공기 순환 통로가 있어 날씨와 관계없이 발의 체온을 일정하게 유지해 장시간 착용해야 하는 직장인들 사이에서 인기가 높다.

광주신세계 에코는 지난 13일부터 2025년 SS상품에 한해서 최대 30%까지 할인하는 시즌오프 행사를 진행하고 있다. 이번 행사는 상품 소진시까지 진행되며 일부 품목은 제외된다.

이외에도 광주신세계에는 ‘소다’, ‘텐디’, ‘미소페’, ‘금강’, ‘락포트’ 등 스니커즈를 구매할 수 있는 다양한 브랜드들을



(주)광주신세계 플레이스팟 오니츠카타이거 매장에서 직원이 멕시코 66 스니커즈를 들고 있다.

(주)광주신세계 제공

만날 수 있다.

이정일 광주신세계 플레이스팟 팀장은 “캐주얼 출근룩이 확산되면서 장시간 신

어도 발이 아프지 않고 활동하기 편한 스니커즈를 찾는 고객들이 늘고 있다”고 설명했다. **윤준명 기자**

DK

DK

디케이 주식회사

봄, 공기의 새로운 정의

공간을 빛내는 선택

봄철 미세먼지와 꽃가루도

이제 걱정 없이,

깨끗한 공기를 집 안으로.

모든 순간을 더 건강하게

디케이 공기청정기·살균기

www.e-dk.co.kr

판매 및 A/S 문의 1544-1154