

#펍수와 협업 #해외직소싱... **밸런타인** 앞두고 히든카드 속속

GS25 인기캐릭터 펍수로 공략 세븐일레븐 명품초콜릿 등 판매 CU 초콜릿 30종, 요기요 배달가능



고객이 이마트24에서 행사 상품을 살펴보고 있다. /이마트24

편의점업계가 2월 14일 '밸런타인데이'를 앞두고 분주하다. 화제의 캐릭터들과 제휴한 컬래버 상품을 선보이는가 하면, 프리미엄 상품을 비롯해 차별화한 제품을 앞세워 소비자 공략에 나선 것이다.

GS리테일이 운영하는 GS25가 분석한 밸런타인데이 매출 자료에 따르면 5000원 이상 상품의 매출 구성비가 2018년 23.2%에서 2019년 26.8%로 증가하는 것으로 나타났다.

◆**밸런타인데이에도 '펍수'가 대세!**

GS25는 SNS상에서 인기몰이 중인 펍수와 총몇명 등 유튜브 스타와 컬래버한 세트 상품을 선보임과 동시에 프리미엄 상품군도 확대했다.

먼저 컬래버 상품으로는 ▲밸런타인 펍수세트 3종 ▲밸런타인총몇명세트 2종 ▲밸런타인메들리세트 2종 등 총 7종이 있다.

밸런타인펍수세트에는 귀여운 펍수의 이미지가 디자인됐고 다양한 초콜릿, 스낵 상품과 함께 펍수 스티커, 펍수 미니 등신대, 펍수 노트 등 펍수 관련 굿즈가 동봉됐다. 밸런타인총몇명세트는 유튜브 구독자 수 224만명이 넘는 유명 애니메이션 유튜브 '총몇명'과 컬래버한 세트 상품으로 총몇명의 B급 감성과 독특한 그림체가 돋보인다.

밸런타인메들리세트는 박토벤으로 불리우는 명품 트로트 작곡가 박현우, 작사가 이견우와 컬래버한 상품이다. 트로트 감성을 잘 살린 패키지 디자인에 자신의 사진을 이용해 재미있는 연출을 할 수 있는 포토 프레임 카드 등이 동봉됐다.

GS25 관계자는 "트렌드를 선도하는 상품 기획 뿐만 아니라 매년 늘어나는 프리미엄 상품에 대한 선호도를 고려해 유럽의 프리미엄 초콜릿 상품도 다수 선보였다"고 했다.

◆**해외 직소싱 마카롱도 등장**

편의점 세븐일레븐은 해외 직소싱한 '벨기에 마카롱'부터 SNS 화제상품 등을 마련했다.

'벨기에 하트 마카롱'은 마카롱 꼬집(마카롱 겉부분)을 10시간 숙성하여 만들어 마카롱 특유의 쫄쫄한 식감이 특징이며, 딸기, 라즈베리 등 천연 재료를 사용해 본연 그대로의 맛을 살렸다.

세계 3대 명품 초콜릿 브랜드 중 하나인 '길리안 선물세트'도 준비했다. 고급스러운 케이스로 선물용으로 적합하다. 아울러 SNS 핫 아이템인 '몰티저

스' 바닐라 웨이크맛 상품을 단독 출시했다. '몰티저스 바닐라 웨이크'는 부드러운 바닐라 웨이크 맛의 바삭한 과자에 진한 초콜릿이 코팅된 상품이다.

또한 푸른색 지구 모양의 쫄쫄한 젤리 속에 포도 시럽이 가득 들어있는 '트롤리 지구젤리'를 비롯해 트롤리 대표 젤리 상품들을 담은 '밸런타인픽앤틱스'와 '밸런타인컬렉션'을 판매한다.

◆**지금은 '인택트' 소비 시대**

최근 외출을 꺼려하는 소비자들을 위해 CU는 밸런타인데이 초콜릿 30종을 요기요 배달 서비스로도 판매한다. 요기요 앱을 통해 전국 4000여 CU 배달

서비스 운영 점포 중 수취 가능한 주소의 반경 1.5km 내 점포에서 1만원 이상 구매하면 이용할 수 있다.

CU를 운영하는 BGF리테일 빅데이터에 따르면 지난해 1~15일 밸런타인데이 행사 기간 중 D-day인 14일의 매출이 전체 54.1%를 차지할 정도로 압도적인 매출을 기록했고 행사 전날인 13일은 21.0%, 행사 후 15일은 7.1%의 매출을 기록하는 것으로 나타났다.

이에 따라 CU는 밸런타인데이 최소 3일 전부터 점포 상품 진열을 시작하고 사전 프로모션도 대대적으로 펼칠 예정이다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



GS25 상품

휠라, 김유정과 함께한 봄 헤리티지 컬렉션

글로벌 스포츠 브랜드 휠라(FILA)가 브랜드 뮤즈 배우 김유정과 함께한 '2020 스프링 헤리티지 컬렉션' 화보를 5일 공개했다.

이번 화보 속 김유정은 휠라와 함께 따뜻한 봄날 즐거운 한 때를 즐기는 자유로운 모습을 제대로 표현해냈다. 편안한 분위기가 물씬 풍기는 미국 LA 산타모니카 해변, 놀이공원 등을 배경으로 휠라 고유의 헤리티지와 스포츠 스트리트 감성을 더한 스프링 컬렉션을 다채로이 선보였다. 올봄에도 스포츠 패션을 선도해 나갈 휠라의 새로운 컬렉션과 브랜드 뮤즈 김유정이 만나 역대급 시너지를 발산했다.



휠라 2020 스프링 헤리티지 컬렉션 김유정 화보

김유정은 다양한 컬러와 로고, 패턴으로 조화를 이룬 휠라 스프링 헤리티지 컬렉션을 찰떡같이 소화, 편안한 분위기 속 사랑스러운 모습으로 매력을 뽐냈다.

휠라 스프링 헤리티지 컬렉션은 방풍

기능은 물론 휠라 고유의 컬러 배색 블로킹이 돋보이는 '뉴3단 블로킹 자켓'부터 '로고 맛집' 휠라의 다양한 로고 플레이 티셔츠, 맨투맨 등이다. 스타일에 따라 골라 신을 수 있는 다양한 슈즈 라인업까지 준비됐다. /조효정 기자

"집에서 호텔 셰프의 품격있는 요리를"

노보텔 앰배서더 동대문

노보텔 앰배서더 서울 동대문 호텔 & 레지던스(이하 노보텔 앰배서더 동대문)가 부담 없이 홈 파티, 피크닉, 오피스 파티를 준비할 수 있는 케이터링 박스 고메박스를 선보인다고 5일 밝혔다.

고메박스는 호텔 셰프가 직접 엄선해 선보이는 품격 있는 요리를 취향에 따라 집에서 야외에서 간편하게 즐길 수 있는 것이 특징이다.

'고메박스(Gourmet Box)'는 총 30여 가지의 콜드·핫 디시, 디저트 메뉴

중에 원하는 메뉴 5가지를 자유롭게 선택하여 즐길 수 있는 노보텔 앰배서더 동대문의 대표 케이터링 박스다.

선택할 수 있는 메뉴로는 콜드 디시에서는 리코타 치즈와 아스파라거스 샐러드, 과일 카프레제, 타파스와 샌드위치, 모듬 초밥 등이 있고 핫 디시에는 귀바로우, 갈비찜, 피쉬앤칩스, 떡갈비와 버섯구이 등을 선택할 수 있다. 디저트 메뉴로는 계절과일, 얼그레이 케이크, 모듬 페이스트리 중 원하는 메뉴로 선택하여 즐길 수 있다. 고메박스는 기본 5가지 메뉴(6인 기준)로 제공되며 가격은 15만 9000원이다. /조효정 기자

아모레 매출 5.5조... "해외채널 다변화 추진"

(2019년)

영업익 4278억 전년비 11.2% 감소 해외사업 투자·마케팅 영향 영업익 ↓ "입점 채널 확대... 경쟁력 강화시킬 것"

코스피 상장사 아모레퍼시픽은 연결 기준 작년 한 해 영업이익이 4278억 원으로 전년보다 11.2% 감소한 것으로 잠정 집계됐다고 5일 공시했다.

매출은 5조5801억 원으로 전년 대비 5.7% 증가했다. 순이익은 2104억 원으로 37.2% 줄었다.

아모레퍼시픽은 "온라인과 멀티브랜드숍 등 신규 채널의 고객 접점 확대

주요브랜드의 국내 매출이 확대되었지만, 해외 사업의 신규 투자와 채널 확대, 마케팅 비용의 증가로 영업이익이 감소했다"고 설명했다.

4분기 영업이익은 459억 원으로 전년 동기보다 93.1% 늘었다. 이분기 매출과 순손실은 각각 1조3천337억 원과 713억 원이었다.

아모레퍼시픽은 "지나해 혁신 상품 개발과 고객 체험 공간 확대, 국내외 유통 채널 다각화 등을 추진했다"고 전했다.

한편, 아모레퍼시픽은 2020년 실적

개선의 교두보를 마련하기 위해 해외 시장에서의 채널 포트폴리오를 다변화할 계획이라고 밝혔다.

또한 "아시아시장에서의 입점 채널을 다양하게 운영하며 브랜드 경쟁력을 강화하고, 북미시장 또한 기존 주요 브랜드의 매출 확대를 위해 신규 채널 활용을 고려하고 있다"며 "유럽시장에서는 멀티브랜드숍을 적극적으로 활용해, 스킨케어 시장의 새로운 강자로 거듭나기 위한 준비 중이며, 다양한 글로벌 사업 파트너들과 적극적으로 협업하고 있다"고 덧붙였다. /조효정 기자 princess@

민감한 피부에 수분가득 '고보습 뷰티템'

설 연휴 스트레스로 인해 예민해진 피부 컨디션을 호소하는 소비자가 늘고 있다.

이에 따라 피부 속 깊은 곳부터 수분을 보충해 튼튼한 보습 장벽을 형성해주는 제품이 주목받고 있다. 머리카락보다 얇은 초극세사 시트로 유효 성분을 특특히 전달하는 마스크팩부터 콜라겐 앰플, 히알루론산 패치, 크림 등 다양한 고보습 뷰티 아이템을 소개한다.

듀이트리의 'EX 딥 마스크'는 그린엔자임 파파인 효소 성분을 함유하고 머리카락보다 얇은 초극세사 그린 시트가 피부에 고밀착해 유효 성분 흡수를 높이는 제품이다. 피부 장벽 강화에 도움을 주는 요소를 통한 깊은 보습 효과를 자랑한다.

코스메틱 브랜드 투쿨포스쿨의 '에그콜라겐 멜팅 앰플'은 피부에 잘 흡수되는 저분자 콜라겐 콤플렉스를 76% 함유해 각종 유해 요소의 영향을 받는



투쿨포스쿨 히알루로닉 멜팅 패치

피부의 처짐 및 건조함 개선을 구현하는 제품이다. '히알루로닉 멜팅 패치'는 96%의 히알루론산으로 구성돼 피부에 고밀착하며는 밀 아이존과 볼 등 건조해지기 쉬운 부위의 보습 유지를 돕는다.

프랑스더마코스메틱 브랜드 바이오더마의 '시카비오 포마드'는 강력한 보습 효과를 지녀 꾸준한 인기를 얻고 있는 아이템으로 최근 올리브영에서 대용량 버전이 출시되었다. 여러 외부요소로 자극받은 피부에 수분을 공급해 집중적인 강화를 돕는 데일리 시카 크림이며 피부 알레르기를 최소화하기 위해 색소와 향료를 배제했다. /조효정 기자

파넬라이 밸런타인 맞아 커플워치 제안



이탈리아 럭셔리 워치메이커 파넬라이가 밸런타인데이를 맞아 로맨틱한 연인을 위해 모던한 '루미노르 두에'를 5일 제안했다. 디자인뿐만 아니라 솔루션까지 담은 두 가지의 모델이 밸런타인데이의 로맨틱한 무드를 더한다.

'루미노르 두에 - 38mm(PAM01043)'는 파넬라이 컬렉션 중 가장 슬림한 38mm 직경으로, '루미노르 두에 42mm(PAM01046)'는 가장 인기 있는 크기인 42mm로 선보인다.

다이얼은 어디에나 쉽게 매치할 수 있는 화이트칼라가 적용되었다. 이와 함께 파넬라이의 전통을 살린 새로운 디자인을 적용하여 아라비아 숫자 프린트로 세련되고 우아한 매력을 드러낸다. 케이스 디자인은 파넬라이 고유의 디자인을 현대적으로 재해석하여 시대의 흐름에 맞춰 자연스럽게 발전했다.

/조효정 기자