# 초콜릿은 '덤'… 프리미엄 브랜드·한정판 찾는 소비자 급증

1만원대 소포장·중저가 초콜릿 인기 향수 등 초콜릿 외 제품 선호도 상승 고급화ㆍ희소성 전략으로 매출 견인

밸런타인데이 선물 문화가 달라지고 있다. 밸런타인데이가 연인들을 위한 대 표적인 기념일에서 가족, 친구, 동료 등 다양한 관계들이 함께 즐기는 날로 바뀌 었기 때문이다.

13일 관련 업계에 따르면 올해 밸런타 인데이 초콜릿 상품의 키워드는 소포장• 중저가다. 반면, 초콜릿 외의 선물은 고가 의 상품이 잘 팔리는 것으로 나타났다.

업계 관계자는 "'가치 소비' 등의 트렌 드가 확산되면서 연인을 위한 선물로 초 콜릿보다 의미있고, 실용적인 선물을 선 호하는 경향이 뚜렷해지고 있다"면서 "과거엔 초콜릿이 밸런타인데이 선물의



1순위였다면, 최근에는 다른 선물과 함 께 주는 상징적인 의미로 바뀌고 있다"고 말했다.

#### ◆ '실속'이 대세… 가벼워진 초콜릿

밸런타인데이는 연인에게 초콜릿을 선 물하는 날이지만, 최근에는 연인에 국한 되지 않는 분위기다. 이에 따라 밸런타인 데이 초콜릿 상품도 묶음 아닌 낱개로, 고 가 아닌 중저가로 바뀌었다.

밸런타인데이 '격전지'로 꼽히는 편 의점 업계에서 가장 뚜렷하게 드러난 다. 편의점 업계는 올해 1만 원대 미만의 상품 구성을 대폭 늘렸다. CU는 올해 전체 초콜릿 상품의 75%를 중저가로 구

이는 트렌드를 반영한 결과다. CU에 따르면 2016년 밸런타인데이 상품 매출 비중 가운데 1만 원대 미만의 중저가 상 품은 57.7%, 고가 상품은 42.3%로 비슷 한 비중을 차지했다. 그러나 2017년에는 63.6%, 2018년에는 66.1%까지 늘었다.

'1+1 상품'을 비롯한 할인•이벤트 혜택 이 대폭 늘어난 것도 특징이다. 이마트 24는 '가성비'를 중시하는 트렌드가 지 속될 것으로 보고 45개 품목 중 30개를 '2+1 상품'으로 구성하기도 했다.

편의점뿐만 아니라 백화점이나 대형 마트의 분위기도 달라지고 있다. 화려 한 대형 포장 패키지가 주류였던 과거

미니스톱 밸런타인데이 상품 이미지. /미니스톱



지난 12일 올리브영 명동본점 향수존에서 연인 고객이 향수를 고르고 있다.

/올리브영



CU, GS25의 밸런타인데이 상품 이미지.

와 달리, 젊은층의 감성을 두드리는 이색 포장 패키지가 전략으로 떠올랐다. 올해 는복고풍을 재해석한 '뉴트로' 감성이 담 긴 제품이 대세로 자리잡았다.

#### ◆같은 값이면 '프리미엄'

'밸런타인데이 초콜릿'이 갖는 의미 가 확대되면서 연인을 위한 선물로 초콜 릿 외의 제품들이 더욱 주목 받고 있다.

특히, 프리미엄 브랜드나 한정판을 찾는 소비자들이 늘면서 관련 마케팅도 치열

헬스앤뷰티(H&B) 스토어 올리브영에 따르면 지난 2월 1일~12일 남성 향수의 매출은 전년 대비 38% 증가했다. 특히, 올해는 기존과 달리 캐주얼 향수보다 엔 트리 프리미엄 향수가 인기다. 몽블랑, 구

찌, 메르세데스 벤츠 등 상대적으로 가격 대가 높은 브랜드 제품의 매출이 전년비 300% 가까이 급증했다. '파코라반 원밀 리언', '캘빈클라인 One 골드' 등 고급스 러운 패키지를 입은 제품들 역시 매출이 150% 가량 늘어났다.

반면. 용량은 소용량 제품 판매가 두드 러졌다. 50ml 이하의 소용량 향수 매출이 전체 매출의 67%로 절반 이상을 차지했 다. 또한 미니 향수나 공병, 보조배터리 등을 포함한 기획세트도 높은 인기를 얻 고 있는 것으로 나타났다.

올리브영 관계자는 "올해 발렌타인데 이 향수 선물로는 '엔트리 프리미엄' 브랜 드이면서 '소용량' 기획세트 제품에 지갑 을 여는 이중적 소비 성향이 두드러진다" 고 말했다.

고급 브랜드의 인기와 함께 남과 다른 '차별성'이 강조되는 트렌드에 따라 한정 판마케팅도 한창이다. 식품・프랜차이즈, 화장품, 생활용품 등 다양한 업계에서 '밸 런타인데이 한정판'을 내세워 소비자들 을 공략하고 있다.

업계 관계자는 "같은 값이면 프리미엄 브랜드를 선호하거나, 희소 가치가 있는 제품에 관심을 갖는 소비자들이 크게 늘 었다"면서 "기념일 선물로 꾸준히 인기 있 던 화장품이나 향수. 속옷 같은 제품들이 고급화 전략을 내세우거나 차별화를 강 조하는 이유"라고 말했다.

/김민서 기자 min0812@metroseoul.co.kr

# 롯데홈쇼핑, 허위·과장광고 '로봇'이 잡는다

## '로보틱 프로세스 자동화RPA' 적용 업무 효율성·정확도 높이는데 탁월

롯데홈쇼핑은 판매 상품 기술서 검수 업무에 '로보틱 프로세스자동화RPA' 시 스템을 업계 최초로 적용했다고 13일 밝

RPA는 사람이 반복적으로 처리하는 업무를 로봇 소프트웨어를 통해 자동화 하는 솔루션이다. 롯데홈쇼핑은 지난해 7 월부터 글로벌 컨설팅기업 딜로이트 안 진그룹과 함께 기존에 수작업으로 진행 하던 상품 기술서 검수 업무에 RPA를 도 입해 효율성과 정확도를 높이는 작업을 진행해 왔다. 이에 따라 인터넷쇼핑몰 '롯 데아이몰'에 등록되는 월평균 45만 여 개 의 상품 기술서에 포함된 허위, 과대 광고 성 문구, 부적정 단어를 자동으로 식별하 고, 필수 증빙 문서 누락 여부까지 신속하 게 파악할 수 있게 됐다.

특히 문자 인식 솔루션(ICR)을 활용해 부적합한 문구 추출의 정확도를 더욱 높 였다. 그 결과, RPA 도입 전과 비교해 상 품 기술서 검수 업무에 소요되던 시간이



롯데홈쇼핑은 글로벌 컨설팅기업 딜로이트 안진그룹과 함께 상품 기술서 검수 업무에 '로보틱 프로세 스 자동화(Robotic Process Automation)´ 시스템을 업계 죄조로 석용했다. (왼쪽부터) 롯데홈쇼핑 박수진 품질혁신팀장, 엄일섭 CS혁신부문장, 딜로이트 조명수 상무, 김성민 이사. /롯데홈쇼핑

약 70% 단축됐다.

이번 시스템 도입은 디지털 기술을 활 용해 사업 전반에 혁신을 추진하는 '디지 털 전환'(DT)의 일환으로 진행됐다.

롯데홈쇼핑은 올해 1월 DT본부를 신 설하고, 고객 서비스뿐만 아니라 내부 업 무 프로세스에서 디지털 혁신을 가속화 하고 있다. 지난해 주문, 배송 등에 관한 고객 상담 시스템에 RPA를 적용해 상담 시간을 20초 가량 단축했으며, 인공지능 (AI) 기술을 활용해 방송 상품을 자동 편

성하는 '스마트 AI 편성 시스템'을 업계 최초로 도입하기도 했다.

엄일섭 롯데홈쇼핑 CS혁신부문장은 "반복적이고 대량으로 이뤄지던 상품 기 술서 검수 업무에 RPA를 적용해 업무 효 율이 개선됐을 뿐만 아니라 보다 정확한 상품 정보를 고객들에게 제공할 수 있게 됐다"며, "앞으로도 디지털 혁신을 통해 업무 효율성과 품질을 향상시킴으로써 고객 서비스를 강화해 나가겠다"라고 말 했다. /신원선 기자 tree6834@

# 밸런타인데이 맞아 '밀라니즈 세트' 출시

### CJ푸드빌 '더플레이스'

CJ푸드빌이 운영하는 더플레이스가 '밀 라니즈 세트'를 출시한다고 13일 밝혔다.

더플레이스는 매월 밀라노 스타일 신 메뉴를 선보이고 있다. 이에 2월에는 연 인들의 기념일인 밸런타인데이를 맞아 특별한 식사를 즐길 수 있는 이탈리안 세 트 메뉴 '밀라니즈 세트(성인 고객 대상)' 를 선보인다.

'밀라니즈 세트'는 콘 샐러드와 파스타 1종, 하트 마르게리따 피자와 레드 와인 2 잔, 누텔라 티라미수로 구성됐다. 누텔라 티라미수는 밸런타인데이부터 화이트데 이까지 특별함을 더하기 위해 새로 출시 한 디저트다. 마스카포네 치즈에 이탈리 아산 초콜릿 잼인 '누텔라'를 섞어 색다른 달콤함을 선사하며, 윗면을 하트 모양으 로 장식해 사랑스러운 분위기를 자아낸 다. 식사를 더욱 완벽히 만들어 줄 와인은 블랙 베리 풍미가 일품인 '산타 글로리아



까베르네 쇼비뇽'으로 이탈리안 만찬을 깔끔하게 마무리해 준다.

선물이벤트도마련했다. '밀라니즈세 트'를 주문한 모든 고객에게 100% 당첨 스크래치 쿠폰을 증정한다. 1등 1명에게 는부띠끄호텔인 '글래드라이브강남호 텔'숙박권을, 2등 5명에게는 액세서리 브 랜드 '티파니앤코'의 하트 팬던트 팔지를 선물한다. /박인웅 기자 parkiu7854@

## 동원몰, 새벽배송 서비스 '밴드프레시' 론칭

동원F&B가 운영하는 온라인몰 동원 몰이 새벽배송 서비스 '밴드프레시'를 론 칭했다고 13일 밝혔다.

밴드프레시는 전날 오후 5시까지 주문한 제품에 대해 다음날 오전 7시까지 배송하 는새벽배송서비스다. 수도권 고객들을 대 상으로 서비스를 제공하며, 3만원 이상 주 문 건에 한해 무료 배송 혜택을 제공한다.

밴드프레시 품목은 '덴마크' 브랜드의 프리미엄 유제품들과 양반죽, 개성 왕만 두 등 동원F&B 제품들을 비롯해 시리 얼, 스프, 닭가슴살 등 간편한 아침 대용 식 제품 등 200여 종의 다양한 식품으로 구성됐다. 밴드프레시는 동원F&B의 자 사 식품몰인 동원몰에 기반한 서비스이 기 때문에 동원F&B의 다양한 제품을 더



욱합리적인 가격에 구매할 수 있으며, 동 원F&B의 프리미엄 유제품 브랜드 '덴마 크'의 유제품과 각종 식품들을 함께 배송 받을 수 있다는 특징이 있다. /박인웅 기자

# 현대百, 50억 규모 '한섬·현대G&F 대전'

### 17일까지 부천 중동점서 진행 브랜드 이월상품 50~80% 할인

현대백화점이 현대백화점그룹 패션 전문 기업 한섬과 현대G&F가 운영하는 국내외 브랜드를 대상으로 할인행사를 진행한다. 현대백화점은 13일부터 17일 까지 경기도 부천 중동점 9층 대행사장 에서 '한섬·현대G&F 대전'을 진행한다 고 13일 밝혔다.

현대백화점은 행사 기간 타미힐피거, D KNY, CK캘빈클라인, 클럽모나코, 오즈 세컨 등 국내외 브랜드의 이월 상품을 최

초 판매가 대비 50~80% 할인 판매한다. 행사 규모는 최초 판매가 기준으로 50억원 수준이다. 또한. 대행사장에서 현대백화점 카드로 20만·40만·80만·120만·200만원 이 상 구매한 고객에게 현대백화점 상품권 5 천・1만・2만・3만・5만원을 증정한다.

현대백화점 관계자는 "가을•겨울 시즌 뿐아니라봄•여름시즌이월상품도함께 선보여 사계절 의류를 함께 판매하는 것 이 이번 행사의 특징"이라며 "할인율도높 고 상품권 증정 프로모션도 함께 진행하 는 만큼 합리적인 쇼핑 기회가 될 것"이라 고 말했다.