

이색 재료에 다양한 토핑... '빙수전쟁' 막을랐다

정통의 맛 고수한 '팥빙수' 인기만점 스테디셀러 메뉴 리뉴얼 출시 잇따라

한낮 최고기온이 20도를 훌쩍 웃도는 더운 날씨로 인해 식음료업체가 빙수 출시를 앞당기고 있다.

이색적인 재료와 다양한 토핑, 화려한 비주얼이 돋보이는 빙수들 가운데 단팥을 얹어 정통의 맛을 고수한 '팥빙수'가 단연 인기가 높다. 팥빙수는 풍부한 양의 콩가루, 팥, 찰떡 등을 곁들여 빙수 기본에 충실한 맛과 고소한 풍미를 즐길 수 있으며, 팥 고유의 단 맛을 느낄 수 있어 여전히 기존 팥빙수를 찾는 소비자들 많다.

13일 업계에 따르면 이른 더위로 빙수의 소비가 높아지면서 부담없이 즐길 수 있는 합리적인 가격으로 판매한다는 점이 꾸준한 인기의 요인으로 작용하고 있다.

카페 드롭탑은 최근 여름 시그니처 메뉴인 '아이스탑' 빙수 5종을 출시했



드롭탑 '단팥 아이스타'.

다. 아이스타는 지난해부터 이른 봄에 출시되며 일부 매장에서 조기 품절을 일으킨 제품이다. 이번에 선보인 아이스타는 고객 설문조사를 통해 선정됐으며, 선호도가 가장 높았던 '단팥 아이스타'가 인기리에 판매되고 있다. 콩가루와 볶음 현미가 첨가되어 고소한 맛이 특징이며, 오리지널 팥빙수의 맛을 그대로 느낄 수 있어 남녀노소를 막론하고 즐길 수 있는 메뉴다. 아이스타 메뉴 중 베스트셀러로 자리잡았다.

SPC그룹의 파스쿠찌가 리뉴얼 출시한 '레드빈 시리즈'는 그라니파에 팥빙수 요소를 더해 개발한 1인 빙수 메뉴다. 그라니파 레드빈 시리즈는 2011년 출시 이후 매년 업그레이드해 선보이는 파스쿠찌의 스테디셀러 메뉴로, 이탈리아 정통 디저트인 그라니파에 팥빙수 요소를 더해 개발한 1인 빙수 메뉴다. '썩썩썩 그라니파', '단팥통통 그라니파', '찰인절미 그라니파' 등 모두 3종으로, 모두 얼음과 함께 떡을 갈아 만들어 작은 크기의 떡이 쫄깃하게 씹히는 색다른 식감이 특징이다.

카페 오가다는 여름을 대비해 오가다만의 특색 있는 빙수 메뉴 판매를 시작했다. 카페 오가다의 시그니처 빙수로 불리는 '오곡팥빙수'는 지난 2013년 출시 이후 매년 전체 빙수 판매량의 50% 이상을 차지하며, 부동의 판매 1위를 유지하고 있다. 오곡팥빙수는 국내산 콩으로 만든 곡물 가루와 경산 대추를 그대로 말린 대추칩, 호두, 호박씨 등 견과류 토핑이 얹어져 있어 달콤하면서도 고소한 맛을 내는 남녀노소 누구나 좋아하는 베스트 메

뉴다.

공차코리아가 지난해 누적 판매량 베스트 제품이었던 '실크 팥빙수'를 리뉴얼 출시했다. 이 제품은 우유 얼음에 19가지의 고소한 곡물가루가 어우러져 남녀노소 누구나 선호하는 제품이다. 특히 곡물 품을 빙수에 얹어 고소함을 극대화했다. 여기에 쫄깃한 타피오카 펄과 알갱이가 살아 있는 국내산 팥을 사용했다.

달콤커피는 독특하고 재밌는 이름의 5가지 메뉴로 구성된 '빙수마찰' 시리즈를 선보이고 있다. 5가지 빙수 메뉴 중 '추억소환단팥'은 팥빙수 그대로 본연의 맛을 느낄 수 있는 제품이다. 우유 얼음을 갈아 맛이 부드럽고 콩가루와 쫄깃한 썩경단, 단팥을 올려 고소함과 달콤한 맛이 특징이다.

한국피자헛은 패스트캐주얼다이

닝(FCD) 매장 전용 여름 신제품 '스노우 팥빙수'를 판매 중이다. 이 제품은 우유로 만든 빙수에 딸기와 팥, 치즈 토핑이 어우러진 제품이다.

업계 관계자는 "본격적인 여름에 들어서면서 빙수를 찾는 고객들이 늘었다"며 "딸기, 망고, 초코 등 다양한 종류의 제품을 선보이고 있지만 팥빙수를 찾는 고객들이 가장 많다"고 말했다.

/박인웅 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr



공차 '실크 팥빙수' 리뉴얼

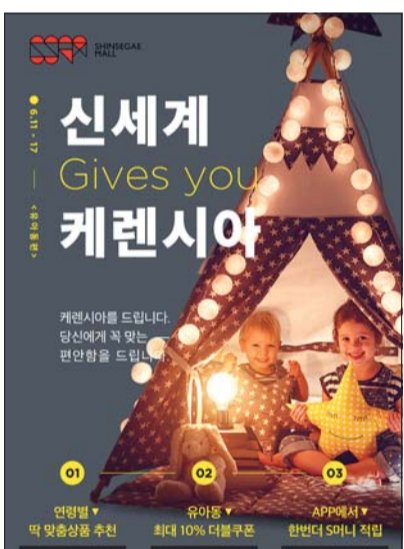
항균·친환경 가구 등 아동용품 매출 '쑥쑥'

신세계몰, 6월 한 달간 행사 진행 아동생활장르 27.5% 신장세 보여

최근 라돈 검출 등 생활 소품들의 유해성 문제가 대두된 가운데 아이를 키우는 부모들이 항균 침구, 친환경 가구 등 프리미엄 아동 생활 용품에 높은 관심을 보이고 있다.

13일 신세계백화점에 따르면, 아동장르 실적은 올해 1월부터 6월 11일까지 아동장르 전체가 2.1% 신장한 가운데 아동 생활 장르는 이보다 10배가 넘는 27.5%의 신장율을 보였다.

특히 알레르겐 베이비, 미국의 친환경 가구 브랜드 우프 등 프리미엄 아동 생활 제품군은 라돈 검출 파동이 있었던 5월부터 6월 11일까지 79.1% 신장율을 기록하며 친환경 프리미엄 아동 용품에 대한 고객의 높은 관심을 입증했다.



신세계몰 관계자는 "적은 자녀 수에도 맞벌이 등으로 부모의 경제력은 높아져 '내 아이만큼은 좋은 것으로'라는 인식이 아이들의 라이프 스타일 트렌드까지 확산돼, 먼지 없는 침구, 프리미엄 물티슈 등 아동 생활 장르의 높은 신

장으로 이어지고 있다"고 설명했다.

이에 신세계몰은 6월 한 달간 '신세계 Gives you 케렌시아' 행사를 열고 최대 50% 할인된 합리적인 가격에 유아동 패션, 완구, 프리미엄 생활용품 등을 엄선하여 선보인다.

뮤라, 까르방, 스토크 등 유아동 브랜드가 참여하는 이번 행사는 신세계몰 유아동 바이어가 각 연령대별 추천 상품을 엄선해 우리 아이에게 딱 맞는 상품을 고민하는 엄마들의 마음을 사로잡을 것으로 기대한다.

신세계몰 김예철 상무는 "우리 아이만을 위한 공간을 만들어주는 트렌드로 아동 생활 장르가 많은 관심을 받고 있는 가운데, 바이어들이 엄선한 상품을 선보이는 행사를 기획했다"며 "오는 9월 선보이는 아동 전문관 등, 신세계몰에서만 만나볼 수 있는 콘텐츠 확대를 통해 업계 선도할 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

이마트, 신선식품 브랜드 'Just Fresh' 첫 선

프리미엄 신선식품으로 돌파구 모색

이마트는 오는 14일 프리미엄 신선식품 브랜드 'Just Fresh'를 선보인다고 13일 밝혔다.

Just Fresh는 이마트 바이어가 직접 산지와 생산자, 생산시기, 생육법 등을 꼼꼼히 따져 엄선한 상품들로 과일, 채소, 축산, 수산, 건식품 등으로 구성돼 있다. 연간 운영품목은 80여 개에 달할 전망이다.

패키지에는 고객들이 구매기준으로 활용할 수 있도록 다른 상품들과 차별화한 포인트를 명시했다. 사과와 경우 ▲대표산지 ▲당도 선별 14Brix 내의 ▲색택 90% 이상 ▲크기 당도 꼼꼼히 선별을, 파프리카는 ▲특대와 사이즈 엄선 ▲최첨단 시설 재배로 안전·안심 ▲아삭아삭한 달콤한 맛 등을 표기하는 식이다.

이마트가 프리미엄 신선식품 브랜드를 선보인 이유는 신선식품이 대형마트의 '구원투수'로 떠올랐기 때문이다.

대형마트는 편의점과 온라인몰의 공세 속에 지난 해의 경우 오프라인 유통채널 중 유일하게 역신장을 기록하기도 했다. 하지만, 신선식품의 경우 선도 문제로 인해 온라인 채널로의 소비층 이전이 제한적으로 발생하고 있으며, 산지발굴이나 바이어와의 확보에 있어 오랜 영업노하우를 지닌 대형마트 업계가 비교우위를 가진 것으로 평가 받고 있다.

앞으로 이마트는 가성비로 경쟁력을 확보한 신선식품에 이어 품질을 강조한 프리미엄 신선브랜드 Just Fresh를 내세워 차별화를 도모하고, 신선식품을 통한 경쟁력 강화에 힘을 기울인다.

민영선 이마트 신선식품 담당 상무는 "오프라인 매장을 갖춘 대형마트가 차별화할 수 있는 무기 중 하나가 선도를 생명으로 하는 신선식품"이라며 "앞으로 Just Fresh를 전 상품군에 걸쳐 확대해 우수한 신선식품을 판별하는 기준으로 육성해 나갈 것"이라고 말했다.

/신원선 기자

신개념 식문화 플랫폼 'CJ올리브마켓 IFC몰점' 오픈

CJ제일제당은 'CJ올리브마켓 여의도 IFC몰점'을 오픈했다고 13일 밝혔다.

이 점포는 이달 1일 문을 연 CJ제일제당센터 본사에 위치한 국내 최초 HMR 플래그십 스토어 'CJ올리브마켓 쌍림점'에 이은 2호점이다.

연면적 529㎡(160평) 규모의 'CJ올리브마켓 여의도IFC몰점'은 HMR 메뉴를 맛있게 즐기고 쇼핑할 수 있는 신개념 식문화 플랫폼(Simple & Delicious)을 표방하고 있다. 여의도가 직장인 소비자층이 집중된 오피스 상권이라는 점을 감안해 바쁜 현대인의 소비 트렌드에 맞는 맛 있으면서 간편한 집밥 솔루션을 제공하고, 새로운 라이프 스타일을 제안하는 창구 역할을 할 예정이다. 이에 '올리브 테이크웨이(Takeaway)' 존과 '샐러드 셀렉션(Salad Selection)' 존을 운영한다. '올리브 테이크웨이존'에서는 '비비고'와 '고메' 등 가정간편식을 모티브로 한 도시



CJ제일제당 올리브마켓 IFC몰점. /CJ제일제당

락과 샐러드 메뉴를 구매할 수 있다. 맛과 영양을 챙기면서 시간은 절약하고 싶어 하는 여의도 오피스 상권의 소비자 니즈를 반영해 신선한 제철 재료로 만든 포장도시락 메뉴를 강화했다. 자신만의 샐러드를 만들어 포장해 갈 수 있는 '샐러드 셀렉션'에서는 고객의 다양한 취향을 고려해 야채와 고기, 토핑 종류를 직접 선택할 수 있도록 했다.

1호점과 동일하게 프리미엄 HMR 레스토랑인 '올리브 델리(Deli)'와 HMR 브랜

드 스토어인 '올리브 그로서리(Grocery)' 2가지 테마공간도 운영한다. '올리브 델리'는 HMR 메뉴의 다양화와 가치 전달에 초점을 맞췄다. 10여명의 전문 셰프들이 CJ제일제당의 HMR 제품들로 만든 '비비고 한식반상', '고메 스테이크 정식' 등 외식 메뉴 20여종을 개발해 선보이고, 2개월마다 새로운 메뉴를 출시할 예정이다.

'CJ올리브마켓 여의도IFC몰점'은 다양한 연령대의 소비자가 방문하고 유동인구가 많은 상권으로 보다 대중적인 트렌드 파악을 위한 안테나숍 역할을 맡는다.

손은경 CJ제일제당 식품마케팅본부장(상무)은 "CJ올리브마켓은 단순한 제품 및 식재료 판매를 넘어 '특별한 미식과 새로운 라이프스타일, 식문화 트렌드'를 경험할 수 있는 복합 식문화 공간"이라며 "HMR 제품의 본질인 맛과 즐거움 그 이상의 가치를 제공해 여의도 지역의 랜드마크로 거듭날 것"이라고 밝혔다.

/박인웅 기자



롯데프리미엄 푸드마켓 잠실점에서 직원들이 프로모션 상품을 둘러보고 있다.

롯데슈퍼, 북미 정상회담 특별 프로모션

'반갑다! 평화야!' 20% 할인판매

롯데슈퍼는 13일부터 17일까지 '반갑다! 평화야!'를 테마로 특별 프로모션을 진행한다.

롯데슈퍼는 12일, 싱가포르에서 열린 북미 정상회담에서 비핵화 새출발 합의

문 발표를 축하하기 위해 이번 행사를 기획했다. 롯데프리미엄 푸드마켓을 포함한 롯데슈퍼 전 점에서 진행되는 이번 행사에서는 지난 남북 정상회담 이후 인기를 끌었던 평양냉면을 포함해 다양한 가공식품과 냉장생면을 20% 할인 판매한다.

/신원선 기자