



대형 유통, 이젠 온라인 입점 경쟁

롯데·현대 등 백화점 이어 아울렛까지 가세
네이버 쇼핑윈도·카카오 등 다채널 공략

대형유통점포 간 온라인 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 온라인이 지속적인 성장세에 있는 만큼 관련 매출을 최대한 끌어올려 오프라인 침체를 만회하기 위해서다. 지난해부터 자사와 계열사는 물론 CJ오쇼핑, GS숍 등 인터넷몰과 위메프 등 소셜커머스로 확대됐고, 올해는 네이버와 카카오까지 활발히 공략 중이다.

오프라인은 해당 상권 내 국한되지만 온라인은 전국을 대상으로 할 수 있기 때문에 더 확대되는 추세로, 평균적으로 점포당 3~4개 온라인 판매채널을 가동 중이다.

최근 특히 눈에 띄는 것이 네이버 쇼핑 윈도 속이다. 입점돼 있는 오프라인 백화점·아울렛 점포수가 지난해 초에 비해 유통사별로 2~3배 늘었다.

이달 중순을 기준으로 네이버 윈도 속에는 롯데백화점(본점, 부산본점), 롯데 아울렛(파주점, 이천점, 동부산점), 현대백화점(미아점, 무역센터점, 천호점, 목동점, 압구정점, 중동점), 현대아울렛(가산점, 김포점), AK플라자(구로본점, 수원점, 분당점), 대구백화점(본점, 프라자점), W몰, 마리오아울렛, NC아울렛 아탑점, 세이브존 노원점, LF 인천점 등 23

개 오프라인 점포가 입점해 영업 중이다.

입점 점포들의 자사몰이나 계열사몰과 연동된 형태로 전개되는 것이 대부분으로, 이 경우 연동된 몰은 3% 가량의 네이버에서 결제 수수료를 지불한다.

카카오톡 선물하기에는 현대백화점 점포가 입점돼 있다. 지난 4월 현대 무역점이 현대 중동점에 이어 두 번째로 영업에 들어갔다. 카카오톡 목표대비 달성률은 좋은 편이다. 네이버와 달리 본인 구매보다는 선물구매가 주가 되기 때문에 의류는 언더웨어 주문이 많은 특징을 보이고 있다.

백화점 한 관계자는 "네이버는 포털 영향력이 크데다 가격검색

으로 온라인쇼핑 이용자가 크게 증가, 파워가 대단하다. 특히, 영(young) 고객들은 매장에서 입어보고 검색구매를 많이 하기 때문에 노출됐을 때 파급력이 크고 효율도 높다"고 설명했다.

하지만 다수 점포가 몰리다보니 각 점포의 노출 기회와 신상품이 갈수록 줄고 있는 것으로 나타났다. 협력사가 만들어내는 물량 역시 한정적이라, 판이 커지는

것이 아닌 나눠먹기가 되고 있어서다.

초반에 진출한 한 점포 관계자는 "네이버 노출 횟수가 예년보다 1/4이 줄었고, 50~60%를 기록하던 신상품도 소폭 신장이나 보합세에 그치고 있다. 새로운 온라인 판매채널 발굴을 계속하며 오프라인 경쟁력 향상에 대해서도 많은 고민을 하고 있다"고 말했다.

조은혜 기자 ceh@apparelnews.co.kr

시즌 매장이 사계절 효과 매장으로... '젠틀몬스터' 흥행돌풍



○...지난 13일 금요일 찾아가 롯데 본점 2층 토종 선글라스 '젠틀몬스터' 매장은 북적이는 쇼핑객들로 발디딜 틈조차 없었다. 이 매장은 4월 한 달 간 약 60억원의 매출을 올리며 '샤넬', '루이비통'에 이어 본점 내 최고 실적을 냈다. 한 중국인 고객이 선글라스를 착용한 모습을 촬영하고 있다. ▶관련기사 3면

김보보 기자 kgbphoto@apparelnews.co.kr

한섬·대현, 1분기 장사 잘했다

영업이익 두 자릿수 큰폭 증가

한섬과 대현이 올 1분기 실적호조를 기록했다. 이달 초 발표한 실적공시에 따르면 한섬은 전년 동

기대비 16.9% 증가한 1736억 원, 대현이 8.7% 성장한 733억 원의 매출액을 기록했다.

영업이익도 양사 모두 두 자릿수 상승했다. 한섬이 239억 원으로 23%, 대현이 46억 원으로

51.4% 늘었다.

한섬은 지속적인 브랜드 투자와 매장 수 증가로 성장을 지속하면서 실적이 개선됐으며, 대현은 주크, 듀얼, 모조에스핀 등의 실적이 소폭 개선됐다.

당기순이익을 살펴보면 대현의 경우 영업 외 수익의 증가 요인이 컸다. 지난해 1분기 20억 원이던

것이 올해 394억 원까지 대폭 늘어났다. 대현블루타워 건물을 세립티티시에 양도하면서 차익이 발생했고, 보유 중이던 트라이씨클 보통주 4만주를 LF에 매각하면서 재무구조가 개선됐다.

한섬은 20.4% 늘어난 191억 원의 당기순이익을 기록했다.

조은혜 기자 ceh@apparelnews.co.kr

신원, 中 합작 브랜드 준비 착수

'뉴 익스체인지' 내년 런칭
진잉과 홍콩 합자법인 설립

신원(대표 박정주)이 진잉그룹과 한·중 합작 브랜드 '뉴 익스체인지(NEW EXCHANGE)'의 런칭을 위한 인선 작업을 시작했다. '뉴 익스체인지'는 신원과 진잉이 홍콩 합자법인 '골든 이글 앤드 신원 트레이딩(Golden Eagle & Shiwon Trading COMPANY(HK))'을 설립, 내년 가을 런칭한다.

양사는 역할을 명확하게 구분하고 장점을 특화해 2030년 기준 현지 매출액 1조원을 목표로 책정했다. 사실상 국내 기업의

첫 한·중 합작 사업이다.

홍콩 신원 법인장은 신원 상해 법인에서 근무한바 있는 유소언 씨를 선임 했다. 기획과 생산을 전담키로 한 신원은 국내에서 관련 인력 인선도 시작 했다.

'뉴 익스체인지'의 총괄은 '반하트 디 알바자'의 크리에이티브 디렉터 정두영 이사와 함께 '지이크'의 이창희 CD 투 팀 체제로 간다. 또 디자인실과 상품기획실을 각각 분리해 팀을 구성하기로 했다.

디자인실은 1실 3~4명 체제로 운영한다. 디자인실장은 전장환 '지이크' 디자인팀장이 내정 됐으며 영업 기획팀은 해외지원부의 기민수 팀장이 이끈다.

임경량 기자 lkr@apparelnews.co.kr

코오롱, 골프웨어 '와' 런칭

(WAAC)

30대 젊은 골퍼 타깃

코오롱인더스트리FnC부문(대표 박동문)이 이번 시즌 30대 젊은 골퍼들을 타깃으로, 컨템포러리 퍼포먼스 골프웨어 '와(WAAC)'를 런칭했다.

'와'는 '기필코 승리한다'는 뜻의 'Win At All Costs' 약자로 상대의 집중력을 흐리게 해 반드시 승리한다는 역발상에서 출발했다.

상품은 골프에 최적화된 패턴과 디자인을 적용했다. 스윙과 퍼팅 등의 주요 동작 시, 균형 있는 바디 라인을 강조

하기 위해 기존 골프웨어와는 차별화된 절개와 스트레치 디테일을 적용했다.

유통은 '엘로드' 매장에서 스킨십으로 전개하는 것과 동시에 백화점 입점을 추진한다. 춘하 시즌에는 우선 롯데 잠실점, 평촌점에 팝업스토어를 열어 단독 운영 테스트를 벌인다.

젊은층 골퍼들을 공략할 다양한 홍보 활동도 펼친다.

아동 캐릭터 '와키'를 활용해 SNS 등 온라인 채널에서 위트 있는 브랜드 스토리를 적극 전달하고 나상욱 등 프로 선수 지원에도 적극 나선다.

정민경 기자 jmk@apparelnews.co.kr

등록업체 서울 제736호

금융 파이낸싱 안내

판매 불황 시대에 어려움을 겪고 있는 의류 관련 업체 여러분께 매출, 채권, 양수관리(진성어음 할인) 전문업체 신우퍼센스가 최고의 신용과 신속, 정확한 서비스를 제공하겠습니다.

신우퍼센스
TEL : 02-778-2277 FAX : 02-778-3131
H.P : 010-8703-9600 (대표: 이광준)
서울시 중구 명동1가 60개양빌딩 1605호

CLOUD DOWN
클라우드다운

DIVO

(주) 주원
Tel : 02-445-5284 / Fax: 02-3412-0363
www.오리털.한국 / www.거위털.한국

T TANDY
MISHALL Melvin.



www.tandy.com

