

‘코세페’로 할인받고 정부서 환급받고 “11월 가전 장만하기 딱이네”

‘으뜸효율 가전 환급제’
구매 비용 10% 캐시백
업계 김장시즌도 맞춰
최대 87% 할인 등 혜택



/롯데하이마트

11월이 ‘가전제품 구매 적기’로 떠올랐다.

김치냉장고, 공기청정기, 온수매트 등 겨울 가전 장만 수요가 증가하는 시기인데다 매년 11월은 유통가 할인전쟁 ‘코리아세일페스타’ 기간이다. 특히 올해는 정부가 ‘으뜸효율 가전제품 구매 비용 환급사업’을 진행하면서 프리미엄 가전에 대한 관심이 늘고 있다. ‘으뜸효율 가전제품 구매비용 환급사업’은 정부가 에너지 소비 효율이 우수한 가전을 구매하는 소비자에게 최대 10% (20만원) 환급금을 지급하는 사업이다.

전자랜드는 22일까지 열리는 국내 최대 규모의 쇼핑 행사 ‘2019 코리아세일페스타’에 참가, 인기제품을 최대 87%까지 할인 판매한다.

이번 행사에서 TV, 냉장고, 세탁기, 건조기, 의류관리기, 김치냉장고, 안마의자, 뷰티기기, 노트북, 휴대폰 등을 대폭 할인된 가격으로 판매한다. 특히 TV는 14%, 일반세탁기는 25%, 냉장고는 42%, 김치냉장고는 15%, 휴대폰은 일부 통신사의 특정 요금제 약정 시 87%까지 할인한다. 또한 전자랜드는 안마의자, 뷰티기기 중 일부 행사제품을 구매하는 고객에게 상품권 및 사은품을 증정한다.

“올해에는 필수가전으로 꼽히는 제품들을 할인품목으로 선정했다”라며 “교

체를 고려하고 있던 제품이 있다면 전자랜드에 방문해 보길 바란다”고 말했다.

롯데하이마트는 김장 시즌에 맞춰 이달 30일까지 500억원 규모 ‘김치냉장고 36개월 무이자대전’을 진행한다.

전국 460여개 롯데하이마트 매장과 롯데하이마트온라인쇼핑몰에서 특정 제휴카드를 일정 금액 이상 결제하는 구매 고객들을 대상으로 최대 36개월 무이자 할부를 제공한다. 구매하는 상품에 따라 캐시백, 엘포인트(L.point) 등 다양한 혜택을 주는 행사도 준비했다.

전국 오프라인 롯데하이마트 매장에서 김치냉장고를 구매하면 구매 상품에 따라 캐시백을 최대 30만원까지 받을 수 있다. 또, 에너지 소비 효율 1등급 모델을 구매하는 고객에게는 정부에서 환급해주는 최대 20만원의 환급 금액 외에도 엘포인트 최대 20만 포인트를 추가로 적립해준다.

롯데하이마트온라인쇼핑몰에서는 ‘2020년형 김치냉장고 1만대 대방출’

기획전을 마련했다. 위니아덤체의 김치냉장고 두 모델을 각각 5000대씩 총 100억원 몰량으로 준비해 선보인다. 스탠드형 김치냉장고(330L)를 125만원대에, 뚜껑형 김치냉장고(200L)를 65만원대에 한정수량 판매한다.

온라인 마켓에서도 희망 구매 상품 1위에 ‘가전’이 이름을 올렸다.

앞서 국내 대표 온라인마켓플레이스 이베이코리아가 사내 상품기획자(MD)를 대상으로 진행한 설문조사에 따르면, ‘꼭 사고 싶은 품목’을 묻는 질문에 37명(37%)이 TV, 의류관리기 등의 ‘가전’을 꼽았다.

해당 제품을 꼽은 이유를 묻는 질문에는 과반수가 넘는 58명이 ‘할인폭이 가장 크기 때문’이라고 답했다. 일부는 주관식 답변을 통해 에너지효율이 우수한 가전제품 구매 시 개인별 20만원 한도 내에서 구매가의 10%를 환급해주는 ‘으뜸효율 제품 환급 사업’을 들기도 했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

11번가, ‘11월 11일’ 십일절 24시간 내내 연중 최대 할인

최대 70% 할인 ‘타임딜·반값딜’
인기 브랜드 100여 개 특가 혜택



‘11번가의 날’인 11월 11일, 연중 최고의 혜택이 쏟아진다.

커머스포털 11번가는 ‘십일절 페스티벌’의 마지막 날인 11일 자정부터 매 시각마다 최대 70% 할인하는 ‘타임딜’과 ‘반값딜’을 진행하고, 100여개 인기 브랜드들과 총력 할인전을 펼친다고 10일 밝혔다.

11번가는 이날 하루 1시간 마다 ‘반값딜’과 ‘타임딜’ 상품을 공개한다. ‘반값딜’은 젊은 고객들이 선호하는 상품들을 50% 저렴한 가격에 준비했다. 3대 편의점 CU와 GS25, 세븐일레븐의 3000원 이용권을 1500원에 판매한다. 총 3만장 한정 수량이다. 투썸플레이스 커피, 파리바게뜨 단팻빵, 뚜레쥬르 식빵, 카페베네 이용권 등도 반값에 선보인다.

◆생필품 ‘1+1’ 특가 판매

특히 ‘1+1’ 실속 상품을 마련했다. 오투기 ‘진라면 매운맛’ (10봉+10봉) 5400원, 남양유업의 ‘DHA 옳은 유기농 우유’ (120ml 24팩+24팩) 1만5900원, P&G의 ‘퍼실 하이진젤 액체세제’ (2.7리터 2개+2개) 2만7000원, 깨끗한

나라의 ‘윈스터치 3겹 천연펄프’ (25m 30롤+30롤) 1만1900원 등에 판매한다.

100여 개에 달하는 톱브랜드들의 할인행렬도 이어진다. LG전자, CJ제일제당, 삼성전자, 매일유업, 애플, 아모레퍼시픽, P&G, 한샘, 휠라 등의 브랜드들이 1~10일 기간 고객들에게 인기 있었던 상품들을 모아 다시 한번 구매 기회를 제공한다.

◆폭스바겐 티구안 예약 판매

11일 하루 폭스바겐코리아의 2020년형 티구안을 예약 판매하며, 110대 한정으로 최대 295만원 상당의 혜택을 제공한다. 상품에 대한 쿼즈 정답을 맞히고 응모하면 총 5000만 SK페이 포인트를 나눠주는 ‘럭키11’ 이벤트도 진행한다. /신원선 기자

아디다스의 컬래버 실험... 프라다와 맞손

글로벌 리딩 스포츠 브랜드 아디다스가 이탈리아 럭셔리 하우스 프라다와 협업을 통해 새로운 여정을 시작하는 파트너십을 체결했다.

이번 파트너십을 통해 아디다스와 프라다는 각 브랜드가 가진 상징적인 아이콘들과 기술적 발전에서 영감을 받아 새로운 비전을 그려 나가고자 한다고 밝혔다.

아디다스와 프라다는 스포츠업계와 패션업계의 전문가로서 이번 컬래버레이션을 통해 각자의 기술적 노하우를

공유하고 조합해 끊임없는 디자인 진화를 이끌어낼 방침이다.

오랜 전통을 가진 두 브랜드의 공통점은 최고의 품질을 추구하고자 끊임없이 노력하는 것과 독창적인 새로운 것을 창조하고자 하는 열망이다. 이 두 브랜드의 노력이 합쳐져 또 다른 새로운 모습으로 표현될 루나 로사(Luna Rossa) 퍼포먼스 세일링 슈즈는 오는 2020년 공개되며, 이에 앞서 두 브랜드가 합작한 한정판 제품은 올해 안에 선보일 계획이다. /신원선 기자

‘아이스크림 명품시대’... 대형마트 빙과 격돌

롯데마트·홈플러스
美 ‘벤앤제리스’ 동시 출시



벤앤제리스.

/홈플러스

주요대형마트가 프리미엄 아이스크림을 론칭하며 빙과 시장에 반전을 꾀한다. 롯데마트와 홈플러스는 11일 프리미엄 아이스크림의 대명사로 명성을 떨치고 있는 ‘벤앤제리스(Ben & Jerry’s)’를 출시한다고 10일 밝혔다.

벤앤제리스는 미국 대표 낙농지대인 버몬트주에서 성장축진호르몬(rBGH)을 사용하지 않은 젖소에서 짜낸 우유만을 사용한다. 또한, 인체에 유해한 합성향료, 인공색소 등을 일절 사용하지 않는 자연친화적인 아이스크림이다.

이러한 특성 덕분에 벤앤제리스 아이스크림은 높은 유지방 함량으로 밀도가 높고 풍미가 좋으며, 모든 식자재를 최상급 재료만을 사용하고 천연 재료인 달걀 노른자만을 이용해 소비자들의 건강도 고려한 것이 특징이다.

현재 40여 개 국가에서 판매 중이며 41번째로 진출하게 된 한국에서는 지난 9월 연남동에 팝업스토어 ‘벤앤제리스 하우스’를 오픈했다. 이후 대형마트 판로까지 개척하는 등 국내 프리미엄 아이스크림 시장에 안착하고 있다.

최근 저출산, 대체 음식 보급 등 시장 트렌드 변화로 인해 아이스크림 시장이 침체기에서 벗어나지 못하자 주요 대형마트는 건강에 초점을 맞춘 아이스크림을 선보이며 시장 상황 개선에 나서고 있다.

실제로, 롯데마트는 지난 9월부터 미국의 유명 아이스크림인 ‘헤일로탑(Halo Top)’을 런칭해 선보이고 있으며 ‘한 통을 다 먹어도 부담 없는 아이스크림’이란 이미지를 가질 정도로 건강에 초점을 맞춘 헤일로탑에 대한 소비자들의 높은 관심으로 롯데마트의

지난 19년 9~10월 아이스크림 매출은 전년 동기 대비 12.8% 신장하는 기염을 토했다.

롯데마트는 서울역, 서초, 잠실, 청량리 등 전국 25개 점포에서 벤앤제리스 판매를 시작한다. 홈플러스는 강서점, 월드컵점, 잠실점 등 수도권 25개 점포에서 판매한다.

양사 모두 이번엔 판매하는 벤앤제리스 파인트 아이스크림을 1만1600원에 선보인다. ‘체리 가르시아/바닐라/청기몽키(각473ml)/초콜릿퍼치브라우니(458ml)’ 네 가지 맛으로 출시된다. /신원선 기자

풀무원, 두부·김치로 中 소비자 입맛 공략

중국 국제수입박람회 2년 연속 참가

풀무원이 중국 시진핑 국가 주석이 추진하는 국가 차원의 박람회인 중국 국제수입박람회에 2년 연속 참가하며 한국의 맛을 중국시장에 알렸다.

풀무원은 이달 5일부터 10일까지 상하이에서 열린 제2회 국제수입박람회에 참가했다고 10일 밝혔다. 풀무원은 지난해 54㎡에서 올해 2배 늘린 108㎡ 규모로 박람회에 참여해 중국 소비자들에게 글로벌 대표 상품 두부와 김치를 전파했다.

풀무원은 내실 있는 홍보관 운영으로 현지 소비자와 바이어들로부터 호평을 받았다.

높이 7.8m 2층 구조의 부스 공간을 소비자와의 소통이 가능한 3면 개방형 LED 화면을 통해 풀무원의 지속가능

경영, 글로벌 사업 비전을 소개했다.

한국, 미국, 중국, 일본 등 글로벌 시장에서 판매되고 있는 두부·김치·간편식 파스타를 전시해 관람객의 이목을 집중시켰다. 제품에 부착된 QR코드를 스캔하면 글로벌 대표 제품의 상세 정보를 확인할 수 있다. 현지 바이어들과 소통할 수 있는 VIP 상담부스를 마련해 단순히 제품을 알리는데 그치지 않고 실질적인 사업 성과로 이어질 수 있게 했다.

글로벌 대표 상품 체험도 강화했다. 두부, 김치, 간편식 파스타를 활용한 대표 메뉴를 기획해 한국의 맛을 선보였다. 하루 3회 전문 셰프가 라타투이를 곁들인 두부 요리, 토마토 미트 스파게티, 김치 타코 등을 직접 만들어 시연하는 쿡쇼를 진행했다. 5일동안 총 3000여명의 현지 바이어들이 풀무원의 글로벌 대표 상품을 맛봤다. /박인용 기자 parkiu7854@