

‘억척 난무’ 광주복합쇼핑몰 ‘빅3사’ 구체적 청사진 언제쯤

유통기업들 ‘눈치작전’ 치열...시 사업제안서 접수 일정 ‘촉각’ 시, 인수위 제안한 7~8월 그대로 수용할지 새 대안 제시 관심

대형복합쇼핑몰 입점을 놓고 ‘빅 3 유통기업’의 경쟁이 본격화된 가운데 억척이 무성한 광주형 복합쇼핑몰의 구체적인 청사진이 언제쯤 나올지 관심이 쏠리고 있다.

20일 광주시와 유통업체 등에 따르면 광주 대형복합쇼핑몰 설립에 대해 최근 현대백화점그룹과 신세계그룹이 참여를 공식화했고 롯데그룹 역시 검토중이다.

광주 복합쇼핑몰 건립은 대선과정에서 제기돼 정부지원 전망과 상권분석, 여론 등을 감안할때 성공 가능성이 높은 만큼 경쟁도

치열하게 전개되는 양상이다.

현대백화점그룹이 가장 먼저 도전을 선언한 뒤 신세계그룹도 참여 의사를 공식화했지만, 아직 구체적인 발표는 미뤄지고 있다. 치열한 ‘눈치 작전’ 양상으로 보는 시각도 있다.

이렇다보니 복합쇼핑몰과 맞물려 일찌감치 거론됐던 트램 도입 주장이 특혜성 시비 억척으로 이어지고 쇼핑몰의 규모와 숫자, 입지 등을 놓고 부정확한 소문들이 난무하다.

이에 따라 유통업체는 광주시의 사업제안

서 접수가 언제 될지 촉각을 곤두세우고 있다.

사업 희망자가 제안서를 접수하면 그동안 제기된 온갖 억척들이 해소되는 한편 광주형 대형복합쇼핑몰의 윤곽이 드러날 것으로 보이기 때문이다.

민선 8기 광주시장직 인수위원회는 지난 7일 복합쇼핑몰 유치 추진 일정과 관련 7월~8월 중 사업제안서를 받고 12월 안에 사업자 선정과 설계공모절차를 진행할 것을 광주시에게 제안한 상태다.

전례없는 ‘국가지원형 복합쇼핑몰 신속대응팀(TF)’을 본격 가동하고 있는 광주시가 인수위 제안을 그대로 수용할지, 아니면 새로운 대안을 내놓을지 관심이 쏠리고 있다.

TF팀은 운영 기한을 한달 정도로 명시한 상황여서 조만간 사업제안서 접수 등 복합쇼핑몰 유치 일정이 가시화될 것이라는 관측도 나온다.

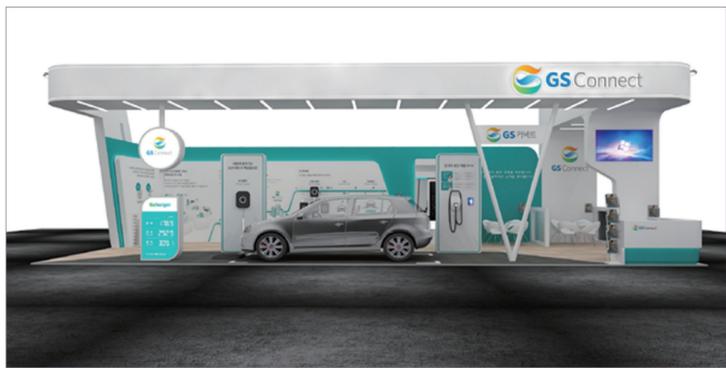
TF팀장인 김준영 광주시 문화관광체육실장은 “인수위 제안을 받든지, 아니면 새롭게 대안을 마련할지 등 아직 결정된 것은 아무것도 없다”면서 “전문가와 시민 등 다양한 의견수렴을 통해 늦지 않게 일정을 밝힐 것이다”고 말했다.

빅3 유통기업 한 관계자는 “현대백화점그룹의 발표 이후 복합쇼핑몰 경쟁은 시작됐지만, 규모와 위치, 형태 등을 놓고 신중모드 분위기가 감지되고 있다”면서 “시의 추진일정이 공식화되는 부분을 예의주시하고 있다”고 말했다.

한편 현대백화점그룹은 부동산 개발 기업인 휴먼스홀딩스 제1차PFV와 함께 광주 북구 일대 옛 전남방직·일신방직 공장 부지 약 31만㎡(약 9만평)에 미래지향적 도심형 문화복합몰 ‘더현대 광주’를 열기 위한 협의를 진행하고 있다.

신세계그룹도 “그룹 역량을 집중해 광주에 복합쇼핑몰 건립을 추진하겠다”며 “쇼핑시설, 호텔 등을 갖춘 최고의 복합쇼핑몰로 개발하는 방안을 수립 중”이라고 밝혔으며 롯데그룹 역시 사업참여 의지와 함께 다양한 검토를 하고 있다.

정승호기자



GS에너지, 전기차 충전사업 확장 나서

GS커넥트 브랜드 출시

GS에너지가 전기차 충전사업에 ‘GS 브랜드’를 내세우며 사업 확장에 나선다.

GS에너지는 전기차 충전사업 자회사인 지커넥트 사명을 GS커넥트로 바꾸기로 결정하고 지난 19일 변경 등기를 완료했다고 20일 밝혔다. 새로운 사명이자 브랜드인 GS커넥트는 GS그룹 계열사간 역량을 연결해 최상의 서비스를 창출하고, 이를 바탕으로 고객들과의 접점을 끊임없이 이어 나가겠다는 의미를 담고 있다.

GS커넥트는 GS칼텍스와 요금결제 시스템을 공유해 고객이 양사 충전기를 자유롭게 이용할 수 있도록 하는 충전 로밍서비스를 이달 개시했다. 다음달에는 GS커넥트 고객이 GS리테일의 서비스를 이용하며 적립된 ‘GS&포인트’를 충전 결제시 전환 사용할 수 있는 서비스도 마련할 계획이다.

GS커넥트는 지난해 전기차 충전서비스 전문기업인 지엔텔과 설립한 합작법인으로 GS

에너지와 지엔텔이 각각 지분 50%를 보유하고 있다. GS커넥트는 아파트 등 집단 거주시설이나 고객 체류가 많은 마트, 대학, 병원 등 대형시설을 대상으로 전기차 충전서비스를 제공하고 있다. 현재 전국에 약 1만기 이상의 충전기를 설치해 운영 중이며, 2024년까지 총 5만기 이상의 충전기를 확보해 업계 1위 사업자로 올라선다는 계획이다.

또한 GS에너지는 지난해 LG전자와 애플망고를 공동 인수하며 전기차 충전기 개발·제조 분야에 진출, 전기차 충전 솔루션 사업의 밸류체인 구축을 통해 사업분야간 시너지를 기대하고 있다.

이정욱 GS에너지 전력사업부장은 “이번 GS커넥트 브랜드 론칭을 계기로 GS그룹 계열사간 역량을 결집해 고객들에게 더욱 좋은 서비스를 제공할 것”이라며 “지속적으로 새로운 서비스를 개발하고 사업을 확장해 전기차 충전업계의 발전을 도모할 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

이슬비기자

홈쇼핑, 리빙 상품 편성 확대

서큘레이터·냉감 이불 등 더위 해결 상품 주력



홈쇼핑은 라이브커머스 ‘광라이브’에서 여름 시즌을 겨냥해 리빙 상품 편성을 확대한다고 20일 밝혔다.

홈쇼핑은 여름 날씨에 본격적으로 시작되면서 계절 가전에 대한 관심을 반영해 ‘마이프

랜드 3차원(3D) 에어 서큘레이터’를 이날 오후 1시에 방송한다.

마이프랜드 서큘레이터는 7엽 날개로 균일하며 부드러운 바람으로 헤드와 상하 좌우 자동회전하는 것이 특징이다. 간편한 터치 센서 디스플레이와 리모컨으로 편리하게 이용이 가능하다.

또 이날 오전 10시 ‘휴먼 베리굿 넥밴드 선풍기’를 1+1 구성으로 선보인다. 휴먼베리굿 넥밴드는 목에 걸어서 사용하는 넥밴드 방식이다. 양손이 자유롭고 편리하다. 중량이 180g으로 목에 부담을 주지 않는 제품이다.

BLDC모터로 날개가 없어서 머리카락이나 다른 이물질 등이 끼일 염려가 없어서 더욱 안전하다. LED(발광다이오드) 표시창이 있어 풍속과 배터리 잔량이 표시된다.

22일 오후 1시30분에는 ‘라뽀무 냉감 이불+배개커버 세트’를 소개한다. 라뽀무 냉감 이불은 나일론 섬유로 만든 기능성 접촉 냉감 이불로 열을 빠르게 흡수하고 빠르게 발산시켜 시원함이 증대되는 효과를 준다. 우수한 통기성으로 땀을 금방 흡수하고 잘 마른다.

김재환기자

홈플러스, ‘가성비·골프’ 앞세운 추석 선물 예약판매

오늘부터 다음 달 31일까지 진행

홈플러스가 21일부터 다음 달 31일까지 ‘2022 추석 선물세트 사전예약’을 진행한다.

고물가 시대를 겨냥해 5만원 미만의 ‘가성비’ 선물세트 비중을 전체의 72%로 늘리고, 3만원대 이하 선물세트도 전년 추석 대비 27% 확대한 것이 특징이다.

우선 홈플러스는 선물세트 품목을 작년 추석 예약판매 대비 20% 증가한 585종으로 확대했다.

올해는 고물가 이슈와 함께 평년보다 이른 추석으로 과일값 상승이 예상되는 만큼 ‘가성비’ 세트도 대거 준비했다.

과일세트의 경우 50% 할인 혜택을 담은 ▲‘사인머스켓 메론세트’ 3만9900원 ▲매년 추석 베스트 상품인 ‘당도선별 사과세트’, ‘당도선별 배세트’ 2만9900원~3만4900원(각 5000개 한정)을 선보인다.

축산세트는 ▲‘무항생제 한돈 냉장돼지갈비 세트’ 6만6500원 ▲‘양념 LA식 꽃갈비 냉동세트’를 6만9900원에 판매한다.

‘프리미엄’ 라인업도 전년보다 강화했다.

대표적인 프리미엄 선물세트로는 ▲‘1855 블랙앵거스 냉장세트’ 18만9000원(300세트 한정) ▲‘No.9 1++등급 한우오마카세 냉장세트’ 49만9000원(100세트 한정) ▲‘BLACK LABEL 한우 토마호크BBQ스테이크 냉장세트’ 49만9000원(50세트 한정) ▲‘명품 남해안 은빛 멸치세트’ 9만9000원(1000세트 한정) 등이 있다.

골프 열풍에 힘입어 골프공 이색 상품도 기획했다. ▲미국산 프라이밍 살치살·부채살과 함께 타이틀리스트 ‘PRO V1X 골프공 3구 2세트’를 담은 ‘프라이밍 스테이크 홀인원 패키지 냉장세트’를 18만9000원에 300세트 한정 판매한다.

귀향 대신 캠핑과 여행을 떠나는 추캉스(추석+바캉스)족을 위해 ▲‘BLACK LABEL 프라이밍 꽃갈비살 냉장세트’를 23만8000원에 판매한다. 하이볼 아이스블드와 전용잔을 증정하는 ‘봄베이 사파이어’는 3만8500원에 만나볼 수 있다.

예약 판매 특별혜택도 준비했다. 행사 기간 14대 카드 결제 시 최대 50% 할인 혜택에 더



해 최대 150만원 상품권 또는 즉시할인 혜택까지 받을 수 있다. 최이슬기자

보해소주 출시 1년 200만병 판매 돌파...가파른 신장세

출시 첫 달 판매량 20배 증가...역대 신제품 중 최고



보해양조는 20일 출시 1주년을 맞아 ‘보해소주’가 200만병 판매를 돌파했다고 밝혔다. 역대 신제품 중 가장 높은 판매 신장세다.

보해양조에 따르면 지난해 7월 출시한 보해소주의 판매량이 첫 달 1만병대에서 5개월 만에 12만병대로 급증한 데 이어 출시 1년이 지난 현 시점에는 20배가 넘는 월 24만

병대 판매량을 기록했다. 1년 누적 판매량은 200만병을 넘어섰다.

보해소주는 인공 첨가물 대신 히말라야 핑크 솔트, 안데스 레이크 솔트, 신안 토판염 등 세계 3대 소금을 넣어 소주의 쓴맛과 알코올 향을 대폭 줄인 것이 특징이다.

또 기존 소주 보다 용량을 15.㎖ 늘려 375.㎖로 출시했다.

보해양조는 보해소주를 식당이나 주점에 앞서 대형마트와 편의점에 먼저 입점시켰는데, 코로나 시대 가정용 시장이 대폭 확대되면서 판매 증가로 이어졌다.

이에 따라 보해소주는 광주·전남뿐만 아니라 전국에서 고른 판매량을 보이고 있다.

보해양조 관계자는 “코로나 영향으로 식당 등 업소 판매가 부진한 상황에서도 보해소주 판매가 상승 곡선을 그리고 있다”며 “전국적으로 설탕·식당과 노포 맛집 업소 중심으로 입점 문의가 지속되고 있어 보해소주 판매는 더욱 늘어날 것으로 기대한다”고 말했다.

기동취재본부

무더위·장마에 집콕...내 방에서 ‘취미 클래스’ 뜬다

여름 무더위에 장마까지 이어지면서 외출을 줄이고 집콕 취미를 즐기는 소비자들이 많고 있다. 집에서 시간을 보내기 좋은 취미 활동이 큰 인기를 얻고 있는 것으로 나타났다.

에듀테크 스타트업 그로우코퍼레이션(그로우)은 장마와 무더위가 본격화된 최근 한달(6월19일~7월18일) 기준 전년 동기 대비 취미 강의 매출을 조사한 결과 512% 급증했다고 20일 밝혔다.

온라인 강의가 라이프스타일 영역으로 확대됨에 따라 각테일, 매듭공예 등 다양한 이색 취미 강의를 선보인 것이 주요한 것으로 보인다.

강의에 필요한 키트를 함께 제공하는 상품도 주목받고 있다.

집콕 강의 수요 증가에 따라 그로우는 ‘7월 햇썸머 쿨특가’ 프로모션을 진행한다. 선착순 1만명에게 한도 무제한의 ‘전 강의 30% 할인 쿠폰’과 최대 10만원까지 할인 가능한 ‘전 강의 30% 할인쿠폰’, 1만원 이상 구매 시 사용 가능한 ‘10% 굿즈 할인쿠폰’ 등 총 3종 쿠폰팩을 지급한다.

그로우 이해영 대표는 “온라인 교육 시장이 취미, 교양 등 라이프스타일 전반 영역으로 확대되고 있는 추세”라면서 “특히 장마와 무더위



를 피하고 외출이 줄어드는 여름 시즌이 되며 집에서 알차게 시간을 보낼 수 있는 집콕 취미 강의 수요가 더욱 증가한다”고 말했다.

오유나기자