

**매일경제**

# 신세계백화점 강남점, 국내 최초 연매출 2조 찍었다

기사입력 2020-01-07 10:48



신세계백화점 강남점이 지난해 국내 백화점 가운데 처음으로 단일점포로 연매출 2조원을 넘었다. 지난 2010년 개점 10년만에 매출 1조원을 넘으며 '업계 최단기간 1조 점포'라는 타이틀을 얻은후 9년만에 다시 2조 클럽에 이름을 올린 것이다.

2조원 돌파의 비결은 지난 2016년 진행한 신관 증축과 전관 리뉴얼에 있다. 이를 통해 영업면적을 기존 5만5500㎡(약 1만6800평)에서 8만6500㎡(약 2만6200평)으로 늘리며 서울 최대 규모 백화점으로 올라섰다.

이는 연도별 매출로도 입증했다. 증축과 리뉴얼 전인 2015년 1조3000억원이었던 강남점 매출은 리뉴얼 오픈 3년차인 2018년 1조8000억원까지 급성장 했고 마침내 지난해 '연매출 2조원'의 벽을 깼다.

강남이 K팝의 성지로 부상하며 외국인 관광객을 끌어모은 것도 호재로 작용했다. 외국인 관광객이 많이 찾는 글로벌 관광도시에서는 그 지역 대형 백화점이 단순한 판매시설을 넘어 중요한 관광 인프라로 자리매김했다. 실제 '라파예트'는 지난 2018년 외국인이 많이 찾는 도시 2위인 프랑스 파리, '해롯'은 3위에 오른 영국 런던에 있으며 일본의 양대 대도시인 도쿄(신주쿠), 오사카(우메다)에 '이

세탄'과 '한류'가 랜드마크 역할을 하고 있다.

강남점도 청담동 등 인근의 트렌디한 패션거리는 물론 시내 면세점(신세계면세점 강남점), 특급호텔(JW메리어트), 센트럴시티(교통)까지 같은 상권을 공유하며 서울을 대표하는 글로벌 쇼핑 관광 메카로 떠올랐다. 지난해 강남점을 찾은 외국 관광객의 국적은 중국, 대만, 러시아, 일본, 베트남 등 46개국에 달한다. 강남점의 지난해 외국인 전체 매출 역시 2018년 대비 60% 뛰었다.

업계 최초로 '전문관' 시스템을 도입해 내실을 다진 것도 강남점 성장에 한몫했다.

강남점 전문관은 고객들의 라이프스타일에 맞춰 A부터 Z까지 해당 장르에서 필요한 모든 상품들을 품목별 편집매장 형태로 꾸민 새로운 쇼핑 공간이다. 기존 브랜드 위주의 매장구성에서 상품위주의 체험형 매장형태로 바꾼 것이 특징이다.

강남점은 2016년 슈즈, 컨템포러리, 아동, 생활까지 4개의 전문관을 선보였는데, 이들 전문관 매출은 오픈 후 지난해까지 매년 두자릿수의 신장세를 이어가고 있다.

까다롭기로 유명한 세계적 명품 브랜드들이 먼저 입점을 제안하는 등 글로벌 위상도 한 층 높아졌다.

강남점의 명품 매출 비중은 신세계백화점 평균의 4배를 넘는다. 특히 명품에 대한 젊은 고객들의 관심이 높아 지난해 2030 명품 매출 신장률은 49.2%에 달한다.

이 때문에 강남점은 한국을 찾는 해외 명품 브랜드 CEO들이 국내를 넘어 아시아의 명품 고객 트렌드를 알아보기 위해 꼭 들르는 곳으로 꼽고 있다. 지난 2018년 발렌티노를 시작으로 지금까지 보테가베네타, 루이 비통 등 유수의 글로벌 럭셔리 브랜드들이 잇따라 팝업 스토어를 선보였다.

차정호 신세계백화점 대표는 "국내 최초로 연매출 2조원을 달성한 강남점은 이제 국내를 넘어 글로벌 백화점으로 손꼽히는 위용을 갖추게 됐다"며 "앞으로도 최신 트렌드를 총망라해 국내는 물론 글로벌 트렌트세터들이 찾는 대한민국 '랜드마크 백화점'으로 입지를 굳건히 할 것"이라고 말했다.

[김태성 기자]

▶ 기사공유하고 코인적립하세요 'M코인'

▶ 네이버 메인에서 '매일경제'를 받아보세요 ▶ 뉴스레터 '매콤달콤' 구독

[© 매일경제 & mk.co.kr, 무단전재 및 재배포 금지]

---

이 기사 주소 <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LPOD&mid=etc&oid=009&aid=0004495879>

---