

# 보랏빛으로 물드는 광화문... “전 세계 아미 환영합니다”

## 21일 BTS 특별공연 ‘특수’ 대응

롯데백화점 ‘웰컴 라이트’ 프로젝트 신세계면세점 ‘K-웨이브 존’ 운영 동원F&B 팬 참여형 이벤트 준비 올리브영 단축영업 등 관리 강화 CU 주요 상품 재고 100배 확보

21일 서울 광화문광장에서 열리는 BTS 특별 공연을 앞두고 전 세계 팬들이 서울을 찾을 것으로 예상되면서 백화점·면세점·호텔·여행·편의점 등 관련 산업 전반이 이른바 ‘BTS 특수’ 대응에 나섰다. 롯데백화점은 19일부터 22일까지 외국인 관광객 방문이 많은 ‘롯데타운 명동’ 일대를 보라색 조명으로 연출하는 ‘웰컴 라이트(Welcome Light)’ 프로젝트를 진행한다. 행사 기간 매일 오후 6시부터 10시까지 본점과 에비뉴엘 외벽을 BTS 상징색인 보라색 조명으로 밝히는 방식이다. 외국인 고객을 대상으로 한 ‘K-웨이



롯데타운 ‘웰컴 라이트’ 연출 시안.

/롯데백화점

브쇼핑 워크’도 마련됐다. QR코드를 통해 쇼핑 혜택을 제공하는 방식이다. 신세계백화점은 명동 본점 더 헤리티지 ‘헤리티지 뮤지엄’에서 BTS 정규 5집 발매 기념 팝업스토어를 다음 달 12일까지 운영하며 앨범과 공식 응원봉 등 굿즈를 판매하고 있다. 현대백화점 역시 외국인 고객 대상 쇼핑 지원금과 식당가 할인 혜택을 제공하며 관광객 유치에 나섰다.

면세점 업계도 체험형 이벤트로 팬 유입 확대에 나섰다. 롯데면세점은 명동본점 인근 광장에서 보라색 테마 체험 부스를 운영하고 SNS 이벤트와 롤렛 이벤트를 진행한다. 체험 부스에서 받은 리플릿을 지참한 고객에게는 명동본점과 월드타워점에서 멤버십 골드 등급 상향과 쇼핑 지원금을 제공한다. 신세계면세점은 명동점 ‘K-웨이브 존’에서 BTS 매거진과 피규어, 봉제인

형, 마그넷 등 다양한 굿즈를 판매한다. 식품업계도 팬 참여형 이벤트를 준비했다. BBQ는 청계광장점을 보라색 콘셉트로 꾸미고, 동원F&B는 ‘동원참치’ 제품에 동봉된 스티커로 캔을 꾸민 뒤 SNS에 게시하면 항공권을 제공하는 글로벌 이벤트를 진행하고 있다. 호텔·여행업계 역시 공연과 연계한 숙박 패키지와 관광 상품을 잇달아 선보이며 방한 수요 선점에 나섰다. 인천 영종도 파라다이스시티는 BTS 활동에서 영감을 받은 식음료 메뉴와 객실 패키지를 출시하고 실내 광장 ‘플라자’에 BTS 포토월을 설치했다. 웨스틴 서울 파르나스는 하이브와 협업해 ‘BTS 더 시티 아리랑 저니 위드 웨스틴 서울 파르나스’ 객실 패키지를 20일부터 선보인다. 여행업계도 공연을 계기로 관광 상품을 확대하고 있다. 놀이니버스의 방한 플랫폼 ‘놀월드’는 한강 크루즈, 서울 시티버스 투어, 한복 체험, K팝 촬영지 방문 등 16종 체험 상품을 이달 말까지 7% 할인 판매한다.

대규모 인파가 예상되는 만큼 안전 관리도 강화되고 있다. 올리브영은 공연 당일 광화문광장 인접 4개 매장을 휴점하고 인근 3개 매장은 마감 시간을 오후 6시로 앞당겨 운영한다. 스타벅스도 행사 당일 건물 폐쇄에 따라 리저브광화문점과 KT광화문웨스트B1F점 등 일부 매장의 영업을 중단한다. 편의점 업계도 물량 확보와 인력 배치에 나섰다. CU는 광화문 인근 점포 주요 상품 재고를 평소 대비 최대 100배 수준으로 확보하고 인공지능 통역 서비스를 운영한다. GS25는 공연 영향권 160개 점포에 생수·간편식·휴대전화 충전기 등 수요가 높은 상품 중심으로 대규모 물량을 준비하고 일부 점포의 24시간 운영도 검토하고 있다. 세븐일레븐 역시 광화문과 종로 인근 점포에서 간편식과 음료 등 재고를 평소 대비 최대 10배까지 늘렸다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



# 신세계백화점 “블루밍 스프링 콘서트’ 관람하세요”

21일부터 4주간 다채로운 무대 마련 손준호 등 정상급 뮤지컬 배우들 참여

신세계백화점이 싱그러움 봄을 맞아 백화점을 ‘콘서트홀’로 변신한다. 신세계백화점은 오는 21일부터 4월 12일까지 총 4주간 강남점·센텀시티·하남점에서 ‘2026 블루밍 스프링 콘서트’를 릴레이로 개최한다. 국내 정상급 뮤지컬 배우들의 미니콘서트와 함께 앙상블·재즈·에스닉 퓨전 등 전문 공연팀의 다채로운 무대가 9일에 걸쳐 펼쳐진다. 지난해 강남점에서만 열렸던 블루밍 콘서트를 보기위해 공연기간 3000명 관람객이 찾았으며 공연기간 동안 신규 고객 유입은 2만명을 넘게 웃돌았다. 특히 신규 고객 중 2030 연령층 비중이 50%에 육박하며 젊은 층 공략에 두드러진 효과를 보였다.



신세계백화점 ‘블루밍 콘서트’

이 같은 성과를 반영해 올해 콘서트를 강남점뿐만 아니라 센텀시티와 하남점까지 늘려 ‘신세계의 봄’을 고객들에게 선사할 계획이다. 이번 콘서트의 메인은 국내 정상급 뮤지컬 배우들의 미니 뮤지컬 콘서트다. 손준호(3월 22일, 강남점)를 시작으로 마이클 리(4월 4일, 센텀시티), 윤형렬·권가민(4월 5일, 센텀시티), 카이(4월 11

일, 스타필드 하남), 김바울·이정민(4월 12일, 스타필드 하남) 등 국내 뮤지컬 팬이라면 누구나 알 만한 배우들의 무대가 9일간 릴레이로 이어진다. 또한 3월 30일 강남점에서는 화제의 뮤지컬 ‘렘피카’ 미니콘서트가 특별히 마련된다. 렘피카는 러시아 혁명과 세계대전이라는 격동의 시대 속에서 붓 하나로 자신만의 삶을 개척한 화가 ‘타마라

드 렘피카’의 욕망과 사랑을 그린 작품으로, 브로드웨이에서 작품성과 화제성을 동시에 인정받았다. 미니 뮤지컬 콘서트 외에도 아카펠라 그룹 ‘엑시트’, ‘마크기타 앙상블’, 재즈 뮤지션 ‘노태현 밴드’, 에스닉 퓨전 그룹 ‘두번 째달’ 등 장르를 넘나드는 전문 공연팀들이 함께하며 콘서트의 풍성함을 더한다. 강남점은 파미에스테이션 1층 포켓가든에서 3월 21~22일, 28~30일, 센텀시티는 지하 2층 중앙 광장에서 4월 4~5일, 스타필드 하남점은 1층 중앙 보이드에서 4월 11~12일에 각각 공연이 펼쳐진다. 신세계백화점 영업본부장 김선진 부사장은 “블루밍 콘서트는 신세계백화점을 찾는 고객들에게 화사한 봄을 선사하는 차별화 콘텐츠로 자리잡았다”며 “신세계는 앞으로도 단순한 쇼핑을 넘어 사 고의 틈을 깨는 공간과 콘텐츠 혁신을 이어갈 것”이라고 말했다. /이세경 기자 seilee@

## SSG닷컴 ‘시그니처 브랜드’ 행사

SSG닷컴이 패션·뷰티·리빙·가전 브랜드가 참여하는 ‘시그니처 브랜드’ 행사를 오는 20일까지 진행한다. SSG닷컴은 매일 브랜드 특가 상품을 선보이는 ‘오늘의 브랜드’ 프로모션을 운영한다. 먼저 17일에는 설화수 단독 기획상품 ‘순행클렌징세트’를 선보인다. 18일에는 크로스 샌들을 최대 50%, 까사미아 가구는 최대 80% 할인한다. 19일에는 ‘SSG개런티’가 적용된 버버리 여성 퀼팅 코트를 특가 판매하고 같은 날 20시 워너 그랜드 부산 ‘썬라이브’ 방송을 진행한다. 20일에는 자주 생활용품 최대 60%, 나이키 스니커즈는 최대 70% 할인가에 구매할 수 있다. SSG닷컴은 행사카드로 결제 시 7% 청구할인 혜택을 제공하며 브랜드별로 최대 15% 상품할인 쿠폰도 추가로 발급한다. /신원선 기자

## 컬리, 선케어 등 뷰티상품 최대 82% 할인

23일까지 ‘뷰티컬리페스타’ 진행 리테일 테크 기업 컬리는 오는 23일까지 ‘뷰티컬리페스타’를 진행하고 1만여 개 뷰티 상품을 최대 82% 할인한다고 16일 밝혔다. ‘뷰티컬리페스타’는 컬리가 엄선한 뷰티 상품을 매달 새로운 테마로 선보이는 행사다. 이번 페스타에서는 야외 활동이 늘어나는 시즌 특성을 반영했다. 먼저 선케어부터 스킨케어, 베이스 메이크업까지 봄 시즌에 필요한 뷰티 상품을 시즌 특가로 선보인다. 대표 상품인 ‘라로 슈포제 유비데아 선크림’, ‘연작 베이스 프렙’ 등을 포함해 5만 원 이상 구매 시 5000원 할인 쿠폰도 함께 적용된다.

릴레이 브랜드 단독 혜택을 제공하는 ‘브랜드데이’도 이어진다. 16일부터 이틀간 끌레드보보페, 아넷사 등 시세이도 연합은 15% 쿠폰을 증정한다. 18일부터는 정샘물에서 쿼선류 외 베스트 상품 22% 일괄 할인 및 물착 기획 세트를 컬러온리 상품으로 선보인다. 이어 20일부터 22일까지는 스킨수티컬즈가 컬러 첫 라이브 기념 18% 쿠폰 및 컬러 단독 세트를 한정 수량으로 운영한다. 행사 기간 동안 4만 원 이상 구매 시 1만 원 선착순 쿠폰도 제공한다. 이 외에도 4만 원 이상 구매 시 5% 할인되는 럭셔리 쿠폰과 5만 원 이상 구매 시 15% 혜택을 받을 수 있는 카드사 쿠폰도 함께 운영된다. /신원선 기자

## 남양유업, 310억 이상 주주환원 추진

112억 배당안 상정... 자사주 취득 남양유업이 주주환원 강화 및 시장 신뢰 회복을 위해 310억원 이상의 주주환원 패키지를 추진한다. 남양유업은 12일 이사회를 열고 결산 배당과 특별배당 등 약 112억원의 배당안을 제62기 정기주주총회 안건으로 상정하기로 결의했다고 밝혔다. 회사는 이번 사업연도 결산배당 규모를 약 30억원으로 정했다. 배당성향은 42.25%이며 지난해 배당 액 약 8억 원 대비 대폭 증가한 규모다. 이번 사업연도 영업이익이 흑자로 돌아서는 등 경영 실적이 개선된 데 따른 성과를 주주와 나누고, 주주가 배당소득 분리와

세 혜택을 받을 수 있도록 조세특례제한법상 요건을 고려해 배당 규모를 결정했다. 남양유업은 향후에도 고배당 기조를 이어가며 주주환원을 강화할 방침이다. 나아가 특별배당도 추진한다. 앞서 홍원식 전 회장 일가는 횡령·배임 등 혐의로 재판받는 과정에서 회사 측에 피해 배제 공탁금으로 약 82억 원을 맡긴 바 있다. 회사는 이 금액 전체를 주주에게 환원하겠다는 계획이다. 자사주 취득도 진행할 계획이다. 남양유업은 12일 200억 원 규모의 자기주식 취득 신탁계약을 체결했다고 공시했다. 취득한 자사주는 원칙적으로 전량 소각할 계획이다. /신원선 기자

## 던킨 K-디저트 한정메뉴 선포

던킨이 서울역에 ‘윈더스서울역점’을 오픈하고, K-디저트 콘셉트의 한정 메뉴를 선보였다. 던킨은 서울역이라는 입지적 특성과 이용객의 소비 패턴을 고려해 윈더스서울역점에서 만날 수 있는 특화 메뉴를 제공한다. 먼저 한국 전통 음료인 미숫가루에서 영감을 얻어 고소하고 든든한 11가지 곡물을 넣어 만든 ‘서울역 11 곡물 라떼’와 ‘서울역 11 곡물 쿨라타’ 등 음료 메뉴를 출시했다. 또, 한국 전통 간식 경단을 먼치킨으로 재해석한 ‘행운경단 먼치킨 세트(7개입)’와 던킨의 대표 도넛으로 구성된 ‘레디투고 도넛팩(6개입)’도 선보였다. /신원선 기자