



송도에 대규모 쇼핑센터 '리버스톤' 개발

“소비자들에게 최적의 쇼핑 환경 제공할 터”

송도 국제업무단지에 대형 쇼핑센터가 들어선다. 최근 '리버스톤(Riverstone)'으로 명칭을 확정된 이 쇼핑센터는 인류와 도시의 조화를 위해 자연의 움직임과 인공 건축공간의 역동적인 관계를 표현, 강을 따라 흐르는 물결처럼 고객들에게 일관된 쇼핑센터의 내부를 편리하게 둘러볼 수 있도록 하겠다는 의미가 담겨져 있다. '리버스톤'은 미국 쇼핑물 부동산투자신탁(REIT) 터브먼센터(Taubman Centers, Inc)의 자회사인 터브먼아시아(대표 모건 파커)가 개발중이다.

'리버스톤', 수평적 형태의 MD 선보여

모건 파커 대표는 “한국에 새로운 형태의 쇼핑센터를 오픈하게 돼 기쁘다”며 '리버스톤'에 대해 설명했다. “'리버스톤'은 한국의 전통적인 유통형태와는 크게 다르다. 한국의 백화점들은 수직적인 형태의 MD를 지향하고 있지만 '리버스톤'은 수평적 형태의 MD를 선보일 계획이다. 소비자 입장에서 최적의 쇼핑환경을 제공받을 수 있을 것으로 생각한다” 그의 말처럼 '리버스톤'은 연면적 13만5,000㎡ 규모의 상업 및 엔터테인먼트 시설을 유치, 오는 2011년 하반기 오픈할 예정이다. 쇼핑센터에는 롯데백화점을 비롯해 홈플러스, 메가박스, 푸드 엠포리움, 아이스링크 등 쇼핑 및 편의시설이 들어서며 140개 정도의 개별 브랜드 매장이 입점할 예정이다. 특히 롯데백화점은 기존과 같은 방식으로 운영되지만 개별 브랜드 매장은 글로벌 브랜드들로 채워질 예정이다. 또 이곳의 외부 설계는 미국의 세계무역센터 재건축 설계 및 독일 베를린 유대박물관 디자인을 담당했던 세계적인 건축가 다니엘 리베스킨드가 맡았고 내부는 영국계 인테리어 전문회사 베노이가 디자인했다. 그는 “패션 브랜드 매장은 압구정동이나 청담동을 그대로 옮겨놓은 것처럼 구성할 계획이다. 월드 클래스 브랜드들이 개별 매장으로 나란히 입점된 인터내셔널 및 프리미엄급 쇼핑센터가 될 것이다. 탁월한 매장 공간 등 색다른 쇼핑환경을 제공해 소비자들이 이곳에서 온전히 하루를 보낼 수 있을 것이다”라고 말한다.

또 “이곳 매장은 인터내셔널 브랜드들의 한국 지사나 외국 본사에서 직영점 형태로 운영된다. 이것은 터브먼의 50년 이상 개발 노하우와 인터내셔널 브랜드와의 친밀한 관계가 있기 때문에 가능한 것이다. 이미 이런 작업들을 진행중이며 큰 문제는 없을 것으로 본다. 또 롯데백화점과 브랜드가 중복되는 문제가 있을 수 있지만 큰 것은 아니라고 생각한다. 오히려 두 개의 다른 유통채널이 시너지 효과를 발휘할 것으로 믿는다”고 덧붙였다. 일례로 '루이비통'의 전 세계 300개 매장 중 12개가 터브먼의 쇼핑몰에 입점돼 있을 정도.

한국의 유통구조 발전에 큰 기대

벽안의 외국인에게 낯설지만 할 것 같은 한국에서, 그것도 꽤나 까다로운 국내 유통구조 아래에서 이처럼 새로운 유통채널의 개발과 성공이 쉽지 않은 않아 보이는 것이 사실이다.

그러나 모건 파커 사장은 확신에 찬 어조로 성공을 자신하고 있다.

그는 “5년전만 하더라도 한국에서 '리버스톤'과 같은 거대 프로젝트가 성공하는 것이 어려웠을 것이다. 하지만 최근 한국의 리테일 구조가 그 때와 많이 달라졌다. 이런 변화는 인터내셔널 브랜드들의 한국에 대한 인식의 변화에서도 찾아볼 수 있다. 한국의 패션 시장이 크게 성장했고 이에 따라 인터내셔널 브랜드들이 한국시장에 대한 가능성을 높게 평가하고 있다. 최근 한국에 직진출하는 브랜드가 크게 늘어난 것도 이 같은 인식의 변화에 기초하고 있다고 생각한다. 따라서 한국에서 외국과 같은 거대 유통이 생겨나는 것은 이상한 일이 아니다”라고 말한다.

또 “롯데, 현대, 신세계, 갤러리아 등 소수의 백화점들이 국내 유통을 지배했던 과거의 구조에서는 서구적인 스타일의 대형 쇼핑센터가 성공하기 어려웠겠지만 최근 몇 년 동안 한

“'리버스톤'은 한국의 전통적인 유통형태와는 크게 다르다. 한국의 백화점들은 수직적인 형태의 MD를 지향하고 있지만 '리버스톤'은 수평적 형태의 MD를 선보일 계획이다. 소비자 입장에서 최적의 쇼핑환경을 제공할 수 있을 것으로 생각한다”

국은 대형마트와 가두점 등이 성장하는 등 유통이 다각화됐다. 따라서 인터내셔널적인 시스템을 갖춘 서구적 하드웨어도 국내에 적용할 수 있을 것으로 생각한다”고 덧붙였다.

유통은 변화하는 것, 터브먼 매직 효과

그는 한국에 새로운 유통채널이 생겨나는 것보다 소비자들에게 새로운 쇼핑환경을 제공한다는 것에 더 큰 의미를 부여하고 있다. 그는 한국의 대형 유통업체들이 성장할 수 있었던 것은 경쟁이 없었기 때문이며 이 같은 구조에서 소비자들은 제한적인 쇼핑환경을 받아 들여야 하는데 '리버스톤'과 같은 새로운 쇼핑센터는 이런 소비자들에게 색다른 경험을 제공할 수 있다는 것이다.

그는 이런 의미에서 최근 오픈한 신세계 센텀시티점에 대해 높게 평가했다. “신세계 센텀시티는 한국의 유통산업이 한 단계 진보할 수 있는 기회를 제공했다. 현재까지는 한국 내 최고의 쇼핑센터라고 생각한다. 소비자들은 이곳에서 여러



가지 쇼핑 환경을 경험할 수 있고 이 같은 경험은 또 다른 경험을 요구하는 원동력이 된다. 결국 새로운 쇼핑센터가 지속적으로 개발되는 계기가 될 것이다. 한국 유통의 르네상스 시대를 연 쾌거로 생각한다”고 말했다. 그러나 한국의 유통 환경이 외형적인 면은 크게 발전했지만 시스템적인 측면에서는 여전히 부족한 것이 많다고 지적했다. 그는 “일부 쇼핑몰들은 구분소유자들이 개별적으로 점포를 소유하고 있어 전체적인 컨셉을 유지할 수 없고 점포를 컨트롤할 수 있는 능력이 현저하게 떨어진다”라며 “백화점들도 진정한 의미의 바이어 역할을 하는 것이 아니라 점포를 채우는데 급급해 하고 있다. 엄밀한 의미의 리테일러가 아니며 임대업에 가까운 것이 사실이다. 이 같은 구조에서 외국과 같은 백화점의 창의성을 기대하기 어렵다”며 이런 환경속에서는 미래 환경에 적절히 대응할 수 없다고 지적했다.

모건 파커 사장은 “유통은 천천히 오랜 시간을 두고 변화한다. 지금은 하나의 유통채널이 개발되는 것에 불과하지만 소비자들은 이곳에서 다양한 경험을 하고 이 경험들은 다시 리테일의 변화로 이어지고 향후 강력한 힘으로 진화해 전체 유통 시스템의 변화로 나타날 수 있다”며 “터브먼의 마술(Magic)을 지켜봐 달라”고 말했다.

이것이 외국인의 눈에 비친 우리 유통산업의 현주소다. 그러나 최근 터브먼을 비롯한 외국계 디벨로퍼들이 국내 유통시장에 많이 진출했는데 이는 한국 유통 시장의 성장 가능성이 그만큼 높다는 반증일 것이다. 특히 터브먼은 아시아 최초로 한국에 대형 쇼핑센터를 개발 중이다. fC

박정식 기자 sports@fashionchannel.co.kr

profile

Bond University 졸업
 1994년 맥쿼리 은행(Macquarie Bank) 국제 자산 관리 이사
 1998년 렌드 리즈(Lend Lease Corporation) 아시아 개발 이사
 2002년 모건 스탠리(Morgan Stanley) 아시아 본부(일본 동경 소재) 부사장
 2003년 프르메나 리테일 프로퍼티즈(Promena Retail Properties: 모건 스탠리의 자회사) 사장
 현재 터브먼아시아 사장

◎ 송도국제업무단지

송도국제업무단지는 뉴욕에 본사를 둔 게일인터내셔널과 포스코건설의 합작 회사인 송도국제신도시유한회사(New Songdo International City(NSIC))에 의해 개발되는 신도시. 총 연면적 930만㎡에 35조원이 투입되며 약 420만㎡의 업무시설과 28만㎡의 주거지, 90만 3,000㎡의 쇼핑시설, 46만5,000㎡의 호텔, 90만3,000㎡의 공공시설이 들어서게 된다. 또 인천자유경제구역 중 한 곳으로 2015년 개발이 완료되면 6만5,000명이 거주하고 30만명이 일하게 된다.

◎ 터브먼센터(Taubman Center)

터브먼센터는 지난 1950년 설립된 부동산 투자신탁회사로서 지역 및 초대형 지역쇼핑센터의 개발 및 운영을 담당하고 있다. 터브먼이 미국에서 소유 및 운영하고 있는 24개의 쇼핑센터는 업계내에서 가장 높은 생산성을 자랑하며 미국 전역의 주요 시장들과 활발한 교류 활동을 벌이고 있다. 특히 미국 내 터브먼의 쇼핑센터들은 지난 2006년 기준 3.3㎡ 당 평균 160만원의 매출을 기록할 정도 또 ‘루이비통’, ‘버버리’, ‘샤넬’, ‘구찌’, ‘아르마니’, ‘까르띠에’ 등 세계적인 브랜드들도 터브먼의 쇼핑몰을 통해 소비자들에게 다가가고 있다.

터브먼아시아는 쇼핑센터 업계의 세계적 리더인 터브먼센터의 아시아 지사로서 본사의 쇼핑센터 개발, 디자인 및 운영 능력을 바탕으로 아시아 지역의 유통 프로젝트에 투자, 개발, 관리를 담당하고 있다. 향후 아시아 태평양 지역으로의 사업 확장을 위한 기반을 마련하고 있다.