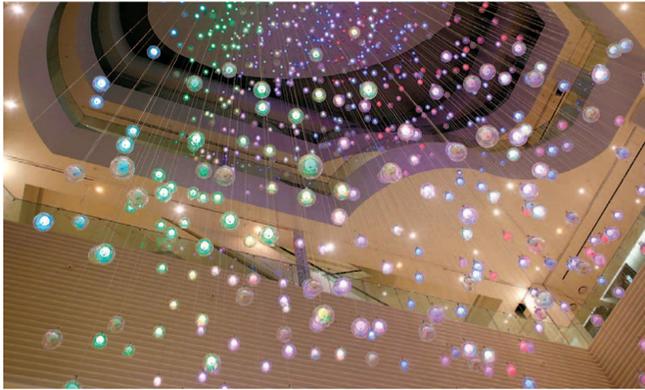


NS홈쇼핑, 오늘 '오동동아구할매집 아구찜' 론칭 방송

NS홈쇼핑이 28일 오후 3시40분 T커머스 채널 NS샵플러스에서 '오동동아구할매집 아구찜' 론칭 방송을 진행한다. 경남 창원시 마산아구찜거리에 위치한 오동동아구할매집의 레시피를 적용한 가정간편식이다. 재료부터 양념장까지 원조의 맛을 담는데 집중했다. 론칭 방송에서는 아구찜 8팩을 3만 9900원에 판매하며, 모바일 앱으로 주문 시 10% 할인 혜택을 제공한다.



AK플라자 광명점 29일 그랜드 오픈



일상의 특별함을 선사하는 라이프스타일 쇼핑몰인 AK플라자 광명점이 29일 오픈한다. 900개의 LED볼에서 뿜어내는 빛의 움직임이 어우러진 키네틱 아트(왼쪽)와 도심 속 작은 숲을 의미하는 '어반 그로브' 콘셉트로 꾸민 지하 2층 푸드 테라스. 사진제공 | AK플라자



'일상의 특별함' 선사하는 쇼핑몰이 온다

체험 엔터 식음료 가전가구 키즈 등 라이프스타일 분야 매장 70% 차지 900개 LED볼 키네틱 아트 환상적 식물 활용 그린테리어로 힐링 선사 29일 오픈... 뛰어난 접근성 매력



AK플라자 광명점 외부 전경

AK플라자가 29일 경기 광명시 일직동 소재 미디어&아트 복합문화단지인 유플래닛 내 상업지구엔 AK플라자 광명점을 그랜드 오픈한다. 홍대점, 기흥점, 세종점에 이어 AK플라자가 4번째로 선보이는 쇼핑몰이다.

영업면적 4만6305㎡, 지하 2층~지상 4층 총 6개 층으로 구성했다. KTX 광명역에서 도보로 5분 및 강남순환고속도로, 제2·제3경인고속도로, 서해안고속도로, 광명-마곡-문산 고속도로 등 5개의 주요 고속도로가 만나는 지점에 위치해 뛰어난 접근성을 자랑한다. 유플래닛 입주 시설과 더불어 기존 롯데몰, 이케아, 코스트코 등과 함께 파워 유통 단지를 형성할 예정이다.

● '데일리 프리미엄' 가치 재해석

콘셉트는 일상으로의 연결을 의미하는 '커넥팅 투 라이프(Connecting to Life)'다. AK플라자의 핵심 슬로건인 고객의 일상에 특별함을 선사하는 '데일리 프리미엄'의 가치를 재해석했다. 체험·

엔터, 식음료, 가전·가구, 키즈·교육, 스포츠·잡화 등 고객 일상과 연결된 라이프스타일 분야가 전체 매장의 약 70%를 차지한다.

특히 핵심 소비층인 3040 키즈맘이 주요 타깃이다. 미술, 목공, 필라테스 등 일상 속 충전이 가능한 체험형 공간을 마련했다. 지하 2층에 위치한 예술 체험 공간인 '성수 미술관'과 '프랑스 목공소', 3층에 위치한 피트니스센터 '루케테80' 등이 대표적이다.

또 지하 1층에 키즈카페 '챌피언 더 에너자이저', 키즈 영어 멤버십 클럽 '프로맘킨더 리저브' 등 어린이 액티비티와 교육 공간을 선보였다. 이밖에도 반려동물을 가족처럼 여기는 '펫팜족' 고객을 겨냥해 반려동물 입장도 가능하다.

'데일리 프리미엄'의 가치를 새로운

경험을 통해 충전과 힐링이 가능한 쇼핑 공간으로 풀어냈다. 이를 위해 최근 쇼핑몰 트렌드로 자리매김한 대형 보이드를 적용해 넓은 개방감과 함께 쾌적한 쇼핑 공간을 구현했다. 또 쇼핑몰 천장 중심부에 아파트 11층 규모인 33m 높이의 키네틱 아트를 연출했다. 키네틱 아트는 움직임이 있는 예술작품을 의미한다. 총 900개의 LED볼에서 뿜어내는 빛과 선율에 따른 우아한 움직임이 어우러져 마치 하나의 예술 작품을 보는 듯하다. 빛, 사랑, 영화 OST 등의 테마곡에 맞춰 매시 정각에 연주된다. 키네틱 아트 국내 최대 규모 부문으로 KRI한국기록원의 공식 인증도 받았다.

● 그린테리어로 도심 속 작은 숲 구현

인테리어 콘셉트는 도심 속 작은 숲을

의미하는 '어반 그로브(Urban Grove)'로 잡고, 그린테리어(그린+인테리어)와 시그니처 향기로 공간을 구체화했다.

인테리어의 경우, 프리미엄 식물을 활용해 실내에서도 자연을 느끼며 쇼핑이 가능한 그린테리어로 집객력을 높였다. 공간 곳곳에 시그니처 화분을 비치해 인테리어에 입체감을 더했다.

어반 그로브 테마를 한눈에 볼 수 있는 곳은 지하 2층에 위치한 1653㎡ 규모의 푸드 테라스다. 데크와 인조 잔디를 활용해 완성한 푸드테라스와 함께 널찍 천정이 이색적인 평상형 좌석 등을 마련해 고객이 그린테리어 속에서 자유로이 음식을 즐길 수 있도록 했다.

여기에 시그니처 향인 '모닝 스피클링' 향기를 덧붙였다. 모닝 스피클링은 그린 계열의 향으로 신선한 바람과 싱그러움의 이미지를 담은 것이 특징이다. 마치 실제 정원에 와 있는 것과 같은 이색적인 쇼핑 경험을 선사한다.

김재천 AK플라자 대표는 "AK플라자의 28년 유통 역량과 노하우를 담아 고객의 일상에 특별함을 선사할 수 있는 데일리 프리미엄 쇼핑몰을 선보였다"며 "다양한 콘텐츠와 풍부한 시설로 쇼핑, 힐링, 문화 등 다채로운 경험을 선사함은 물론, 입지적 장점과 쾌적한 쇼핑 환경을 발판삼아 광명의 새 랜드마크로 키울 것"이라고 했다.

정정욱 기자 jay@donga.com

남양유업 홍원식 회장, 주총 의결권 금지 법원 '의결권 행사시 한엔코에 100억 지급'



홍원식 남양유업 회장을 비롯한 일가 3명이 29일 신규 사내 이사를 선임하는 임시주총에서의 결권을 행사하면 안 된다는 법원 결정이 나왔다. 국내 사모펀드

21일 서울 여의도 국회에서 열린 환경노동위원회 국정감사에 증인으로 출석한 홍원식 남양유업 회장. 뉴스시스

운용사인 한엔컴퍼니(이하 한엔코)가 홍 회장이 임시주총에서 측근들로 이사회를 구성하려 한다며 제기한 가처분 신청을 법원이 인용한 것이다.

서울중앙지법 민사합의50부(부장판사 송경근)는 27일 한엔코가 홍 회장과 홍 회장 아내 이윤경 고문, 손자 홍승의 군을 상대로 낸 의결권 행사 금지 가처분 신청에 대해 인용 결정했다. 재판부는 "29일 사내이사 3명과 사내이사 1명을 뽑는 임시주총에서 의결권을 행사해서는 안 된다"며 "만약 의결권을 행사할 경우 100억 원을 한엔코에게 지급해야 한다"고 했다.

앞서 홍 회장은 5월 27일 한엔코와 남양유업 보유 지분에 대한 주식매매계약을 맺었다가, 9월 1일 한엔코가 경영에 부당하게 간섭하고 비밀유지 의무를 위반했다며 계약 해제를 일방 통보한 바 있다. 이에 한엔코는 주식매매계약이 이미 확정됐으므로 홍 회장이 남양유업의 등기입원으로 한엔코가 지명한 후보를 선임하는 등의 방법으로 경영권을 확보할 수 있도록 해줘야 한다고 반박했다.

법원은 주식매매계약이 유효하다고 봤다. 재판부는 "양측의 주식매매 계약상 거래 종결일이 7월 30일 오전 10시로 확정됐고, 채무자들(홍 회장 등)의 계약 해제 통지는 효력이 없어 주식매매 계약이 여전히 유효하다고 볼 수 있다"며 "이번 임시주총은 채권자인 한엔코의 경영권 확보를 저지 또는 지연시키기 위한 목적으로 보인다. 이사진이 새로이 구성되면 임기가 3년이 보장돼 한엔코로서는 본안 사건에서 승소하더라도 새 이사진을 교체하기 어려워진다"고 했다.

정정욱 기자

코오롱FnC '코오롱물 쇼핑 페스티벌' 실시 내달 18일까지 겨울 아우터 등 할인 판매



코오롱FnC의 온라인몰인 코오롱몰이 11월 18일까지 '2021 코오롱물 쇼핑 페스티벌(사진)을 진행한다.

매년 하반기에 진행되는 행사로, 겨울 아우터 등 다양한 아이템을 할인 판매한다.

또 프로모션을 통해 신규 및 기존 회원이 각각 고른 혜택을 받을 수 있도록 기획했다.

코오롱몰의 브랜드 캠페인도 전개한다. 코오롱FnC의 온라인몰이라는 이미지를 뛰어넘어 '쇼핑의 재미를 체험하는 쇼핑몰'로의 정체성을 알리기 위해서다. 코오롱(KOLON)의 영문 철자 중 가운데 'OLO'를 눈과 코로 향상화해 코오롱몰의 아이콘으로 활용한다. 또 11월 1일부터 공명과 배운영을 모델로 내세운 코오롱몰 광고를 선보인다.

고나현 코오롱몰 운영팀장은 "이번 행사를 통해 좀 더 많은 고객들에게 가깝게 다가가고자 한다. 매일 방문해도 항상 새로움이 넘치는 코오롱몰을 보여드릴 것"이라고 했다.

한편 코오롱FnC의 남성복 브랜드 브랜우드는 '캡슐 컬렉션'을 내놓았다. 콘셉트는 '미초 클래식'으로, 미국의 액션배우 스티브 맥퀸에게 영감을 받았다. 라이더 재킷, 헤링턴 재킷, 무릎 재킷, 피셔 니트, 데님 셔츠 등으로 구성했다.

회사 측은 "이번 캡슐 컬렉션을 통해 남자와 남자다움에 대한 이야기를 전하고 싶었다. 올 겨울 클래식한 마초 스타일에 도전하기를 바란다"고 했다.

편집 | 신하늬 기자 myhuki@donga.com

'위드 코로나'로 폭발하는 연말소비...e커머스도 대규모 할인전 나서

G마켓·옥션 역대급 행사 빅스마일데이 11번가는 내달 1일~11일 십일절 진행

'위드 코로나'를 앞두고 연말 소비심리가 깨어나면서 유통 업체들이 대규모 할인 행사에 나선다. e커머스 기업들도 대목을 맞아 11월 역대 최대 할인 행사를 준비하고 있다.

G마켓과 옥션이 16일부터 22일까지 총 4650명의 고객을 대상으로 11월 개최하는 연중 최대 쇼핑 행사 '빅스마일데이'의 쇼핑 계획에 대한 설문조사를 진행한 결과, 지난해보다 지출이 크게 늘어날 전망이다. 최대 얼마를 쓸 계획인지 묻는 질문에 '100만 원을 쓰겠다'는 응답이 22%로 가장 많았고, 30만 원이 21%, 50만 원이 19%

뒤를 이었다. '200만 원을 쓰겠다'는 응답도 10%를 차지했다. 지출 예상 금액을 평균으로 환산하면 약 64만1000원이다.

지난해 동일 설문 조사의 평균 지출금액 46만 9000원보다 20만 원 가까이 늘었다. G마켓과 옥션은 빅스마일데이를 앞두고 31일까지 티저 프로모션을 진행한다. '50% 랜덤쿠폰', '반값 e쿠폰딜' 등의 혜택을 제공하고 빅스마일데이 전야제 라이브방송도 진행한다.

경쟁사들도 11월 대규모 할인 행사를 진행한다. 11번가는 내달 1일부터 11일까지 역대 최대 규모 '2021 십일절 페스티벌'을 연다. 인기 브랜드의 참여를 대폭 늘린 것이 특징이다.

삼성전자와 LG전자, CJ제일제당, 애플 등 국내외 톱 브랜드는 물론, 올 한해 업무

협약(JBP)을 맺고 단독 프로모션을 진행한 아모레퍼시픽, 휠라, 풀무원 등 약 70개 브랜드가 참여한다. 고객들의 상품 선호도 분석과 판매 빅데이터에 기반해 디지털과 마트, 패션, 뷰티, 리빙 등 각 분야에서 경쟁력 있는 1200여 개 브랜드를 선의했다.

11번가는 행사 기간 중 매일 11번의 라이브방송도 진행한다. 또 타임딜 특가와 '100원 딜' 상품, '아마존 글로벌 스토어'에서 만날 수 있는 11번가 단독 딜 상품, 쿼즈 이벤트 등 다양한 쇼핑의 재미도 선보일 예정이다.

이상호 11번가 사장은 "11월을 기다려준 고객분들께 만족스럽고 흥겨운 쇼핑 축제로 설렘과 감동을 선물할 수 있도록 명성에 걸맞은 행사를 만들겠다"고 말했다.

위메프도 11월 1일부터 7일까지 '위메



e커머스 기업들이 대목을 맞아 11월 대규모 할인 행사를 펼친다. G마켓과 옥션의 '빅스마일데이'. 사진제공 | G마켓

프데이'를 운영한다 행사 기간 중 매일 다른 콘셉트에 맞춰 톱10 상품을 큐레이션하는 '콘셉트딜'과 대표 행사인 '타임 세일'을 진행한다. 고객 호응이 좋았던 40개 브랜드를 모은 '브랜드관'도 마련할 예정이다. 김영근 기자 dionys@donga.com