

건강도 잡고 수분도 잡는 '수분보충음료' 시장 커진다

블루다이아몬드

식물성 음료 '아몬드 브리즈'

현대약품

식이섬유 함유 '미에로화이버'

동아오츠카

물처럼 산뜻한 '이온 워터'

CJ헬스케어

여자를 위한 '히비스커스 헛개수'



아몬드 브리즈(왼쪽부터), 미에로 화이버, 포카리스웨트 이온워터, 히비스커스 헛개수 /각사

본격적인 더위가 찾아오면서 건강까지 담은 수분보충음료가 주목을 받고 있다.

여름이 되면 땀으로 수분이 많이 배출돼 평소보다 체내 수분 손실이 커 체력이 저하될 수 있기 때문에 충분한 수분을 섭취해 탈수를 예방하는 것이 중요하다.

10일 업계에 따르면 세계보건기구(WHO)가 권장하는 하루 물 섭취량은 1.5~2L다. 그러나 한국인의 하루 평균 물 섭취량은 남자 1L, 여자 860ml로 권장량에 현저하게 못 미친다. 이는 다소 미미한 물을 마실 때 물비린내가 느껴지거나 물이 물러서 먹기 힘들어 하는 등 거부감이 들기

때문이다. 이러한 이유로 여름철 습관적으로 탄산음료나 커피, 맥주를 마시는 이들이 많다. 하지만 탄산에는 탄산의 청량감을 내기 위해 첨가하는 인산이 포함되어 있어 요로결석의 원인이 될 수 있으며 카페인도 든 커피나 맥주는 이뇨 작용을 촉진시켜 오히려 체내의 수분 배출을 돕는 역효과를 낼 수 있기 때문에 주의해야 한다.

식음료업계에서는 다소 미미한 생수를 대체하며 건강한 수분 섭취를 동시에 할 수 있는 수분보충음료를 선보이고 있다.

블루다이아몬드는 아몬드로 만든 식물성 음료 '아몬드 브리즈'를 판매하고 있다. 이 제품은 담백하고 깔끔한 맛이 특징이며, '아몬드 브리즈 언스위트'의 경우 일반 우유 대비 1/3 정도에 불과한 35kcal의 저칼로리(190ml 기준)에 1일 영양소 기준치 89%에 해당하는 비타민 E와 33%에 해당하는 칼슘이 들어있어 스포츠 활동 후 물 대신 즐기면 칼로리 부담 없이 수분과 영양을 보충할 수 있다. 또한 100% 캘리포니아산 프리미엄 아몬드 식물성 음료로, 평소 우유를 마시면 속이 불편한

'유당불내증(유당 분해 능력이 없거나 약한 상태)'을 가진 사람도 편하게 음용할 수 있는 것이 특징이다.

현대약품의 '미에로화이버'는 식이섬유가 함유된 대표적인 음료다. 새콤달콤한 맛과 산뜻하고 깔끔한 목넘김으로 인해 꾸준히 소비자들의 사랑을 받아 왔다. 특히 미에로화이버는 수분섭취와 함께 우리 몸에 부족하기 쉬운 식이섬유를 섭취할 수 있는 제품이다. 칼로리가 낮아 다이어트 중인 여성이 마시기도 부담 없다는 장점이 있다.

동아오츠카는 최근 음료대신 생수를 즐기는 소비자들의 니즈를 반영해 '포카리스웨트 이온워터'를 내놓았다. 이온워터는 물처럼 산뜻하고 가볍게 마실 수 있는 데일리 음료다. 수분과 전해질 보충을 위한 이온음료의 기능은 유지하면서 깔끔하고 부담 없이 마실 수 있다. 포카리스웨트가 체내 수분보충을 위해 칼륨, 나트륨, 마그네슘 등 이온 등의 성분을 체액에 맞춰 기능적인 면을 최적화한 제품으로, 일상생활 중 갈증해소를 위한 기능은 유

지하면서 물처럼 가볍게 마실 수 있도록 산뜻한 맛을 강조하고 칼로리를 낮춘 것이 특징이다.

CJ헬스케어는 최근 몸매 관리에 관심이 많은 여성 소비자에 주목, '여자가 마시고 싶은 첫 번째 차(茶)'라는 슬로건의 '히비스커스 헛개수'를 새롭게 출시했다. 히비스커스 꽃을 전면에 내세운 붉은 색 패키지로 출시된 히비스커스 헛개수는 꽃을 우려내 상큼한 맛을 낸 음료로, 커피나 탄산음료 대신 가볍게 즐기기에 좋다. 특히 히비스커스 헛개수의 주 원료인 '히비스커스 꽃'은 주로 열대 지방에서 자라는 무궁화과의 꽃으로, 여성 건강과 미용에 도움을 주는 것으로 알려진 하이드록시시트릭산(HCA), 안토시아닌, 케르세틴 등이 함유됐다.

업계 관계자는 "음료업계에서는 물 한 병도 특별하게 마시려는 젊은 세대의 입맛에 맞춘 다양한 수분보충음료 제품들이 앞으로 더 각광 받을 것으로 보인다"고 전했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

현대백, 참이슬과 술-패션 협업상품 선봬

현대백화점-하이트진로

브랜드 협업 '팝업스토어' 오픈

현대백화점은 하이트진로와 함께 14일까지 판교점에 '참이슬' 팝업스토어를 열고 10일 밝혔다.

최근 식음료업계와 패션업계 간 협업 사례는 종종 있었지만, 주(酒)류와 패션은 이번이 처음이다. 소비자들에게 익숙하지 않은 신선한 콘텐츠를 통해 SNS상에서의 입소문을 노리고, 브랜드 이미지에 재미를 더하겠다는 전략이다.

팝업스토어에서는 '참이슬' 콘텐츠와 의류브랜드가 협업한 상품들을 선보인다. 헤지스·티아이포텐·시리즈 등 9개 브랜드의 30여 품목을 판매할 예정이다. 특히 판매하는 상품들에 하이트진로의 마스코트 '두꺼비'를 그려 넣어 젊은 층에게는 재미있는 콘텐츠를 제공하고, 중장년층에게는 향수를 불러일으키고자 했다.

대표 상품은 티아이포텐 남성티셔츠(4만8000원), 헤지스 여성티셔츠(5만9400원), 그린피쉬 슬리퍼(1만5000원),



현대백화점 참이슬 팝업스토어 /현대백화점

올젠 양말(1만원) 등이다. 상품들은 각각 300~1000개 한정수량으로 판매한다.

팝업스토어 기간 다양한 즐길거리도 마련했다. 밴드 '혁오'의 앨범 제킷을 그린 노상호 등의 신진 아티스트 8명이 디자인한 소주병들을 전시한다. 또 탁구공을 던져 소주잔에 넣는 '이슬통통' 이벤트를 진행해 성공한 고객들에게는 에코백·우산·헤어핀 등 사은품을 증정한다.

팝업스토어는 목동점(6월 15일~21

일), 중동점(6월 22일~28일), 대구점(6월 29일~7월 5일)에서 순차적으로 진행할 예정이다.

현대백화점 관계자는 "최근 이종업계 간의 협력이 활발해져 새로운 콘텐츠를 선보이기 위해 성인 소비자들이 선호하는 소주와 패션의 컬래버레이션을 진행하게 됐다"며 "앞으로도 고객들이 흥미를 느낄 수 있는 다양한 콘텐츠를 발굴할 예정"이라고 설명했다. /박인용 기자

G마켓 '국내여행 할인대전'

"도심 여행상품 찾는 '휴가족' 모여라"

G마켓이 도심 휴가족을 위한 '국내여행 할인대전'을 연다.

G마켓이 최근 한달 간(5월 8일~6월 7일) 도심 여행상품 판매 데이터를 분석한 결과, 작년 동기 대비 도심 휴가족은 최대 4배 이상 증가한 것으로 나타났다. 5~6월 이어진 징검다리 연휴의 영향으로 분석된다.

서울에 위치한 호텔 및 레지던스 판매량이 318% 증가해 가장 인기를 끌었고, 경기권의 콘도 및 리조트는 61% 증가했다. 같은 기간 국내 전체 호텔 및 레지던스 판매량은 18%, 제주여행 판매량은 13%로 늘었다.

외식을 즐길 수 있는 e쿠폰 판매량도 크게 늘었다. 동기간 호텔 뷔페 및 레스토랑 e쿠폰은 9배 이상(860%) 판매 증가했다. 지역별로는 서울지역 뷔페 이용권이 230%, 부산과 울산지역은 107%, 인천과 경기 지역은 96% 각각 신장했다. 이외에도 징검다리 연휴를 이용해 마사지나 피부관리 등을 받을 수 있는 뷰티 e쿠폰은 74%, 영화관람권은 69% 증가했다.

/김민서 기자 min0812@



G마켓이 오는 30일까지 도심 휴가족을 위한 '국내여행 할인대전'을 연다. /G마켓

이러한 수요를 잡기 위해 G마켓은 오는 30일까지 '국내여행 할인대전'을 열고 숙박, 레저입장권 등을 할인가에 선보인다. 매주 '금주의 슈퍼딜' 코너를 통해 국내여행, 제주여행, 숙박, 레저입장권 등 총4가지의 테마에 맞춰 다양한 여행상품을 특가에 선보이고, '원데이 특가' 코너에서는 호텔과 리조트, 콘도, 펜션 등 인기 국내 숙박 상품들을 매일 한정수량으로 할인 판매한다. 4대 카드사(신한·국민·NH농협·롯데)를 이용해 결제 시 최대 10만원의 추가 즉시 할인이 가능하다.



롯데홈쇼핑이 지난 7~9일 일본 도쿄에서 국내 중소기업 해외진출 지원을 위한 수출 상담회를 개최하고, 총 250만 달러(약 27억 원)의 상담 실적을 기록했다. 사진은 일본 수출 상담회 현장. /롯데홈쇼핑

롯데홈쇼핑 日서 中企 해외진출 상담회 개최

롯데홈쇼핑이 국내 중소기업의 일본 진출 판로를 넓혔다.

롯데홈쇼핑은 지난 7일부터 9일까지

사흘간 일본 도쿄에서 국내 중소기업 해외진출 지원을 위한 수출 상담회를 개최했다. 중소기업 50개사의 70개 상품에 대

한 수출 상담 결과 총 250만 달러(약 27억 원)의 상담 실적을 기록했으며, 일부 상품은 현장 계약 체결로 일본 진출이 확정되는 등 실질적인 성과도 거뒀다.

롯데홈쇼핑이 일본에서 수출 상담회를 진행한 것은 이번이 처음이다. 롯데홈쇼핑 해외수출 담당 직원들이 현지 바이어들에게 직접 상품 수출을 제안하는 방식으로 이뤄졌다.

롯데홈쇼핑은 2016년부터 중소기업 해외 판로 개척을 위한 수출 상담회를 진행해 오고 있다. 초기에는 대만, 베트남 등 롯데홈쇼핑이 성공적으로 진출해 있는 지역을 중심으로 개최했으나 지난해부터 인도네시아, 태국 등 사업 진출 여부와 상관 없이 참여 중소기업들의 진출 희망 의사가 높고, 성장 잠재력이 큰 지역으로 운영 범위를 넓혔다. /김민서 기자

갤러리아백화점 "투표 인증하면 상품권 드려요"

갤러리아백화점이오는 13일 전국동시 지방선거를 앞두고 성공적인 선거를 위한 투표 독려에 적극 나선다.

갤러리아백화점은 지방선거일 임직원과 협력사원, 고객의 선거 참여 확대를 위해 개점시간을 조정하고 투표 인증 고객에게 혜택을 제공한다고 10일 밝혔다.

갤러리아백화점은 이날 명품관, 타임월드, 센터시티, 수원점, 진주점 등 전 지점의 개점시간을 평소보다 30분 늦춘 오전 11시에 연다.

또한 본인의 투표 일정에 따라 출퇴근 시간을 자율적으로 조정하도록 하고, 장거리 출퇴근자는 근무 스케줄 조정을 통해 사전투표기간에 투표할 수 있도록 독려했다.

고객 대상으로는 '투표 확인증'이나

'투표 인증샷' 소지 시, 지점별로 증정품 및 상품권 제공 등 투표 장려 프로모션을 진행한다.

명품관에서는 투표당일 투표확인증 및 투표 인증샷을 보여주면 '비밀이 없는 건강한 아이스크림'이라는 콘셉트의 'EBA' 수제 아이스크림 쿠폰을 증정한다.

대전에 위치한 타임월드에서는 투표당일 투표확인증 지참 시 단일브랜드 30만원 이상 구매시 5% 상품권 증정권과 10만원 이상 구매시 5000원 금액할인권 증정, 그리고 선착순 150명에게 네일아티스트 '은유'가 제작한 네일스티커를 증정한다.

천안에 위치한 센터시티에서는 투표 확인증 및 투표 인증샷 제시 시 8층 전문 식당가 전 메뉴를 10% 할인(일부 식단 제외)혜택을 공한다. /신현서 기자 tree6834@