

백화점3사, 외국인 매출 급증… 쇼핑경험·콘텐츠 강화 나서

롯데 업계 최초 외국인 매출 1조
신세계 쇼핑 바우처 등 혜택 마련
현대 AI 쇼핑 어시스턴트 운영

롯데백화점이 국내 백화점 업계 최초로 외국인 매출 1조원을 돌파했다. 신세계백화점과 현대백화점도 올해 누적 외국인 매출이 8000억원을 넘어서면서 연내 1조원 돌파가 예상된다. 외국인 관광객이 백화점의 주요 고객층으로 자리 잡으면서 업계도 전용 멤버십과 쇼핑 혜택, K패션·K푸드 콘텐츠 등을 확대하고 있다.

6일 유통업계에 따르면 롯데백화점의 올해 누적 외국인 매출은 이날 오전 1조원을 넘어서었다. 지난해 연간 외국인 매출 7348억원을 지난 7월 이미 넘어선 데 이어 약 9개월 만에 1조원을 돌파했다. 국내 백화점 업계에서 외국인 연간 매출이 1조원을 넘어선 것은 처음이다.

신세계백화점과 현대백화점도 뒤를 잇고 있다. 신세계백화점의 올해 1~9월 외국인 매출은 8500억원으로 전년 동기의



외국인 관광객이 신세계백화점에서 쇼핑하고 있다.

/신세계

두 배를 웃돌았다. 현대백화점의 올해 누적 외국인 매출도 8050억원을 기록했다. 현재 증가세가 이어지면 두 회사 모두 올해 처음으로 외국인 매출 1조원을 넘어설 전망이다.

다만 업체별 외국인 매출 집계 기준에는 차이가 있다. 신세계는 백화점 매출만 집계한 반면 롯데는 아울렛과 몰, 현대는 아울렛 매출을 포함한다.

외국인 매출은 관광객이 집중되는 주요 점포를 중심으로 빠르게 늘고 있다. 롯데백화점의 경우 본점과 롯데월드몰 등이 포함된 롯데타운 명동에서 올해 약 5200억원의 외국인 매출을 올렸다. 롯데타운 잠실의 외국인 매출은 전년 동기 대비 100% 증가했다. 잠실 외국인 매출 가운데 미주·유럽 고객 비중은 35%로 2019년보다 15%포인트 높아졌다.

신세계백화점 본점은 방문객 3명 중 1명이 외국인일 정도로 외국인 비중이 커졌다. 센텀시티점의 외국인 매출도 전년 동기 대비 두 배 이상 증가했다. 현대백화점에서는 더현대 서울의 성장세가 두드러졌다. 올해 외국인 매출이 전년 동기 대비 135% 늘었으며 방문객 4명 중 1명이 외국인으로 집계됐다.

외국인 쇼핑 수요는 서울 주요 점포를 넘어 지방으로도 확산하는 모습이다. 롯데백화점의 수도권 외 점포 외국인 매출은 올해 전년 동기 대비 약 2.5배 증가했다. 부산 지역 점포는 150%, 전주점과 광주점 등 호남권 점포는 100% 늘었다.

상품별로는 명품과 K패션이 외국인 매출 증가를 이끌었다. 롯데백화점의 올해 외국인 명품 매출과 K패션 매출은 각각 전년 대비 두 배 이상 증가했다. 식품관과 식당가 외국인 매출도 50% 늘었다. 올해 롯데백화점에 입점한 신진 K패션 브랜드는 100여개로 역대 최대 수준이다.

백화점들은 외국인을 주요 고객층으로 보고 관련 서비스도 강화하고 있다. 롯데

백화점은 누적 가입자 25만명을 기록한 외국인 전용 ‘롯데 투어리스트 멤버십’을 온라인에서도 사전 신청할 수 있도록 발급 방식을 확대한다. 외국인 대상 쇼핑 혜택도 대구·대전·전주·포항 등 지방 주요 점포로 넓힐 계획이다.

신세계백화점은 오는 11일까지 본점과 강남점, 센텀시티점, 타임스퀘어점에서 외국인 대상 ‘신세계 글로벌 쇼핑 페스타’를 진행한다. 패션·뷰티·K푸드 등 120개 브랜드와 결제·세금환급 업체가 참여해 상품권과 쇼핑 바우처, 세금 환급 등의 혜택을 제공한다.

현대백화점은 AI 쇼핑 어시스턴트 ‘헤이디 글로벌’을 운영하고 있으며 지난 6월 고객과 직원의 대화를 실시간으로 통역하는 음성 번역 기능을 추가했다. 태국 시암 피wat 그룹과 일본 한큐백화점, 싱가포르 마리나 베이 샌즈 등 해외 유통·관광 사업자와 제휴해 외국인 VIP 고객 서비스도 확대하고 있다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



metro

현대백, ‘더현대 글로벌’ 유럽시장 본격 진출

프랑스 파리에 팝업 스토어 운영
북미 등 플래그십 매장 구축 계획

현대백화점이 운영하는 K콘텐츠 수출 플랫폼 ‘더현대 글로벌’이 아시아를 넘어 프랑스 파리에 진출한다.

현대백화점은 현지시간 6일부터 오는 27일까지 프랑스 파리에 위치한 ‘갤러리 라파예트(Galleries Lafayette)’ 백화점 오스만점 본관 3층에서 더현대 글로벌 팝업스토어를 운영한다.

갤러리 라파예트는 130년 역사의 유럽 백화점 체인으로, 파리 중심부에 위치한 오스만 본점에는 글로벌 명품 브랜드와 신진 디자이너 브랜드 등이 입점해 있다.

더현대 글로벌 팝업스토어는 약 79㎡(24평) 규모로 조성된다. 디자이너 브랜드 ‘김해김(KIMH?KIM)’을 비롯해 ‘리이(R ERHEE)’, ‘라이(LIE)’, ‘프리터(FRITUR)’, ‘더일마(THE ILMA)’ 등 총 5개의 K패션 브랜드 상품을 선보인다. 팝업스



프랑스 파리에 위치한 ‘갤러리 라파예트(Galleries Lafayette)’ 백화점에서 진행되는 ‘더현대 글로벌’ 팝업 대표 이미지. /현대백화점그룹

토어는 에스컬레이터 입구 옆 공간에 마련되며, 주변에는 프랑스 컨템포러리 브랜드 ‘산드로(Sandro)’, ‘아페세(A.P. C.)’ 등의 매장이 자리하고 있다.

이번 더현대 글로벌 팝업스토어는 한국 콘텐츠진흥원과 협업해 운영한다. 현대백화점은 행사 기획과 상품 운송, 프랑스 파리 현지 매장 운영 등을 담당하고 한국콘텐츠진흥원은 참여 브랜드 지원과 유럽

현지 홍보 등을 맡는다.

K패션·뷰티·라이프스타일 등 국내 브랜드의 해외 진출을 지원하는 더현대 글로벌은 지난 2024년 일본 도쿄를 시작으로 오사카, 나고야를 비롯해 대만 타이베이, 타이중 등 아시아 주요 도시에 팝업스토어와 플래그십 매장을 열었다.

지난 7월 도쿄 오모테산도 거리에 위치한 오토카도에 문을 연 플래그십 매장은 목표 매출을 30% 초과 달성하고 있다. 시부야 파르코와 대만 신광미즈코시 백화점에서 진행한 팝업스토어는 해당 점포 역대 팝업 중 가장 높은 매출을 기록했다. 현대백화점은 이번 파리 팝업스토어를 계기로 유럽 시장 진출을 본격화한다는 방침이다.

현대백화점은 이번 더현대 글로벌 파리 팝업스토어를 시작으로 해외 사업을 확대해 오는 2030년까지 아시아를 비롯해 유럽·북미 등에 총 10여 개의 더현대 글로벌 플래그십 매장을 구축할 계획이다.

/김서현 기자 seoh@

롯데리아 ‘리아는 배불린’ 성료

롯데리아가 버거를 형상화한 5km 코스를 달리는 이색 러닝 행사를 열고 고객과의 접점을 넓혔다.

롯데GRS가 운영하는 롯데리아는 지난 4일 서울어린이대공원 일대에서 ‘2026 리아는 배불린’을 진행했다고 6일 밝혔다.

올해 처음 선보인 행사로 기록 경쟁 대신 참가자 간 소통과 현장 이벤트에 초점을 맞췄다. 롯데리아 자사 앱 ‘롯데잇츠’를 통해 판매한 티켓은 행사 전 전량 매진됐다.

약 2000명의 참가자들은 사전 러닝 성향 진단을 바탕으로 그룹을 나눠 참여했다. 완주 이후에는 러닝룩을 기준으로 참가자를 선정하는 ‘스타일 어워즈’를 비롯해 레크리에이션과 럭키드로우 등이 진행됐다.

/신원선 기자

정관장, 레드부스터스 홈경기 이벤트 확대

출석 챌린지 통해 유니폼 등 경품 제공

한국 남녀 농구 대표팀이 아시안게임에서 나란히 금메달을 따내면서 국내 프로 농구에도 흥행 분위기가 이어지고 있다. 프로농구 정관장 레드부스터스는 홈경기 이벤트를 확대하며 높아진 농구 열기를 팬 확보로 연결한다는 계획이다.

정관장 레드부스터스는 지난 3일 홈 개막전에서 5000명에 가까운 관중을 기록하며 매진을 달성했다. 이날 현대모비스를 꺾고 홈 개막전을 승리로 장식했다. 이어 5일 대구에서 열린 한국가스공사와의 경기에서도 승리하며 개막 2연승을 거뒀다. 아시안게임 금메달의 주역인 변준형 선수도 개막전부터 활약했다. 변준형은 현대모비스전에서 국내 선수 가운데 가장

많은 득점을 기록하며 대표팀에서 이어진 경기력을 선보였다.

정관장은 올 시즌 홈경기를 중심으로 팬 참여형 이벤트도 진행한다. 홈 개막전에서는 입장객 전원에게 ‘홍삼톤 더블샷’을 웰컴 기프트로 제공했다. 홈경기 직관 인증 팬에게는 전국 정관장 매장과 정관장 온라인몰에서 사용할 수 있는 할인쿠폰을 증정한다. 10월에는 홈경기 출석 챌린지를 통해 4경기 출석 시 ‘정관장 갖차 경품’, 7경기 출석 시 선수 친필사인 어센틱 유니폼을 제공한다.

정관장 관계자는 “정관장 선수단뿐만 아니라 농구장을 찾아주시는 많은 팬들에게도 정관장 홍삼을 통해 다양한 즐거움과 건강을 선사할 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

/신원선 기자

농심 “신라면 40주년 한정판 투표해주세요”

‘치즈&된장·해물&어묵’ 후보

농심이 신라면 출시 40주년을 맞아 소비자 투표로 특별 신제품을 선정한다. 에드워드 리 셰프와 농심 연구진이 공동 개발한 두 가지 레시피를 후보로 내놓고 소비자 의견을 반영해 최종 출시 제품을 결정한다.

후보는 ‘신라면 치즈&된장’과 ‘신라면 해물&어묵’이다. 치즈&된장은 치즈의 부드러운 풍미와 된장의 구수한 맛을 신라면에 접목했다. 해물&어묵은 시골과 해산물, 채소를 활용한 육수에 신라면의 매운 맛과 어묵 풍미를 더한 것이 특징이다.

/신원선 기자

GS샵, 11일부터 ‘판타지이스’ 쇼핑 행사

10일까지 행사 알림 사전 이벤트

GS샵이 오는 11일부터 25일까지 인기 브랜드와 할인 혜택을 모은 하반기 쇼핑 행사 ‘판타지이스’를 개최한다.

GS샵은 ‘판타지이스’가 열리는 2주간 전상품 할인 혜택을 제공하며, TV홈쇼핑 상품을 2개 이상 일정 금액 이상 구매한 고객에게 적립금 또는 올리브오일을 증정한다. 또한 18일과 25일에는 TV홈쇼핑 상품 구매 시 카드 할인 혜택을 제공한다.

CJ제일제당 ‘CJ더마켓’ 마스코트 공개

CJ제일제당의 자사몰 CJ더마켓이 공식 마스코트를 선보이고 고객 참여형 작명 이벤트를 진행한다. 캐릭터를 상품·혜택 안내와 맞춤형 추천 등 자사몰 서비스 전반에 활용해 고객과의 접점을 넓힌다는 계획이다.

CJ제일제당은 CJ더마켓의 공식 마스코트를 공개하고 오는 21일까지 ‘더마켓 신임작명쇼’ 이벤트를 진행한다고 6일 밝

이벤 ‘판타지이스’에는 개그맨 박명수가 ‘쇼핑의 왕자’ 콘셉트로 홍보 영상에 등장해 행사 주요 혜택을 소개한다. GS샵은 박명수가 출연한 콘텐츠 시리즈를 제작해 GS리테일 사회관계망서비스(SNS)를 통해 순차적으로 공개한다.

본 행사에 앞서 오는 10일까지 사전 이벤트도 진행한다. GS샵 앱에서 ‘판타지이스’ 행사 알림을 신청한 고객을 대상으로 룰렛 이벤트를 열어 경품과 적립금, 할인 쿠폰 등을 제공한다.

/김서현 기자 seoh@

했다.

고객은 CJ더마켓에서 마스코트 이름을 직접 제안하거나 후보 이름에 투표할 수 있다.

마스코트는 CJ더마켓의 장보기 메이트를 콘셉트로 제작됐다. 핫반, 비비고 만두, 스팸 등 CJ제일제당 제품이 있는 ‘더마켓 빌리지’에 별뿔별처럼 떨어진 외계 생명체가 장보기 경험을 쌓으며 상품과 음식 조합, 고객 취향 등을 파악하는 쇼핑 파트너로 성장한다는 세계관을 담았다.

/신원선 기자