



‘칠레 와인 맛보세요’ 홈플러스는 프리미엄 와인 시장 공략을 위해 기획한 ‘슈퍼스타4’ 세 번째 시리즈로 칠레의 와인메이커스 랫 4종을 각 1만8900원에 판매한다. 20일 홈플러스 서울 강서점에서 칠레 와인 그림 콘차이토로의 마케팅 담당인 캐롤린 에더링턴(오른쪽)과 모델이 제품을 소개하고 있다.

사진제공 | 홈플러스

명절 끝! 이제 집 정리 해야지, 가을 옷 사야지

유통가, 포스트 추석 마케팅 시동

롯데마트 ‘가을 홈퍼니싱 기획전’ 등 가을시즌 인기 품목 할인행사 진행

추석 연휴가 끝나면서 유통업체가 포스트 추석 마케팅에 시동을 걸었다. 연휴가 끝나고 가을시즌에 돌입하면 인기가 높아지는 품목을 대상으로 할인행사를 벌인다.

롯데마트는 28일까지 ‘가을 홈퍼니싱 정리제안 기획전’(사진)을 진행한다. 가을철 집 단장 수요가 친척들의 방문이 끝난 명절 이후 늘어나는 것을 감안한 행사다. 대표 품목으로는 ‘점보 리빙 박스’(60L)를 9900원에, ‘3·4단 플라우드 서랍장’을 각 4만9900원·2만9900원

에 판매한다. 또 수납함으로도 사용 가능한 1인용 의자 ‘싱글 스톨’을 1만4900원에, 2인용인 ‘더블 스톨’은 2만6900원에 선보인다. 벽 장식용으로 사용하기 좋은 그림 액자도 최대 30% 가격 인하를 통해 3만3000원, 2만9000원, 2만2000원 균일가 처분에 들어간다. 엘포인트 회원은 욕실용 수납 선반인 ‘조이스텔 프레임 스텐 코너’를 20% 할인된 가격에 구매할 수 있다. 세제없이 청소가 가능한 밀대걸레 ‘캐치맘 6종 세트’도 30% 할인해 판매한다.

명절 직후 완구 소비가 늘어나는 추세를 감안한 행사도 벌인다. 홈플러스는 28일까지 전국 141개 점포 및 온라인쇼핑에서 다양한 할인행사를 실시한다. ‘터닝카드’와 ‘카봇’, ‘파워레인저’, ‘레고’ 등 인기 캐릭터 완구 모음전

도 마련했다. ‘주방놀이세트’와 ‘CAT 기차세트’, ‘CAT 트랙헬멧샵세트’, ‘1:14 무선조종슈퍼카’ 등 다양한 완구를 행사카드 결제 고객에게 최대 50% 할인해준다. 큐레이션 쇼핑물 G9는 25일까지 미국 장난감 업체 마텔의 완구에 10%할인 쿠폰과 5%캐시백 혜택을 제공하는 기획전을 마련했다. 할인쿠폰과 캐시백을 모두 적용하면 ‘디즈니 겨울 왕국 엘사의 미니 캐슬’을 6926원에, 동물 피규어가 포함된 ‘옥토퍼 탐험선·플레이 세트’는 2만7275원에 구입할 수 있다. 신생아들의 ‘국민 체육관’으로 불리는 ‘피서 자동차 아기체육관’도 4만2237원에 구입 가능하다.

완연한 가을날씨가 시작되면서 패션 상품도 판매한다. 롯데백화점은 25일까지 ‘루즈&라이트’ 스타일의 트렌치

코트와 재킷을 판매하는 ‘2016 트렌킷 페어’ 행사를 벌인다. 롯데닷컴도 10월 2일까지 가을 패션 신상품을 한데 모은 ‘2016 가을 신상 패션대전’을 연다. CJ 오쇼핑의 경우 가을·겨울 시즌을 맞아 고급 패션 브랜드를 단독 론칭하며 홈쇼핑 패션 시장의 차별화에 나선다.

김명근 기자 dionys@donga.com



추석 연휴 기간 모바일로 쇼핑 대이동

G마켓, 연휴 매출 모바일 비중 77% 전 주 같은 기간보다 11%p 늘어나

지난 추석 전자상거래 가운데 모바일 플랫폼의 인기가 높았던 것으로 나타났다.

오픈마켓 G마켓은 추석 연휴(9월 14~18일) 동안 주요 상품군 매출 비중을 조사한 결과 모바일 비중이 77%에 달했다고 20일 밝혔다. 이는 전 주 같은 기간 비중(66%)보다 11%포인트나 늘어난 수치다. G마켓 이용자 10명 중 7명이 모바일로 쇼핑을 한 셈이다. 품목별로 보면 주로 여성 고객들이 많이 찾는 품목들의 모바일 비중이 높았다. 가장 높게 나타난 품목은 유·아동 용품

으로 83%에 달했다. 기저귀와 분유 등 육아 필수품을 비롯해 장난감, 유·아동 의류 등을 포함한 결과다. 명절을 맞아 자녀나 조카를 위해 지갑을 연 사람들이 많았던 것으로 분석된다. 의류나 잡화, 화장품 등 패션·뷰티용품도 모바일 매출 비중이 79%로 나타났다.

이밖에 생활용품(77%)과 식품(73%), 여행·힐링 상품(70%) 등도 상대적으로 모바일 매출 비중이 높은 것으로 조사됐다.

김소정 G마켓 마케팅실 전무는 “연휴엔 차량으로 이동하는 시간이 많은데 다 고향이나 친척집에 머물면서 평소보다 스마트폰을 접할 기회가 많다 보니 모바일 쇼핑 비중이 높게 나타난 것 같다”고 말했다.

김명근 기자

위메프 본사에 ‘레이싱 시뮬레이터’ 지티기어 쇼룸 운영

소셜커머스 위메프는 23일까지 서울 삼성동 본사 1층에 레이싱 시뮬레이터 전문 유통 브랜드 지티기어의 쇼룸을 운영한다.

쇼룸을 방문한 소비자들은 모션 시스템이 추가된 고사양의 레이싱 시뮬레이터(사진)를 직접 시연해볼 수 있다. 파나틱과 트러스트마스터의 레이싱휠, 모션 시뮬레이터 제작업체인 모션하우스의 모션기어, 레이싱휠 거치대 제작업체인 플레이시트와 알시트의 제품들이 설치됐다. 방문 고객들에게는 레이싱 거치대와 레이싱 휠 패키지를 할인가에 구입할 수 있는 기회도 준다.

플레이시트의 프로젝트 카스 에디션과 트러스트마스터의 T300페라리 패키지 상품의 경우 32.5% 할인한 89만원



에 구입할 수 있다. 플레이시트와 트러스트마스터의 패키지도 약 32% 할인한 가격에 한정수량 판매한다.

한편 위메프는 지티기어 브랜드관을 운영 중이다. 이곳에선 20만~30만원대 중저가 장비부터 1000만원대의 최고급 장비까지 레이싱 시뮬레이터를 구성하기 위해 필요한 모든 장비를 구입할 수 있다.

김명근 기자

여행



시인 윤동주의 문학세계와 삶을 테마로 해서 가을문학공원으로 변신한 에버랜드 장미원(왼쪽)과 윤동주의 대표작 ‘별 헤는 밤’을 테마로 한 서화작품을 감상하는 아이들.



사진제공 | 에버랜드

가을, 윤동주 시인의 문학세계로

에버랜드, 윤동주 테마로 문학축제 가을문학정원·야외갤러리 등 조성

에버랜드가 이 가을에 국화와 시의 향기를 느낄 문학축제를 마련했다.

우선 장미원이 2017년 탄생 100주년을 맞는 시인 윤동주를 테마로 한 ‘가을 문학정원’으로 변신했다. 시인의 삶과 예술세계, 대표작품을 사진, 영상, 캘리그래피, 컨버전스 아트 등 다양한 형태로 만날 수 있다.

이영ற 교수가 정원의 콘셉트부터 전시 구성까지 자문에 참여했다.

윤동주 시인의 작품에 많이 등장하는 밤하늘과 별을 국내 1호 천체 사진작가 권오철의 사진과 영상으로 감상하는 야

외 갤러리도 마련했다.

7월 오픈 한 뮤지კ든에서는 코스모스, 구절초, 아스타 등 가을 대표 꽃들과 함께 수령이 100년을 넘은 소나무 분재 등 희귀분재 70여 종을 전시한다. 식물 전문가가 가을꽃의 생태와 숨은 이야기를 설명해주는 어린이 대상 식물 도슨트(Docent) 프로그램을 24일부터 10월22일까지 매주 토요일에 하루 5회씩 진행한다.

이밖에 할로윈 축제기간에 맞춰 22일부터 국화로 만든 할로윈 토피어리 작품을 포시즌스 가든에 전시한다. 10월16일까지 유령, 호박 등 할로윈을 상징하는 소재와 고양이, 달팽이, 하트 등 20여 주제의 국화 작품을 볼 수 있다.

김재범 기자

전임사장 때문에…강원랜드 또 ‘곤욕’

위터파크 사업, 이번엔 업무추진과정 논란 “KDI 보고서 무시하고 야외시설 비중 늘려”

‘갈 길은 멀고 할 일은 많은데 매번 위터파크 때문에 속앓이.’

강원랜드가 카지노 편중의 매출을 혁신하기 위해 추진 중인 위터파크 사업이 전임사장 시절 업무 추진과정의 문제로 다시 구설수에 올랐다.

최근 일부 언론에서는 강원랜드가 위터파크를 추진하면서 2012년 한국개발연구원(KDI)이 실시한 사업타당성 조사를 무시하고 정반대로 사업을 추진했다고 지적했다. 당시 KDI는 강원랜드가 고지대라 무더위가 짧고 겨울이 길기 때문에 물놀이 시설의 절반 이상을 실내에 조성해야 한다고 권고했다. 하지만 실제 사업은 KDI의 보고서와는 달리 전체 시설의 70%를 야외에 건설하는 방향으로 진행됐다. 이후 당시 대표이사였던 최홍집 사장이 강원 도지사 출마를 위해 사퇴했고, 위터파크 사업을 재검토하면서 다시 KDI보고서의 내용처럼 지역특

성에 맞춰 실내시설을 늘리는 방향으로 재설계했다. 이 과정에서 재설계 비용으로 43억원이 추가 지출됐고, 1차 설계에 들어갔던 90억원은 결국 불필요하게 낭비한 것이 됐다는 지적이다.

●강원랜드 “해당 문제는 전임사장 때 발생” 이에 대해 강원랜드는 “해당 문제는 현 경영진이 아닌 전임사장 시절 발생한 것”이라며 관련사항을 해명하는 입장자료를 20일 발표했다.

강원랜드 입장 자료에 따르면 2010년 처음 위터파크를 기획할 당시만 해도 KDI 보고서에 맞춰 실내와 실외의 비율을 70대30으로 기획했으나, 2011년 취임한 최홍집 사장이 이듬해 테스크포스(TF)를 구성, 사업을 원점에서 재검토할 것을 지시하면서 바뀌었다는 것. 당시 최홍집 사장이 직접 주재한 테스크포스 회의에서 당초 안에



비해 실외 면적을 5배 늘린 수정안으로 설계를 변경해 2014년 8월 공사에 들어갔다.

이후 2014년 11월 출범한 현 경영진이 야외시설을 대폭 줄이고, 힐링시설과 스파시설을 도입해 실내시설을 늘려 50대50으로 비율을 조정하는 것으로 사업계획을 다시 수정했다. 이 과정에서 완공시기가 6개월 정도 늦어지는 것이 불가피해지자, 지역 주민들은 현수막(사진) 400여 개를 내걸고 기존 안(최홍집 안) 고수를 강하게 요구했다는 것이 강원랜드의 주장이다.

강원랜드가 위터파크 사업과 관련해

홍역을 치르는 것은 이번이 처음은 아니다. 최홍집 사장 시절인 2013년 감사원은 위터파크의 예상 입장객수를 지나치게 부풀리는 등 사업타당성이 부정확하다고 지적했다. 올해 7월에도 위터파크 설계용역의 수의계약 특혜와 용역비 과다지출이 논란이 됐다.

하지만 강원랜드는 공기 추가지연을 막고, 비용절감을 위해 시공사가 설계업자를 선정했고, 변경설계비도 국토부 고시를 따랐다는 입장이다.

강원랜드 관계자는 “만약 지역여론을 의식해 기존안 그대로 시공했다면 요즘 문제가 된 부실 자회사처럼 위터파크 사업도 부실화를 피하기 어려웠을 것”이라며 “새로운 안을 만들어 실질적으로 투자비와 공사기간을 절감했는데 문제를 제기하는 것은 타당하지 않다”며 반론을 제기했다.

김재범 기자 oldfield@donga.com

울란바토르·테헤란 지사 강화 한국관광공사, 조직개편 단행

한국관광공사가 국제관광과 관광산업 기능강화를 위한 조직개편을 했다.

우선 정부, 관광업계, 지자체, 지역주민 등 다양한 관광 이해관계자의 협업 체계 강화를 위해 관광산업실, 지역관광실, 관광기업지원단을 신설했다.

국제관광분부를 2개 본부로 확대해 편 해 외래 관광객 2000만 명 목표달성을 위해 조직역량을 강화했다. 이와 함께 외래 관광객의 지방 분산과 국민들

‘서울국제트레블마트’ 개막

한국방문위원회와 서울시가 공동으로 주최하는 ‘2016 서울국제트레블마트’가 20일 서울 홍은동 그랜드힐튼서울 컨벤션홀에서 개막했다. ‘2016~2018 한국 방문의 해’ 기념 방한상품 개발을 위해 국내외 관광관련업체 간 B2B(기

의 지역관광 활성화를 위해 관광산업과 국내관광, 관광콘텐츠 개발중심으로 조직을 재편했다. 또 ICT융합실을 신설, 경영혁신본부에 배치해 ICT기반의 신사업 발굴 및 핵심기능 강화기반을 구축했다.

해외지사는 시장성을 검토해 저성장·저효율 시장의 구조조정을 했다. 2개 지사(나고야, 이스탄불 등)를 폐쇄하고 1개 지사(블라디보스톡)를 ‘1인 사무소’로 전환했다. 해외지사 구조조정을 통해 확보된 자원은 관광시장 다변화를 위해 울란바토르, 테헤란, 알마티 등의 신규 지사에 배치했다.

김재범 기자

업간 거래) 비즈니스를 지원하는 행사다. 해외 주요 여행사 300여개 업체와 국내 500여개 관광관련 업체가 참여한다. 20일과 21일 개막식과 트레블마트, 지자체설명회, 홍보부스 전시 등의 행사가 열리고, 22일부터는 1박2일 일정으로 지자체 팸투어를 진행한다.