

“이런 맛 처음이야” 식품·외식업계, 이색 컬래버 눈길

쥬스떡볶이+던킨도너츠
떠먹는 떡볶이 도넛 ‘새 맛·식감’
크리스피크림도넛+롯데제과
칙촉·꼬깔콘·빠다코코넛 도넛 등
롯데제과+굽네치킨
‘도리토스 갈비천왕 치킨맛’ 출시



치토스팝(왼쪽부터), 복숭아곤약젤리설빙, 떠먹는 떡볶이 도넛.

/각사

식품·외식업계에서 전혀 다른 장르가 만나 새로운 맛과 제품을 만들어내는 컬래버레이션이 눈길을 끌고 있다.

7월 업계에 따르면 최근 협업을 통해 누구나 한 번쯤은 생각해 봤거나, 아니면 전혀 생각지도 못했거나, 혹은 ‘실수’가 아닐까 생각할 법 한 제품들을 선보이며 소비자들에게 호기심과 재미를 주고 있다. 떡볶이와 도넛, 도넛과 과자, 또는 치킨과 과자, 아이스크림과 마카롱 등 그 조합의 형태도 다양하다.

최근 쥬스떡볶이와 던킨도너츠는 컬래버레이션을 통해 ‘떠먹는 떡볶이 도넛’을 선보였다. ‘뭔가 잘못된 도넛’이라는 콘셉트를 가진 떠먹는 떡볶이 도넛은 매콤

한 떡볶이와 달달한 도넛을 한꺼번에 먹던 중 도넛을 떡볶이에 빠뜨려 새로운 맛과 식감을 발견했다는 스토리에서 출발한 제품이다. 매콤달콤한 쥬스떡볶이의 소스에 고소하고 부드러운 치즈와 한 입에 먹기 좋은 쫄쫄쫄쫄한 먼치킨 도넛이 어우러져 이 전의 떡볶이에서는 볼 수 없었던 맛과 식감을 나타낸다.

인기 과자와 만난 도넛도 있다. 크리스피 크림 도넛은 롯데제과의 대표적인 제품과 결합한 ‘베스트 컬래버’를 선보였

다. 이 제품은 롯데제과의 달콤하고 바삭한 맛 그대로를 즐길 수 있는 도넛 3종과 한입으로 즐길 수 있는 도넛팝 1종으로 이루어졌다. 먼저 도넛 3종은 촉촉한 초코쿠키에 큼직한 초코칩이 박혀있는 달콤한 ‘칙촉 도넛’과 고소하고 바삭한 식감으로 스낵 판매량 1위로 꼽히는 과자를 구현한 ‘꼬깔콘 도넛’, 고소한 버터와 달콤한 코코넛이 조화로운 ‘빠다코코넛 도넛’이다. 또한 동그란 도넛을 한입으로 즐길 수 있는 도넛팝으로 자극적이면서도

중독적인 맛과 재미난 캐릭터가 인상적인 ‘치토스팝’을 선보인다.

롯데제과는 굽네치킨과 함께 나초 스낵 ‘도리토스’ 신제품을 내놓기도 했다. 굽네치킨의 인기 제품인 ‘굽네 갈비천왕’과 결합한 ‘도리토스 갈비천왕 치킨맛’이다. 롯데제과는 ‘굽네 갈비천왕’의 맛을 그대로 구현하기 위해 제품 개발에서 출시까지 1년이 넘는 시간이 걸릴 정도로 제품의 맛에 신경을 썼다. 해당 제품의 전용 시즈닝을 개발하고 블라인드 테스트와 소비자 조사를 실시하는 등 소비자의 의견도 적극 수용했다.

마카롱 브랜드로 자리잡은 마리웨일이 해태제과와 만나 컬래버레이션 제품을 출시했다. 마리웨일은 아이스크림 ‘바밤바’의 맛을 그대로 담은 마카롱을 시원한 음료로 재탄생한 아이스음료다. 고소한 밤에 달콤한 꿀맛이 특징인 기존 바밤바에 마카롱의 쫄쫄한 식감이 더해졌고, 아이스크림을 더 시원하게 음료로 마실 수 있어 세트 제품으로 즐겨도 손색이 없다. 설빙은 다이어터들도 부담 없이 디저

트를 즐길 수 있도록 ‘설빙 워터젤리’로 유명한 글램디와의 협업을 통해 ‘복숭아 곤약젤리설빙’을 선보였다. 이 제품은 탱글탱글한 식감의 글램디 4mm 자두맛 곤약 워터젤리와 달달한 백도 복숭아, 말캉말캉한 코코넛 젤리가 함께 어우러지는 것이 특징이며, 생백도 복숭아를 통째로 올린 비주얼로 눈길을 사로잡는다. 열량이 낮으면서도 포만감이 높은 ‘곤약젤리’를 넣어 여름 다이어트 간식으로 안심맛춤인 착한 칼로리의 빙수 메뉴다. 설빙은 시리얼 브랜드 켈로그와 ‘첵스초코설빙’도 출시했다. 시리얼 첵스초코는 첵크모양의 초콜릿 맛 시리얼로 다섯 가지 곡물로 만들어져 영양도 풍부해 어린이들은 물론 젊은 층들의 간식으로도 큰 사랑을 받고 있는 제품이다. 첵스초코 특유의 고소하고 바삭한 식감을 그대로 활용, 기존의 초코빙수에 비해 달지 않은 것이 특징이며 첵스초코뿐만 아니라 티라미수 비주얼을 연상시키는 바닐라 아이스크림까지 겹겹이 올려 푸짐하게 먹을 수 있도록 만들었다. /박인용 기자 parki7854@metrosoul.co.kr

안입은 듯 편하게... ‘퓨징 브라톱’ 인기

비비안, 판매량 전년비 160% 증가
자극 덜해 래쉬가드 속옷으로 적절



비비안의 퓨징 브라톱과 팬티. /남영비비안

연일 이어지는 폭염에 민소매 티셔츠처럼 편하게 입을 수 있는 ‘브라톱’이 주목 받고 있다. 특히 무봉제 접착방식으로 봉제선을 최소화한 ‘퓨징 브라톱’이 인기가.

7월 관련 업계에 따르면 남영비비안의 ‘비비안’에서 출시한 퓨징 브라톱의 올해 4월부터 7월까지의 판매량은 전년 동기 와 비교해 160% 증가했다.

퓨징 브라톱은 와이어와 흑앤아이가 없어 피부 자극이 덜하며, 얇은 티셔츠 안에 입어도 속옷이 드러나지 않아 깔끔한

실루엣을 연출해준다는 장점이 있다. 래쉬가드 안에 입기에도 적절하다.

또한 안정적인 착용감도 인기에 한 몫 했다. 앞부분에는 형태가 잡힌 컵이 있

고, 등 부분에는 브라지어의 날개 역할을 하는 신축성 있는 밴드가 있어 가슴 전체를 안정적으로 잡아준다. 밋밋한 가슴라인이 걱정된다면 볼륨 패드를 넣어 조절할 수도 있다.

비비안이 퓨징 브라톱과 함께 출시한 팬티 역시 봉제선이 없어 얇은 스커트 안에 입기 좋다. 뒷배 부분에는 신축성 좋은 파워네트 원단이 군살을 잡아줘 보정 효과도 느낄 수 있다.

남영비비안 디자인실 강지영 팀장은 “요즘 같이 더운 날에는 얇은 티셔츠 안에 브라톱 하나면 간편한 패션이 완성된다”며 “움직임이 많은 야외활동을 할 때 브라톱을 챙겨 입으면 좀 더 편안하게 활동할 수 있다”고 말했다. /김민서 기자 min0812@



“숙성 한우 맛보세요” 7일 오전 서울 중구 신세계백화점 본점 정육코너에서 모델들이 액체화시킨 소고기 지방으로 감싸 숙성시킨 ‘탈로우 에이징’ 한우를 선보이고 있다. 탈로우 에이징 한우는 일반 드라이 에이징 한우보다 손실되는 고기가 적어 저렴하다. /연합뉴스

유럽서 맛보던 ‘납작 복숭아’ 국내 출시

상하농원, 고당도·수분함량 높아

매일유업 관계사인 상하농원이 오는 16일 유럽에서만 맛볼 수 있던 ‘납작 복숭아(사진)’를 국내 단독 출시한다고 7일 밝혔다.



3일간 특가상품 4100개 ‘위메프 88데이’

위메프는 오는 9일 밤 11시 59분까지 3일에 걸쳐 총 4100여 개 특가 상품을 선보이는 ‘위메프 88데이’를 진행한다고 7일 밝혔다.

매일 자정에 새롭게 공개되는 ‘위메프 88데이’의 주요 특가 상품으로는 ▲카카오 선물기 88원 ▲불스윈 선바이저 방향제 88원 ▲마이담 패키지 (50개) 88원 ▲나이키/아디다스 반팔 티셔츠 88원 ▲해피머니 1천 원권 88원 ▲쿠쿠 6인용 밥솥 888원 ▲리빙웰 에어프라이어 888원 ▲메디케어와이드헤드 칫솔 888원 ▲UV-LED 모기 해충 퇴치기 888원 ▲대웅 써클레이터 888원 ▲지니핀 네일 베스트 모

납작 복숭아는 복숭아를 위에서 꼭 눌러 납작해진 모양 같다고 해 붙여진 이름으로 복숭아의 한 종류다. 정식 명칭은 ‘산복숭아(Bergpfirsich)’로 유럽인들은 이 복숭아의 모양에서 착안해 ‘UFO 복숭아’, ‘도넛 복숭아’라고 부르기도 한다.

일반 복숭아보다 훨씬 단 맛을 자랑하는 납작 복숭아는 수분 함량이 높아 베어 무는 즉시 터지는 과즙을 느낄 수 있으며, 과육이 매우 부드럽고 연한 것이 특징이다. /박인용 기자



음전 888원 ▲호주 청정우 구이용 400g (안창 200g+차돌 200g) 6888원 ▲코코도르 디퓨저 1+1(리필형) 8888원 ▲아모레퍼시픽 균일가 8888원 ▲화이트 클린 생리대 4팩+1 8888원 ▲TCL 32형 HD TV 1만8888원 등이 있다. /김민서 기자

불티나게 팔린 ‘간편식 냉면’

CJ제일제당, 7월 매출 100억

CJ제일제당은 자사 간편식 냉면이 지난 7월 한 달 간 100억원 이상 팔리며 역대 최고 매출을 기록했다고 7일 밝혔다.

간편식 냉면으로 월 매출 100억원을 넘어선 것은 업계 최초다.

지난해 같은 기간 대비 22% 이상 성장했고, 지난 6월 역대 최고 매출이었던 80억원을 넘어섰다.

이번 성과에 힘입어 올해 성수기 매출도 역대 최고치를 기록했다. 5월부터 7월까지 이어지는 냉면 성수기 기간 동안에 만 250억원에 달하는 성과를 거뒀다. 2년 전인 2016년 성수기 매출보다 무려 30% 가까이 올랐다. 이런 추세라면 냉면 소비가 줄어드는 8월에도 매출은 고공행진할 것으로 기대되고 있다.

CJ제일제당은 이같은 성과를 무더위에 외식보다 집에서 간편하게 냉면을 즐기려는 소비자가 증가한 것으로 보고 있다. 또 합리적인 가격으로 전문점 수준의 냉면을 맛 볼 수 있다는 점도 영향을 미쳤다. 간편식 냉면은 1인분에 약



2000원으로 냉면 전문점 가격의 1/4 수준에 불과하다.

차별화된 맛 품질로 소비자 입맛을 사로잡은 것도 성과에 한 몫했다.

동치미물냉면은 평안도식 정통 냉면 레시피를 구현해 제주시 겨울 무와 배추·고추·과일·무청 등을 함께 15일 동안 숙성해 깊고 시원한 육수의 맛을 살린 것이 특징이다. 지난 3월 새롭게 선보인 ‘평양물냉면’은 서울에서 유명한 한 평양냉면 맛집과 육수 맛이 유사하다는 입소문이 퍼지며 인기를 끌었다.

김지은 CJ제일제당 신선마케팅담당 브랜드매니저는 “스테디셀러인 ‘동치미물냉면’ 육수의 시원함을 강조하기 위한 ‘시원함이 다르다’ 캠페인의 효과와 신제품 ‘평양물냉면’의 성공으로 역대 최고 매출을 경신했다”고 말했다. /박인용 기자

전자랜드프라이스킹

31일까지 ‘TV 슈퍼스타전’
캐시백·포인트 2배 등 혜택

전자랜드프라이스킹은 오는 31일까지 ‘TV 슈퍼스타전’을 진행한다고 7일 밝혔다.

전자랜드는 롯데제휴카드로 삼성전자 QLED TV·LG전자 OLED TV 전 모델을 36개월 할부 결제 시 무이자 혜택 및 10만 원 캐시백을 제공한다. 또한 삼성전자, LG전자의 55형 이상 TV 구매 시 삼성카드 및 신한카드의 포인트를 사용하면 사용한 포인트의 2배를 오는 9월에 환급해 준다.

이밖에 삼성전자·LG전자 TV에 한해 65형 이상과 32형을 동시에 구매하면 10만 전자랜드 마일리지, TV와 아나라이프 안마소파를 동시에 구매하면 5만 전자랜드 마일리지를 제공한다. 전자랜드 관계자는 “다가오는 대형 스포츠 이벤트를 앞두고 이번 행사를 마련했다”며 “TV 구매를 고려하고 있었던 고객들이 풍성한 혜택과 함께 쇼핑하실 수 있을 바란다”고 말했다. /김민서 기자