

불경기에도 디올 등 명품 작년 韓서 최대 실적…"올해도 인상은 계속"

등록 2024.04.05 20:25:49



[파리=AP/뉴스시스] 블랙핑크의 지수가 지난 2월27일(현지시각) 프랑스 파리에서 열리는 2024-25 디올 추동 기성복 컬렉션에 참석해 포토타임을 갖고 있다. 2024.02.28.

[서울=뉴스시스] 이준호 기자 = 프랑스 명품 브랜드 디올(Dior)이 지난해 국내에서 역대 최대 매출을 올렸다.

불경기에도 불구하고 국내에 진출한 명품 브랜드들이 매년 매출 신기록을 갈아 치우자 올해도 줄줄이 제품 가격 인상에 나서는 모양새다.

국내 소비자들의 불만이 계속돼도 "가격을 올려도 잘 팔린다"는 명품 브랜드들의 자신감이 반영된 결과로 풀이된다.

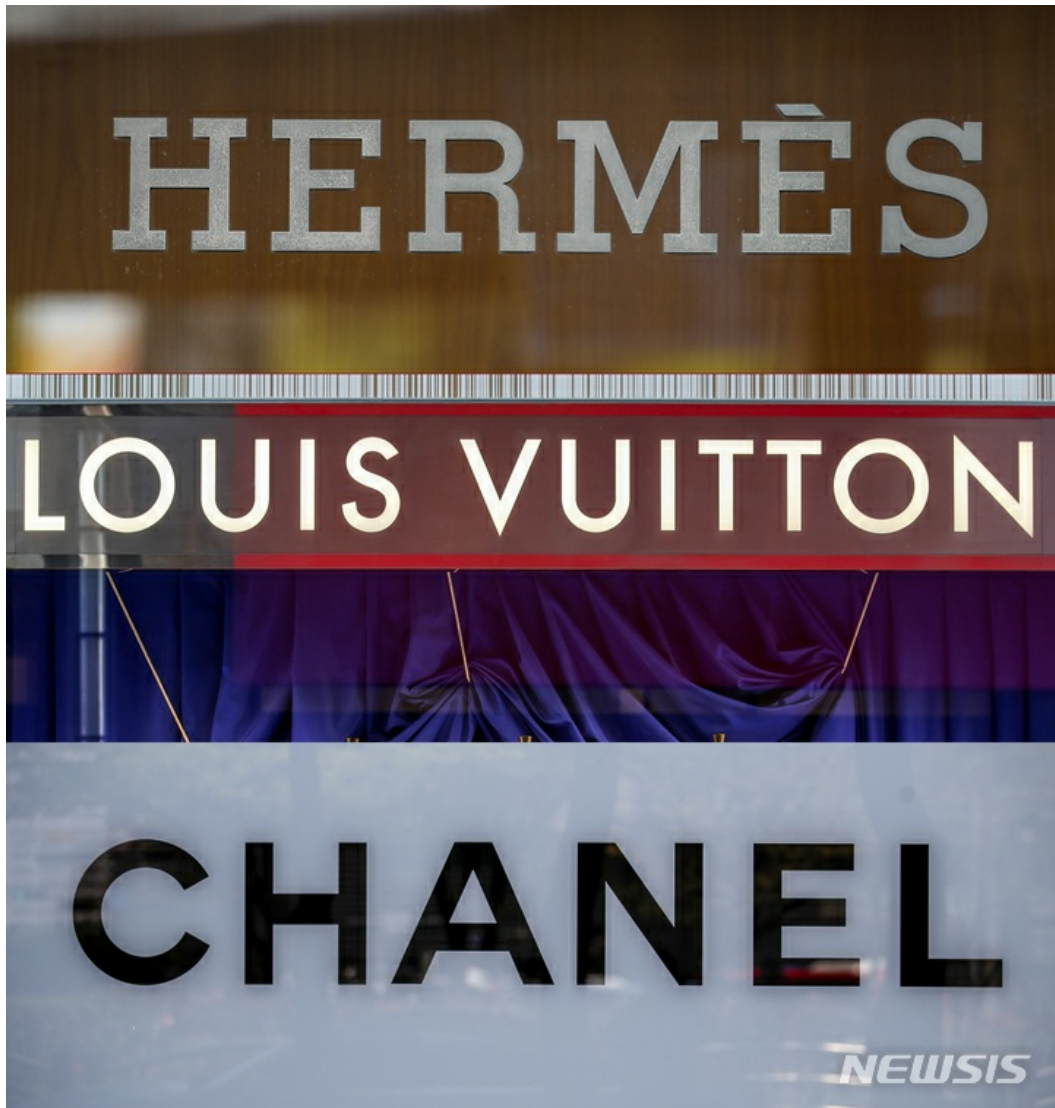
반면 한국에서의 사회 공헌도를 확인할 수 있는 지표인 기부금 액수는 현저히 낮은 수준에 머물고 있다.

5일 금융감독원 전자공시시스템에 따르면 디올 브랜드 한국법인 크리스찬디올꾸뛰르코리아의 지난해 매출액은 1조456억원으로 전년(9295억원) 대비 12.5% 증가했다.

다만 영업이익은 3120억원으로 전년(3238억원) 대비 3.6% 소폭 하락한 모습이다.

지난해 국내에서 매출액 1조원을 넘긴 명품 브랜드는 루이비통(Louis Vuitton)과 샤넬(CHANEL)인데, 디올은 이들에 이어 세 번째로 '1조 클럽'에 이름을 올리게 됐다.

이 외에도 글로벌 3대 명품으로 불리는 '에루샤(에르메스·루이비통·샤넬)' 매출도 계속 증가세에 있다.



[서울=뉴스시스] 정병혁 기자 = 에·루·샤(에르메스·루이비통·샤넬)라 불리는 명품 3사가 지난해 한국 시장에서 3조원 이상의 매출을 올린 것으로 알려진 15일 오후 서울 시내 백화점의 모습. 에르메스코리아·루이비통코리아·샤넬코리아의 감사보고서에 따르면 지난해 명품 3사의 합산 매출은 3조2194억원을 기록했다. 2022.04.15. jhope@newsis.com

2022년 이들 빅3 명품 브랜드의 매출 합계는 3조9324억원으로 전년(3조2192억원) 대비 22% 증가했다. 이같은 추세라면 지난해 에루샤의 국내 매출은 4조원을 훌쩍 뛰어넘을 것으로 전망된다.

이처럼 지난해 명품 브랜드들이 제품 가격 인상을 가져가는 가운데서도 매출이 늘자, 올해도 연초부터 인상 기조가 계속되고 있다.

에르메스(HERMES)는 새해 벽두부터 신발 제품의 가격을 최대 44% 인상하더니 며칠 뒤 주요 인기 가방 제품의 가격을 약 10~15%가량 올렸다.

'N차 인상'의 대표 주자로 불리는 샤넬 역시 1월부터 주얼리와 시계 등을 대상으로 새해 첫 가격 인상에 나서더니 2월에는 뷰티 제품의 가격을 5~10% 인상했다.

지난달 27일에는 인기 가방의 제품을 6~7%가량 인상하며 올해에만 벌써 세 번째 인상을 가져갔다.

디올은 지난 1월 대표 인기 제품인 로즈드방, 디올아무르, 쟈디올 등고가 라인의 귀걸이·팔찌·반지 등의 가격을 최대 12% 넘게 인상했으며, 루이비통은 지난 2월 기습적으로 일부 가방 제품의 가격을 5% 안팎으로 올렸다.

이 외에도 명품 보석 브랜드인 티파니앤코(TIFFANY&Co.)는 지난 1월11일, 5% 안팎 가격을 올리더니 같은 달 25일에는 국내 면세점에서 판매되는 주얼리 일부 제품의 가격을 4% 안팎으로 올리기도 했다.

프랑스 럭셔리 주얼리 브랜드 부쉐론(BOUCHERON)은 밸런타인 데이를 앞둔 지난 2월7일 국내에서 일부 제품을 대상으로 5% 안팎의 가격 인상을 가져갔고, 프레드(FRED)는 지난달 18일 국내에서 일부 제품의 가격을 7% 안팎으로 인상했다.

'불가리(BULGARI)'는 지난 1일부터 국내에서 일부 주얼리 제품의 가격을 평균 7% 올렸고, 일본 주얼리 브랜드 타사키(TASAKI)는 이날부터 국내에서 일부 제품에 대한 가격을 7% 안팎으로 올렸다.

상황이 이렇다보니 "명품은 오늘이 제일 싸다"는 세간의 유행어가 마치 '정설'로 굳어지는 형국이다.

더욱이 야외 활동이 많아지는 봄 시즌을 맞아 주요 백화점들이나 '민트급'(신품에 준하는 명품 리셀 상품)을 주로 취급하는 강남 캥카스백화점 등에도 '합리적인 가격'에 명품 구매를 하려는 고객들이 늘어나는 양상이다.

한편 해외 명품 브랜드들의 국내 기부금은 미미한 수준에 머물렀다. 기부금 인상폭을 줄이거나 아예 없애는 브랜드도 속출했다.

역대 최대 매출을 기록한 크리스찬디올꾸뛰르코리아는 지난해 기부금으로 '디올 가방 1개 가격' 수준인 1920만원을 냈다. 이는 전년보다 단 300만원 늘어난 수준이다.

©공감언론 뉴시스 Juno22@newsis.com

Copyright © NEWSIS.COM, 무단 전재 및 재배포 금지