

베트남·인도네시아서 엘포인트 전환 서비스 론칭

# 롯데멤버스 “국내서 쌓은 포인트 동남아서 쓰세요”

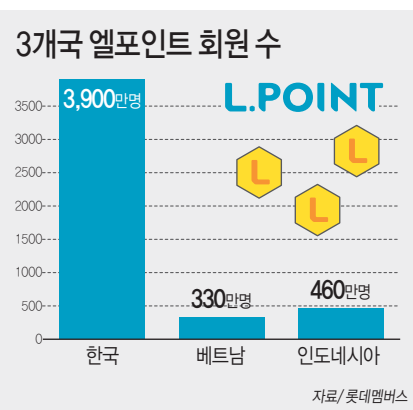
롯데마트 등 3국 가맹점서  
엘포인트 적립·사용 가능

앱 ‘전환하기’서 포인트 전환  
오픈기념 이벤트 내달 진행

롯데멤버스가 베트남 및 인도네시아 엘포인트 전환 서비스를 론칭했다. 국내 멤버십 포인트 및 간편결제 업체를 통틀어 베트남이나 인도네시아에서 쓸 수 있는 서비스는 엘포인트가 최하다.

롯데멤버스는 베트남과 인도네시아에서 각각 운영되던 현지 엘포인트와 한국 엘포인트를 연동해 상호 전환할 수 있게 만들었다고 7일 밝혔다.

이에 따라 한국에서 쌓은 엘포인트를 베트남이나 인도네시아 엘포인트로 바꿔 해당 국가에서 사용하거나, 베트남이나 인도네시아에서 쌓은 엘포인트를 전환해 한국에서 사용할 수 있



게 됐다.

국가별 전환 비율은 베트남 1:20, 인도네시아 1:12이다. 고정 비율이 적용되고 전환 수수료도 없어 시점에 따라 원화보다 유리한 조건의 환전이 가능하다. 사용 후 잔여 포인트는 다시 기존 국가 엘포인트로 바꿀 수 있다.

엘포인트 베트남은 롯데호텔, 롯데센터 전매대, 롯데백화점, 롯데마트, 롯데시네마, 롯데리아, 엔제리너스 등

현지의 롯데 가맹점은 물론 UOB은행 등 12개 제휴사 가맹점에서 쌓고 쓸 수 있다.

엘포인트인도네시아역시롯데면세점, 롯데쇼핑에비뉴, 롯데마트, 롯데슈퍼, 롯데시네마, 롯데리아, 엔제리너스 등 인도네시아 현지 롯데 가맹점과 사히드호텔 등 25개 제휴사에서 적립 및 사용 가능하다.

국가 간 포인트 전환 절차도 간단하다. 엘포인트 앱 ‘전환하기’ 페이지에서 보유 포인트 현황과 전환 시 금액 등을 확인한 후 바로 바꿀 수 있다. 현재 월 최대 한도는 50만 엘포인트(베트남 600만P/인도네시아 1000만P)며, 추후 200만P까지 상향 예정이다. 최초 이용 시에는 현지 엘포인트 회원가입 동의와 영문명 등 일부 추가정보 입력이 필요하다.

서비스 오픈을 기념해 해외 포인트 결제 이벤트도 내달 진행한다. 이벤트

공지 및 전환조건, 사용처 등 자세한 정보는 엘포인트 앱에서 확인할 수 있다.

오상우 롯데멤버스 경영전략부장은 “위라벨 문화 확산, 한달살기 트렌드 등에 따라 한국인들의 동남아 여행이 늘었을 뿐 아니라 K팝, K드라마 등 열풍으로 동남아 방문객 또한 급증하고 있다”며 “베트남과 인도네시아 엘포인트는 현지 법인에서 수년 간 안정적으로 운영해온 서비스인 만큼 3개국 회원 모두에게 보다 쉽고 편리한 서비스를 제공할 수 있을 것”이라고 말했다.

한편, 롯데멤버스는 통합 멤버십 서비스 엘포인트 사업 모델을 동남아에 적용, 지난 2013년 ‘엘포인트인도네시아(L.POINTINDONESIA)’, 2016년 ‘엘포인트 베트남(L.POINT VIETNAM)’을 론칭했다. 한국의 3900만 회원과 별개로 현재 각각 460만, 330만명의 현지 회원을 보유 중이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



현대백화점 판교점 ‘웰니스 란제리 하우스’

## 현대백화점 판교점 3층에 웰니스 란제리 하우스

현대백화점은 7일 경기 성남시 분당구 판교점 3층에 란제리 편집숍 ‘웰니스 란제리 하우스’를 신규 오픈했다고 밝혔다. 지난해 6월 서울 강남구 무역센터점에 개장한 1호점, 지난해 9월 서울 강동구 천호점에 문을 연 2호점에 이은 3호점이다.

웰니스 란제리 하우스는 란제리 제품을 비롯해 스킨케어, 헬스 디바이스 등 뷰티 제품을 판매한다.

매장명 중 ‘웰니스’(Wellness)는 ‘웰빙’(Well-being)과 ‘건강’(Fitness)을 합친 것으로 신체적, 정신적, 사회적 건강이 조화를 이루는 이상적인 상태를 말한다. 면적은 232㎡(약 71평)다. ‘란제리 존’ ‘웰니스 존’ ‘팝업 존’ 등으로 구성한다.

/신원선 기자

# 오리온, 베트남서 쌀과자 누적매출 106억 ‘인기몰이’

쌀과자 점유율 13%, 시장 2위  
한국 비롯 주변국에 수출키로

오리온은 베트남 법인에서 개발해 지난해 4월 출시한 쌀과자 ‘안’(An, 安)이 8개월 만에 누적 판매량 106억원을 기록했다고 7일 밝혔다.

이는 베트남 쌀과자 시장 점유율 약 13%에 달하는 것으로, 출시하자마자 단숨에 쌀과자 시장 내 2위로 올라섰다.

오리온은 쌀과자 시장 진출을 베트남 법인의 신 성장 동력 중 하나로 정하고, 2년간 제품 연구 개발에 심혈을 기울여왔다. 더불어 차별화된 제품을 생산하기 위해 주재료가 되는 쌀을 찾는 데도 많은 공을 들였다. 동남아는 주로 자스민 품종 쌀을 많이 먹는데 반해,



오리온 베트남 법인에서 출시한 쌀과자 ‘안’이 8개월 만에 누적 판매량 106억원을 기록했다. /오리온

‘안’은 딱딱하지 않고 부드러운 식감의 자포니카 품종을 엄선, 수확한지 6개월, 도정하지 1달 이내의 신선한 쌀을 사용한다. 제조 공정 상에서도 바삭한 식감과 구수한 쌀 향을 극대화할 수 있도록 직접 불에 굽는 독특한 방식을 도

입했다. 오리지널 맛과 김맛 두 가지로 선보여, 출시되자마자 베트남 소비자들의 입맛을 사로잡으며 뜨거운 사랑을 받고있다.

오리온은 1995년 초코파이 수출로 베트남에 첫발을 내디딘 이후 2006년

호치민에 생산 공장을 세우며 베트남 진출을 본격화했다. 제사상에 오를 정도로 국민 간식으로 자리매김한 초코파이를 비롯해 스낵, 비스킷 등 다양한 제품 출시들로 베트남 소비자들의 사랑을 받으며 현지 제과 시장을 선도하고 있다. 특히 지난해에는 쌀과자 안, 양산빵 세봉(Cest Bon) 등을 출시해 새로운 영역으로 시장을 확대해가고 있다.

오리온 관계자는 “오리온의 제과 노하우가 집약된 쌀과자 ‘안’이 차별화된 제품력으로 처음 진출한 쌀 스낵 시장에서 큰 사랑을 받고있다”며 “베트남에서 시장 점유율을 높이고, 추후 한국을 비롯해 인근 동남아시아 국가로도 수출해 글로벌 시장에서 지속 성장하는 브랜드로 만들어 갈 것”이라고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@

## NS홈쇼핑 ‘정보보호실’ 신설

NS홈쇼핑이 정보보호 조직을 개편하고 개인정보 보호 책임자(PIA) 임명, 정보보호 관리체계를 강화한다.



NS홈쇼핑은 1월 1일자로 조직개편을 통해 정보보호 업무의 책임과 권한을 집중하는 ‘정보보호실’ 조직을 신설하고, 정보보호 최고책임자(CISO)를 신규 임용했다고 7일 밝혔다.

정보보호실은 기존 준법지원실 소속의 정보보안팀과 정보전략실로 분산되어 있던 정보보호 업무를 통합하고, CEO 직속의 독립된 부서로 격상한 조직이다. 정보보호 최고책임자(CISO) 직무를 맡는 정보보호실장에는 정보보호 업무 경력 10년 10개월을 포함해 글로벌 IT기업에서 30년 이상 근무한 경력을 가진 박영택 실장을 임명했다.

회사 측은 “이번 조직개편과 임명을 통해 정보보호 관리체계 및 정책의 수립 및 운영에 경영진의 의사결정 확보 및 전사적 정보보호 활동의 체계화가 가능하게 됐다”고 설명했다.

앞으로 박영택 정보보호 최고책임자는(사)인 예산 및 인력 할당 등 정보보호 업무의 총괄 수행을 통해 정보보호 관리체계를 효과적으로 구현하는 역할을 맡는다.

/신원선 기자

## 동원홈푸드 ‘프리미엄 차례상’ 판매

온라인을 더반찬서 19일까지 예약

동원홈푸드가 운영하는 온라인몰 더반찬이 설 명절을 맞아 ‘프리미엄 차례상’의 예약 한정 판매를 19일까지 진행한다고 7일 밝혔다.

더반찬이 2018년 추석 처음으로 선보였던 ‘프리미엄 차례상’은 최근 변화하고 있는 명절 풍속도에 따라 간편하게 차례상을 준비할 수 있도록 구성된 제품이다. ‘프리미엄 차례상’은 매 명절 시즌마다 완판 기록을 이어나가고 있으며, 구매 고객 중 95%가 재구매의사를 밝힐 정도로 만족도가 높다.

더반찬 ‘프리미엄 차례상’은 사과, 배, 귤, 감, 간밤, 건대추 등 다양한 과일을 비롯해 수제 모듬전, 갈비찜, 잡채, 소고기뭇국, 명절나물 등 총 24종의 제



동원홈푸드 더반찬이 ‘프리미엄 차례상’을 한정 판매한다. /동원홈푸드

수 음식들이 4~5인 기준으로 풍성하게 구성됐다.

‘프리미엄 차례상’의 주문 예약은 19일까지 가능하며, 오는 24일 새벽에 일괄 배송될 예정이다. 가격은 25만원이며, 예약 구매 고객에게 2만5천원의 장바구니 쿠폰이 일괄 지급된다.

/박인용 기자

## 온라인 쇼핑몰 설맞이 마케팅 돌입

G마켓·옥션 차례용품 등 최대 70% 롯데닷컴 고가·저가 상품 함께 구비 CJ몰 카테고리별 할인 ‘설 기획전’

온라인 쇼핑몰들이 설을 앞두고 각종 할인과 적립을 제공하며 마케팅에 나서고 있다.

이베이코리아가 운영하는 G마켓과 옥션은 설을 앞두고 선물용 상품과 차례용품 등을 최대 70% 할인 판매하는 ‘설비세일’ 행사를 한다고 7일 밝혔다.

각 사이트에서 구매액에 따라 사용 가능한 5천~5만원 할인쿠폰을 날마다 준다. 이 쿠폰과 중복으로 사용할 수 있는 60여개 브랜드 전용 할인쿠폰도 별도로 제공한다. 동원, 아모레퍼시픽, LG생활건강, 정관장 등이 브랜드 할인 쿠폰 제공에 참여한다. ‘오늘의 특가’

코너에서는 가격이 저렴하고 배송이 빠른 상품을 매일 80여개씩 선보인다.

롯데닷컴은 21일까지 설 명절을 혼자 보내는 사람들을 위한 간편 차례상과 가정 간편식 상품을 판매한다.

또 한 사람이 고가와 저가 상품을 함께 구매하는 ‘소비 양면화’ 경향을 반영해 고가의 백화점 선물세트와 ‘가성비’ 선물 세트를 함께 판매한다.

CJ몰도 21일까지 설 준비와 가구·패션·건강·효도선물 카테고리에서 10% 적립과 5% 청구할인 해주는 ‘2020 설 기획전’을 연다.

원하는 날짜에 상품을 받을 수 있는 지정일 배송 서비스와 동일한 상품에 한해 세 곳까지 배송지를 설정할 수 있는 ‘복수배송’ 서비스도 운영한다.

/신원선 기자