

“쇼핑에 호러를 더하라”... 할러윈데이 특수 ‘들썩’

이달 31일 할러윈데이

롯데백 11개 매장에서 이벤트 진행
평촌·수원·본점 등서 ‘퍼레이드’
롯데마트 17일~30일 기획전 실시
다이소 인테리어 소품 등 230종

미국을 넘어 전세계인의 축제로 자리 잡은 ‘할러윈데이(10월 31일)’가 코앞으로 다가온 가운데 유통업체가 분주하다. 할러윈데이는 매년 10월 31일, 유령, 괴물 분장을 하고 즐기는 축제다. 최근 몇년사이 젊은층 사이에서는 할러윈데이를 즐기는 사람이 크게 늘면서 가을철 새로운 유통 대목으로 자리 잡았다.

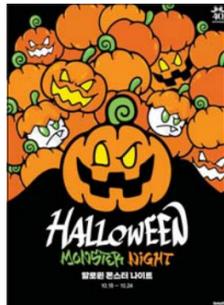
롯데백화점은 오는 18일부터 27일까지 10일간 본점, 부산본점, 평촌점, 수원점, 전주점, 프리미엄아울렛 기흥점, 프리미엄아울렛 동부산점 등 총 11개 매장에서 다양한 할러윈 관련 마케팅과 이벤트를 진행한다.

먼저, 매장 내부와 외부를 모두 할러윈 테마로 꾸며 고객들에게 색다른 즐거움을 전달할 예정이다. 대표적인 할러윈 이벤트로는 19, 20, 26, 27일 본점, 평촌점, 수원점, 전주점, 부산본점, 기흥점, 동부산점에서 펼쳐지는 할러윈 퍼레이드가 있다. 퍼레이드가 진행되는 동안 점포를 방문한 고객들에게는 사탕과 젤리 등이 증정할 예정이다.

행사 기간 동안 점포별로 할러윈 관



예술 작품으로 색다르게 태어난 ‘할로윈’ (왼쪽부터), 롯데백화점 할로윈 테마 캐릭터, 다이소의 할로윈 기획전과 할로윈 슈가스킬모자, 백다방 할로윈스무디 포스터. /각사



련 상품들도 판매한다. 대표적으로 10월 18일부터 10월 31일까지 본점 영플라자에서는 할러윈 상품들을 판매하며, 7층 사탕데기에서는 할러윈 플리마켓을 진행한다. 수원점에서는 10월 18일부터 10월 24일까지 7층 행사장에서 할러윈 관련 상품들을 선보인다.

하나의 축제·파티 문화로 자리잡은 할러윈데이는 제과 제품을 비롯해 다양한 소품과 코스튬이 인기다.

홈플러스에 따르면 지난해 할러윈시즌(10월19일~11월1일) 제과류 판매량이 전년 대비 250% 성장했다. 할러윈시즌 제과류 매출은 화이트데이 시즌(3월1~14일) 매출의 약 80% 수준으로 훌쩍 성장한 것으로 나타났다.

롯데마트에서는 오는 17일부터 30일까지 ‘할러윈 데이 기획전’을 진행해 다

양한 상품들을 저렴하게 선보인다. 대표적으로 ‘할러윈 아동/유아 호박망토 세트’를 1만5000원에, ‘카카오프렌즈 해피할러윈 호박가방’을 7900원에 판매한다.

아성다이소는 할러윈 기획전을 마련해 할러윈 분위기를 연출할 수 있는 인테리어 소품과 파티용품, 할러윈 코스튬 등 총 230여종의 상품을 준비했다.

클래식한 컨셉의 호박, 고양이를 비롯해 슈가스킬 디자인을 새로 선보여 더욱 다채로운 할러윈을 즐길 수 있다. 전체 상품의 80% 이상을 2000원 이하의 상품군으로 구성해 합리적인 소비를

할 수 있다.

쿠팡 역시 관련상품을 찾는 고객이 증가함에 따라 ‘2019 할러윈 테마관’을 오픈했다. 이번달 31일까지 진행되는 이번 테마관은 패션, 뷰티, 완구, 식품까지 다양한 카테고리 상품을 판매한다. ▲할러윈 코스튬 ▲캔디&초콜릿 ▲할러윈 파티&포장선물 세가지 테마로 꾸며졌다.

식음료 업체도 할러윈데이 특수를 노려 시즌 한정 메뉴를 선보인다.

지난해 할러윈 시즌을 국내에 첫 도입해 큰 호응을 이끌어낸 ㈜스타벅스커피 코리아는 15일부터 할러윈 분위기를

만끽할 수 있는 음료와 푸드 등을 전국 매장에 새롭게 출시한다.

올해는 할러윈 컨셉 매장 운영을 확대하고, 음료 3종 및 푸드 8종과 더불어 MD 상품도 할러윈 시즌 한정으로 새롭게 선보여 지난해보다 할러윈 시즌을 더욱 풍성하게 구성했다.

스타벅스는 전국 8개 매장에 ‘Trick or Treat’을 주제로 한 할러윈 컨셉 매장을 15일부터 31일까지 17일 간 운영한다. 지난해 운영된 4개 매장(스타필드코엑스R, 강남R, 더종로R, 이태원역)에 올해 송도트리플R점, 서면중앙대로R점, 송파방이DT점, 홍대입구역사거리R 점이 추가됐다.

스타벅스는 할러윈 컨셉 8개 매장 운영 외에도 할러윈 분위기가 물씬 느껴지는 음료 3종도 전국 매장에 선보인다.

더본코리아의 커피전문점 백다방은 할러윈데이를 앞두고 지난 1일부터 오싹하게 서늘한 시즌테마 음료 ‘할러윈 스무디’ 판매에 들어갔다. 드라큘라나 좀비, 유령과 같은 코스튬 분장을 연상시키는 짙은 회색빛갈의 음료 베이스는 상큼한 오렌지맛을 품고 있으며, 섬뜩한 느낌으로 드리즐 되어 흘러내리는 소스는 달콤한 딸기 맛으로 반전매력을 선사한다.

백다방 ‘할러윈스무디’는 11월 1일까지 일부 매장을 제외한 전국 백다방 직·가맹점에서 시즌 한정으로 만나볼 수 있다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

필라이트 누적판매 7억캔 ‘메가브랜드’ 성장

하이트진로, 캔 연결맨 지구 2.2바퀴
 1초당 9캔씩 판매, 성인 1인당 16.7캔



국내 최초 발포주 브랜드 필라이트(사진)가 시장 성장을 견인하며 독보적인 1위 자리를 공고히 하고 있다.

하이트진로는 필라이트 브랜드가 지난 3일 기준(출시 892일) 누적판매 7억캔을 돌파했다고 14일 밝혔다. 이는 1초에 9캔씩 판매된 것으로, 우리나라 성인 1명당 16.7캔(20세이상 성인수 4203만명)을 마신 수치다. 캔을 연결하면 지구 둘레를 약 2.2바퀴 돌 수 있는 수량이다.

변함없는 판매속도를 유지하고 있는 필라이트는 지난 2월 5억캔 판매 돌파 기록에 이어 7개월만에 2억캔을 더 판매했다. 5억캔 판매 달성시점보다 1억캔 판매 달성 기간이 약 13일 이상 단축됐다.

하이트진로는 100% 아로마 호프를 사용해 고유의 풍미와 맛이 뛰어난 국내 최초 발포주 필라이트 출시를 시작으로, Fresh 저온숙성공법과 100% 국산보리로 완성된 시원상쾌함이 특징인 필라이트 후레시, 국내 최초로 밀을 원료로 한 필라이트 바이젠을 새롭게 출시하며 소비자들의 다양한 니즈를 충족함과 동시에 국내 발포주 시장 확대를 이끌어왔다.

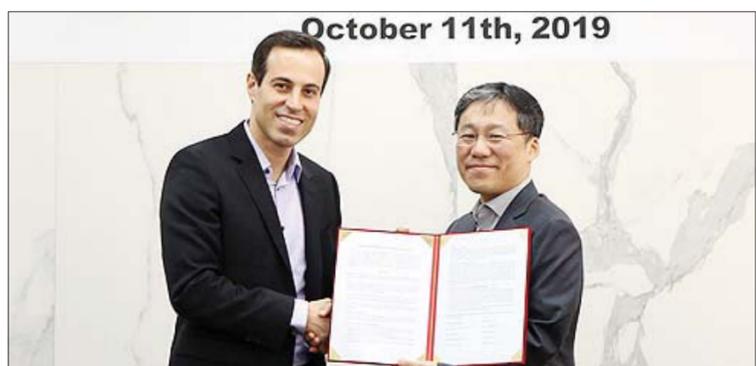
이러한 노력과 뛰어난 가성비, 판매로 검증된 품질력을 바탕으로, 필라이트

트는 발포주 No.1 브랜드로서 인정받으며 단기간 내 메가브랜드로 성장할 수 있었다.

하이트진로는 앞으로도 필라이트 브랜드의 다양한 시도와 소비자접점에서 의 소통을 통해 브랜드 선호도를 강화하는 동시에, 국내 발포주 시장의 개척자이자 1위 브랜드로서 지속적인 시장 성장을 이끌어간다는 전략이다.

오성택 하이트진로 마케팅실 상무는 “하반기에도 소비자접점에서 필라이트 코끼리 캐릭터 ‘필리’를 활용해 다양한 활동과 체험할 수 있는 행사를 통해 국내 최초 발포주 브랜드로서, 필라이트 브랜드만의 색다르고 신선한 이미지를 전달할 예정”이라며 “앞으로도 시장의 트렌드와 소비자 요구에 주목하며 늘 새로운 도전을 통해 소비자들의 만족도를 높여가겠다”고 말했다.

/박인웅 기자 parku7854@



이상호 11번가 사장(사진 오른쪽)과 이만 자비히 아이허브 사장이 협약서에 서명 후 기념촬영을 하고 있다. /11번가

11번가-美 아이허브, 마케팅 협력 맞손

11번가 주식회사가 미국 최대 해외 직구 플랫폼 ‘아이허브(iHerb)’와 국내 마케팅 협력 및 판매 활성화를 위해 손잡았다.

11번가는 지난 주 이상호 11번가 사장과 이만 자비히 아이허브 사장이 참석한 가운데 제휴 협약식을 갖고, 양사 간 플랫폼을 활용한 서비스 협력 및 PB 상품 개발, 브랜드 라이선스 상품, 마케팅 협력 등 다양한 분야의 전략적 협력 방안을 담은 양해각서를 체결했다고 14일 밝혔다.

아이허브는 미국 최대 건강보조제품 및 생활용품 유통업체로 1200여개 브랜드의 3만여종 이상의 제품을 한국을 비롯 미국, 러시아, 일본, 사우디아라비아, 호주, 프랑스 등 전세계 150여개 국가로 판매하고 있다.

이번 협력을 통해 11번가는 아이허브와 공동으로 새로운 브랜드 상품을 개발하고 아이허브의 글로벌 브랜드 파워

를 활용한 라이선스 상품 등 두 회사만의 상품 경쟁력을 키워나갈 계획이다. 또한 SK그룹 내 다양한 판매 채널을 활용한 마케팅 협력으로 아이허브의 국내 상품 유통 확대에도 노력하게 된다.

아이허브의 제품 품질 및 신선도 관리 기준은 미국 내 업계 최고 수준이며, 모든 한국행 주문 제품은 품질 유지를 위해 온도 관리가 가능한 캘리포니아의 최신 물류센터를 통해 출고되고 있다. 특히 캘리포니아 물류센터는 주 6일, 24시간 운영되고 있어 약 90% 이상의 제품이 주문 후 72시간 이내에 한국에 도착, 다른 직구 대비 빠른 배송과 좋은 제품 품질로 국내 구매고객에게 만족도가 높다는 평가다.

협약식에 참석한 이만 자비히 아이허브 사장은 “한국 최대 규모의 오픈마켓인 11번가와 함께 아이허브의 핵심 시장인 한국에서의 다양한 사업 확대를 기대하고 있다”고 전했다. /신원선 기자

티몬 10분에 1.4억 매출 ‘타임커머스’ 통했다

티몬은 지난 10월11일 ‘10분어택’을 통해 ‘아일랜드캐슬’ 객실1박과 워터파크 2매를 80% 할인된 가격에 판매했는데 총 1900여장의 티켓이 팔리며 단 10분만에 1억4000만원의 매출을 기록했다고 14일 밝혔다.

티몬의 ‘10분어택’은 매일 오전 10시, 기존에 볼 수 없었던 파격적인 가격

의 상품을 단 10분간만 판매하고 사라지는 업계 최초의 ‘분’ 단위 타임커머스 매장이다. 짧은 시간 동안만 판매하는 만큼, 그동안 단가가 낮은 상품들의 판매가 많았으며 최단시간 최다수량 판매의 효과를 입증한 바는 이미 여러 차례 있었다. 일례로 지난 7월5일 ‘10분어택’에서는 제철을 맞은 자두를 1개 100



원에 판매를 했고, 10분간 총 10만500개가 팔려 이커머스 사상 최단시간 최다판매로 한국기록원의 공식인증을 받기도 했다. /신원선 기자