

전자상권이 다핵화 구조로 바뀌고 있다



용산과 세운중심의 중앙집중식 전자상권이 지역분할식 다핵화구조로 크게 변모될 전망이다. 집단전자상가의 대명사가 되다시피하고 있는 용산전자상가와 그 원조격인 종로세운상가가 전부이다시피 한 집단전자상가가 90년대 후반에는 서울에만도 구의동, 서초동, 구로동 등에 우후죽순처럼 들어설 예정으로 있다. ■ 글 / 유 성호 기자 (전자신문사)

서울은 물론 수도권 나아가 전국의 전자상권을 거머쥐고 전자제품 유통의 핵심역할을 담당해 오던 용산전자상가와 종로세운상가는 90년대 후반에는 이들 신흥 집단전자상가의 등장으로 그 역할과 힘이 일정부분 약화될 운명이다.

반면 구의동의 테크노마트-21, 서초동의 국제전자센터, 구로동의

서부전자월드등으로 대표되는 90년대 후반에 들어설 신흥집단전자상가가 용산과 세운의 전자제품 유통의 중심역할을 상당부분 수용, 전자상권이 지역적으로 분산될 것으로 점쳐지고 있다.

이에따라 그동안 용산과 세운을 정점으로 거미줄처럼 연결돼 있던 국내 전자상권은 그 핵이 다원화되면서 어느 한 곳이 전국

의 상권을 지배하는 단핵구조가 아닌 지역연고 중심의 다핵화구조로 나아갈 것으로 점쳐지고 있다.

이같은 현상은 비단 서울뿐 아니라 수도권과 지방으로도 점차 확산되고 있다.

지방상권도 급팽창

수도권의 경우 분당, 일산, 평촌,

중동등 대규모 신도시를 중심으로 중소기업의 집단전자상가 내지 대형 전자유통업체들이 하나 둘씩 들어서고 있다.

또 부산에는 집단전자상가인 한창정보타운이 경남은 물론 제주도에게까지 그 힘을 뻗치면서 성장가도를 달리고 있는 가운데 동남월드, 전자통신랜드, 금호전자월드등 신형 집단전자상가가 속속 건립되고 있다.

광주에는 초현대식 대형 집단상가인 금호전자월드가 착공돼 90년대 후반 광주상권을 장악할 꿈에 젖어있다.

비단 집단전자상가뿐 아니라 서울전자유통, 하이마트등 국내 전자전문유통업체들과 마크로등 해외 종합유통업체들도 곳곳에 대형매장을 설립할 움직임을 보이고 있어 전자상권의 다핵화는 거스를 수 없는 흐름이 되고 있는 실정이다.

전자상권이 용산과 세운을 중심으로한 중앙집중식 구조에서 지역중심의 다핵화로 전환되는데에는 전자시장의 급팽창과 유통구조 개편, 지방자치제 실시등 다양한 요소들이 복합적으로 작용하고 있는 것으로 보인다.

전자상가 10년주기도 자리바꿈

지난 70년말부터 본격 형성되기 시작한 종로세운상가는 척박한 국내 전자산업의 맹아로서 10여년동안 그 소임을 다하면서 80년대말이후 국내전자산업의 발달과 시장의 확대에 크게 기여했다. 종로세운상가는 그러나 국내



전자산업의 텃밭을 일구기에는 충분했는지는 모르지만 발전기에는 걸맞지 않는 협소함을 지녔기 때문에 80년대말 이후 용산전자상가에 밀려나는 운명을 맞았다.

종로세운상가의 재개발을 통한 현대화와 상가확장이 어렵다는 판단아래 정책적으로 조성된 용산전자상가는 여의도광장에 버금가는 광활한 지역이다 당시로서는 깔끔한 현대식 건물로 지어져 세운상가의 업체들이 대거 이주해오면서 90년대 이후 불어닥친 전세계적인 전자산업의 발달과 맞물려 세운의 전자유통시장의 메카로 자리잡았다.

그러나 위세당당한 용산전자상가도 10여년간의 영화를 더이상 지탱하기에는 상가건물이 낡았고 매장 하나하나의 규모가 너무 협소하다는 단점을 드러내기 시작하고 있다.

더군다나 전자시장의 급팽창에 따른 신규 진출업체도 그만큼 급증, 용산전자상가에 이를 모두 수

용하기에는 역부족인 실정이다.

수요가 공급을 초과하면 시장원리상 공급의 확대라는 결과물을 야기하기 마련이다.

90년대 중반이후 매마침 불어닥친 토지초과이득세의 부과정책으로 각 지역의 유희토지를 위에 대형건물들이 속속 들어서는 가운데 이들 신축건물들의 분양과 임대에는 전자상가가 가장 인기 있는 분야로 각광받고 있다.

구의동의 테크노마트-21, 서초동의 국제전자센터, 구로동의 서부전자월드가 그 대표적인 케이스이며 이밖에도 이들 상가보다 규모는 작지만 서초동의 남국제 전자센터와 하이테크플라자, 구로동의 중앙유통단지등 서울에만도 90년대 후반에 입주예정인 신형 집단전자상가가 여러곳이다.

재미있는 현상은 서울지역의 집단전자상가의 다핵화가 용산을 중심으로 타원형 구조를 이루고 있다는 점과 전자상가의 융성과 쇠퇴가 10년 주기로 이어진다는

점이다.

용산을 정점으로 타원형 구조

용산을 정점으로 보면 북쪽으로 기존의 종로세운상가가 자리 잡고 있으며 남쪽으로는 국제전자센터가, 동쪽으로는 테크노마트-21, 서쪽으로는 서부전자월드 가 각각 정확한 타원형 띠선상에 위치하고 있다.

이같은 현상은 서울시의 행정 구역 자체가 동서거리가 남북거리보다 더 넓은 타원형구조를 이루고 있는데다 동서남북의 지역 경제 중심이 각각 종로, 구의, 서초, 구로가 되고 있기 때문으로 분석된다.

특히 종로는 상계동을, 구의동은 구리 미금시를, 서초지역은 분당을, 구로동은 평촌을 각각 끼고 있다. 이들 대규모 신도시는 서울의 상권을 지역적으로 분산시키는 근본적인 요인으로 작용하고 있다.

지방자치제도 다핵화에 한 몫

신도시의 등장은 비단 전자상권뿐 아니라 백화점, 대형유통점 등의 분산과도 밀접하게 연관돼 있다.

특히 지방자치제 실시로 지역경제의 발전을 제1목표로 하는 자치체의 정책은 서울뿐 아니라 지방에도 대형상가의 유치를 촉진시키고 있다. 분당, 일산, 평촌등 수도권 신도시뿐 아니라 전국 주요도시에도 매장 신설경쟁을 치열하게 전개하고 있다.



지자체로서는 대형 유통점을 유치함으로써 지역경제를 활성화시킬 수 있을 뿐 아니라 지역민들의 생활편의를 도모와 세수의 증대까지 1석3조의 효과를 누릴 수 있다.

대형유통업체들은 지자체들의 유치경쟁으로 과거보다 손쉽게 매장신설허가를 얻어낼 수 있어 경제성이 있는 지역에는 앞다퉈 출점, 시장선점을 피하려는 움직임이 가속화되고 있다.

더군다나 대형유통행사들은 96년의 유통시장 완전개방에 대응, 규모의 대형화와 시장선점이 무엇보다도 절실한 때이기도 하다.

전자전문 유통업체들의 매장 대형화와 매장증설도 종합유통업체들과 동일한 측면에서 서서히 진행되고 있으며 이는 시간이 지날수록 더욱 가속화 될 전망이다.

용산전자상가의 조성과 동시에 여기에 직영점 1호점을 개설한 서울전자유통의 전자랜드는 평촌점을 비롯, 강남점, 녹번점등 서울

지역에 수개의 매장을 이미 증설했으며 지방에도 부산본점, 부산2호점을 오픈했다. 전자랜드는 또 11월말에 포항점을 오픈할 예정으로 있는등 지방점 증설을 꾸준히 추진하고 있다.

전자랜드보다 매장규모는 작지만 다점포화를 적극 추진하고 있는 하이마트도 서울지역에만 용산에 이어 창동, 사당, 가락, 노량진등 5개점을 겨느리고 있다.

하이마트는 또 수도권에 구리, 분당, 의정부, 부평등 3개점과 대전, 부산, 대구등 지방에도 3개점을 개설, 다점포화를 가속화 하고 있다.

서울전자유통과 하이마트등 가전전문 유통업체들과는 별도로 컴퓨터 유통전문업체인 세진컴퓨터랜드도 이들 못지 않은 왕성한 매장확대 노력을 경주하고 있다.

세진컴퓨터랜드는 부산점과 대구점, 대전점에 이어 지난 6월 서울 잠실점을 오픈한데 이어 인천점, 울산점등 전국 주요도시에 대

형 직영매장을 개설했다.

세진은 또 서울지역에도 잠실점외에 영등포점, 노원점을 증설해 다점포화를 이룩한데 이어 최근에는 부평점, 평촌점, 서울 성북점, 마산점등을 잇따라 개설 또는 증설 예정으로 있어 컴퓨터상권의 다핵화에 선구적 역할을 수행하고 있다.

가전3사, 대형대리점 육성

이들 전문유통업체들뿐 아니라 막강한 영업망을 자랑하는 가전3사들도 소규모 단순대리점 차원을 넘어서 대형유통업사들과 경쟁할 수 있는 1백평이상 대형대리점 육성정책을 중점적으로 추진, 전자상권의 다핵화에 편승하고 있다.

삼성전자는 2백평에서 3백평 규모의 대형점인 리빙프라자를 봉천, 분당, 일산등지에 6개점을 신설한 데 이어 올해안에 4~5개점을 추가 증설할 방침으로 있다.

LG전자도 대전에 하이프라자 1호점을 개장한데 이어 일산, 분당등 신도시와 전국 6개도시에 하이프라자를 건설한다는 방침을 세워놓고 있다.

대리점망이 상대적으로 취약한 대우전자는 규모의 영세성을 면치못하는 기존 대리점망과는 별도로 대우가전마트라는 대형 직영점을 전국에 걸쳐 구축, 경쟁사는 물론 전문유통업체들과의 경쟁에 대응하고 있다.

이처럼 그동안 용산전자상가와 종로 세운상가를 제외하고는 집단전자상가는 물론 변변한 대형유통업체 하나없이 대리점 일색이던 전자상권은 신홍 집단 상가의 형성과 대형유통업체등장과 매장증설로 다핵화라는 새로운 구도로 출발을치고 있다.

종합 유통업, 창고형매장도 가세

특히 집단전자상가가 들어서는 지역뿐아니라 백화점등 종합유통

업체나 창고형매장등 대형 신업태들이 들어서는 지역에는 어김없이 가전이나 컴퓨터 전문업체들의 대형매장과 가전3사들의 초대형 대리점들이 군집, 새로운 전자상권의 핵으로 자리잡게 될 것으로 보인다.

일예로 분당의 경우 가전3사에서 하아마트와 하이프라자, 리빙프라자등 초대형 매장개설을 했거나 추진중이며 이미 영업에 들어간 창고형 매장인 김스클럽에 이어 E마트가 96년 6월, 한국가프가 9월, 디스카운트 스토아가 하반기 중에 문을 열 예정으로 있다.

또 청구백화점이 내년 8월 오픈을 목표로 건설이 진행되고 있으며, 삼성물산에서 추진하는 백화점건설도 96년하반기에 선을 보일 예정이다.

현재 분당에는 4~5층 규모의 백화점식 쇼핑센터가 이미 7~8개 건설돼 영업을 실시중인데가 유사한 규모의 대형 쇼핑센터 건설이 계속 늘고 있어 이들 창고형할인매장과 치열한 경합을 벌이고 있다.

동시에 집단전자상가에 못지않는 전자상권을 형성할 것으로 기대되고 있다.

지역적으로 상당부분 제한될 수 밖에 없는 집단 전자상가외에 전자전문 유통매장을 중심으로 전자제품의 판매비중이 높은 대형 유통업체들의 밀집에 따른 새로운 전자상권의 등장은 특히 신도시나 지방주요도시에서 더욱 두드러 질 것으로 보인다.

