

JW생활건강 건기식 왕좌 노린다... 전문몰 오픈

사명 변경 후 새출발

JW생활건강이 건강기능식품(건기식) 전문 쇼핑몰을 새롭게 선보인다.

JW홀딩스의 자회사인 JW생활건강은 건기식 전문 쇼핑몰 '마이코드몰'을 오픈하고 본격적인 마케팅 활동을 전개한다고 7일 밝혔다.

JW생활건강은 지난해 3월 기존 JW 산업에서 사명을 변경하고 건기식 중심 헬스케어 전문 기업으로 새 출발했다. 이후 JW의 건기식 통합브랜드 '마이코드(myChord)' 론칭을 준비해왔다.

'마이코드'는 'My(나의) + Chord(화음)'의 합성어로, '나에게 딱 맞는 균형을 잡아준다'는 의미다. 소비자의 신체, 영양균형 등에 따른 맞춤형 데이터를 구축해 세밀하고 집중적인 건강관리 솔루션을 제공하는 게 목표다.

JW생활건강은 앞으로 프로바이오틱스, 비타민, 오메가3 등 최근 소비자들의 관심이 높은 제품부터 순차적으로 출시하며 '마이코드' 브랜드 라인업을 확대해나간다는 방침이다.

'마이코드몰'은 고객이 원하는 제품을 쉽고 빠르게 찾아볼 수 있는 통합 검색 기능을 제공한다. 또 제품의 기능



마이코드몰

별, 대상별, 성분별로 메뉴 카테고리를 구성해 소비자가 원하는 제품을 쉽고 간편하게 찾을 수 있는 게 장점이다. 별도로 마련된 라이프케어, 스킨케어 메뉴에서는 건기식 외에 차량용품, 마스크팩 등 생활용품도 판매한다. 각종 할인 정보를 제공하는 이벤트 페이지도 제공돼 다양한 기획전 정보에 알 수 있다.

JW생활건강 관계자는 "건강관리에 대한 대중의 관심이 지속적으로 증대되는 가운데 소비자의 다양한 요구에 부합하는 전문 브랜드를 선보이게 됐다"며 "앞으로 빅데이터를 기반으로 개별 고객에게 정밀하게 맞춤형 제품 추천 서비스를 도입할 예정이며 다채로운 이벤트를 통해 고객들과의 접점을 넓혀나갈 계획"이라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@

매출반등 노리는 호텔업계

프리미엄 빙수로 '가심비' 저격

예년보다 한달 앞당겨 '빙수대전' 코로나 타격입은 매출 만회 기대 언택트 트렌드 맞춘 빙수도 출시

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)와 함께 이른 더위를 맞이하는 5월, 특급호텔의 프리미엄 빙수 대전이 예년보다 조금 일찍 시작됐다.

7일 관련 업계에 따르면 주요 특급호텔들이 프리미엄 빙수를 앞다퉈 출시하고 있다.

예년까지 호텔업계는 날씨가 본격적으로 더워지는 5월 중순부터 6월에 빙수를 출시해왔다. 하지만 올해는 예년에 비해 빨리 찾아온 더위로 빙수 출시를 앞당겼지만, 코로나19 사태로 발생한 호텔업계 위기가 빙수 출시를 재촉했다. 타격입은 매출을 만회하기 위해 평년보다 한달 가량 앞당긴 시점에서 판매를 개시한 것이다.

지난 1분기 코로나19 확산으로 서울 시내 주요 호텔들의 객실점유율은 급감, 겨울부터 봄까지 호텔 매출을 책임지던 딸기 디저트 뷔페도 조기 종료됐다. 3월 한달 피해만 5800억 원에 이르는



신라호텔 제주산 애플망고 빙수



호텔 서울드래곤시티 트리플 빙수

다. 업계에서는 최근 몇 년간 인기를 끌고 있는 빙수로 고객을 유인, 파급효과로 인한 매출 반등을 노리고 있다.

특급호텔의 프리미엄 빙수의 경우 일반 빙수와 비교했을 때 무게는 10배 이상 가격이 차이 나지만, 다른 고가 프리미엄 제품과 비교했을 때는 '가심비(가격 대비 심리적 만족)'가 높은 편이라 '보복소비'로 각광받고 있다.

호텔 빙수의 원조로 꼽히는 서울신라호텔 '제주산 애플망고 빙수'를 4월 29일부터 판매 시작했다. 신라호텔이 2008년 처음 선보인 애플망고 빙수는 5만 원이 넘는 고가에도 불구하고 '애망빙'으로 불리며 대중에게 사랑받는

서울신라호텔은 대표 메뉴다. 롯데호텔제주 애플망고 빙수인 '로망 프라페', 서울드래곤시티도 망고 빙수와 흑임자 빙수, 클래식 빙수, 그랜드 하얏트 '멜론 코코넛 빙수', 안다즈 서울 강남 '시그니처 망고 빙수', 여의도 메리어트 '꿀벌 빙수' 등의 메뉴도 속속 판매되기 시작했다.

코로나19로 인해 시작된 언택트(비대면) 소비 트렌드에 맞춘 빙수도 출시됐다. 파르나스호텔이 운영하는 그랜드 인터컨 서울과 인터컨 코엑스는 언택트(비대면) 트렌드에 따라 감염 우려를 낮춘 1인용 빙수와 '투고(To go)' 메뉴를 선보였다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

셀트리온헬스 '램시마SC' 유럽서 판매영역 확대

독일·영국 이어 네덜란드서 출시

셀트리온헬스케어가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)에도 불구하고 자가면역질환 치료용 피하주사제형 바이오의약품 '램시마SC'의 유럽 판매 확대와 마케팅 활동 강화를 지속하고 있다.

셀트리온헬스케어는 독일과 영국에 이어 지난 달 27일(현지시간) 네덜란드에 '램시마SC'를 런칭했다고 7일 밝혔다. '램시마SC'의 성공적인 네덜란드 시장 확대를 위해 지난 21일 '램시마SC 런칭 심포지엄'을 개최했다. 이날 행사는 코로나19 바이러스 감염 예방을 위해 온라인으로 진행됐으며, 의사·약사·병원 의약품 구매 담당자 등 핵

심 의료관계자 200여 명이 참여해 '램시마SC'에 대한 높은 기대감을 드러냈다.

발표자로 참여한 네덜란드 라이덴 대학교 토크하위징아 류마티스학과장은 "임상 결과 '램시마SC'는 기존 IV제형(정맥주사) 대비 유효성과 안전성에서 유사한 결과를 나타내면서 교체 투여해도 문제가 없음을 확인했다"면서 "램시마SC는 IV제형인 '램시마'와 함께 치료에 활용될 수 있는 듀얼 포메이션의 강점을 지니고 있는 만큼 의사는 환자 상태에 따라 치료를 선택적으로 할 수 있게 될 것"이라고 말했다.

런칭 행사에 참여한 의료진들도 '램시마SC'가 안전하고 효과적인 치료 방안이 될 것이라고 기대했다. /이세경 기자

돌봄쿠폰 효과 톡톡... 한세드림 매출 증가세

아동돌봄쿠폰 지급이후 로드점 성과 모이몰론 165%, 컬리수 160% ↑ 만7세미만 아동에 40만원 지원금

유아돌봄 기업 한세드림이 자사 브랜드인 모이몰론과 컬리수 로드점 매출이 정부의 '아동돌봄쿠폰' 지급 이후 각 165%, 160%씩 오르며 가파른 반등세를 보인다고 7일 밝혔다.

상승 추이는 아동돌봄쿠폰이 지급된 4월 13일을 기준으로 전(3월 21일~4월 12일), 후(4월 13일~5월 5일) 23일을 비교한 결과로 집계됐다. 한세드림은 이를 통해 가맹 소상공인들이 매출 회복에 도움을 얻는 등 어려움 극복에 큰 힘이 되고 있다고 현장 분위기를 전했다.

쿠폰이 지급되기 시작한 4월 13일부



아동돌봄쿠폰 사용이 가능한 한세드림 모이몰론, 컬리수

터 5월 5일 기간은 로드점 매출 비중이 전년 동기 대비해서도 높은 성과를 기록, 모이몰론은 11%, 컬리수는 12%까지 신장세를 기록하기도 했다. 한세드림의 전체 매출 중 로드점의 판매 비중은 모이몰론 42%, 컬리수는 35%에 달한다.

아동돌봄쿠폰은 코로나19로 인한

경제불황 타격을 위해 마련된 정책 중 하나로, 만 7세 미만 아이를 둔 가정을 대상으로 아동 1인 기준 40만 원 상당의 지원금을 제공한 바 있다. 쿠폰 사용 만료일은 올해 말까지다.

한세드림의 모이몰론, 컬리수는 아동 및 유아복 전문 브랜드로 아동돌봄쿠폰 주 사용처로 꼽히며 육아·아빠들의 관심을 모았다. 현재 해당 쿠폰은 전국의 모이몰론, 컬리수 로드점 각 85, 62개 점에서 사용할 수 있다.

한세드림은 아동돌봄쿠폰 효과 외에도 코로나19의 일부 진정 국면에 따른 회복세도 눈에 띄게 증가한 상태다. 실제 모이몰론과 컬리수 매출은 3월 대비 4월 한 달간 80%, 50% 이상씩 매출이 증가하는 성장 그래프를 보였다. /조효정 기자

'슬로웨어' 한여름에도 시원한 캐주얼룩 제안

삼성물산, 라미소재로 구김 최소화

삼성물산 패션부문의 이탈리아 스마트 캐주얼 브랜드 '슬로웨어'가 간절기부터 한여름까지 입을 수 있는 활용도 높은 2020년 여름 시즌 상품을 출시했다고 7일 밝혔다.

이번 시즌 슬로웨어는 짧아지는 봄과 실용적인 의류 선호 트렌드에 맞춰 간절기부터 한여름까지 계절에 구애 없이 입을 수 있는 다양한 혼방 소재에 주목했다. 코튼, 라미, 리넨, 울, 리오셀 등을 활용한 혼방 소재의 재킷, 팬츠, 셋업 등 캐주얼 상품을 선보였다.

슬로웨어는 대표 상품으로 '코튼·라미(저마) 혼방 재킷'을 제안했다.

바스켓 위브(바구니처럼 가로세로



줄을 위아래로 번갈아가며 짜는 직조 방식) 조직감, 가먼트 다임(완성된 옷에 색을 입히는 방식)된 자연스러운 색감과 빈티지한 소재감의 조화가 특징이다.

라미 소재의 주름 현상을 개선해 구김이 덜 하며, 도톰한 소재감에 시원함과 통기성까지 갖춰 봄·여름·가을 삼계절동안 착용이 가능하다. /조효정 기자

LF, 가벼움 살린 만능 골프백 세트

특가 플랫폼 '인생한별'서 출시

LF의 골프웨어 브랜드 닥스골프가 라운딩부터 여행까지 다양하게 활용이 가능한 골프 가방 세트를 LF몰의 신개념 한정 특가 플랫폼 '인생한별'을 통해 출시한다고 7일 밝혔다.

닥스골프의 골프백 세트는 하프백, 뉴보스턴백, 슬링백, 보온·보냉백 4종으로 구성됐다. 기존 캐디백 위주로 출시했던 닥스골프에서 처음으로 선보이는 하프백은 라운딩뿐 아니라 연습장이나 스크린 골프 이용 시 가볍게 사



용할 수 있는 제품으로 우수한 경량성이 특징이다. /조효정 기자

K2

가정의달 최대 15% 할인

K2가 신상품 및 정상제품 구매 시 최대 15% 할인 혜택을 제공하는 특별 프로모션을 오는 17일까지 실시한다.

이번 프로모션은 5월 가정의 달을 맞아 가족, 친지 등 주변에 감사의 마음을 전하고자 하는 고객들에게 최대 15% 금액 우대 혜택을 제공한다. 구매 금액별로 10만 원 이상 1만 5000원, 20만 원 이상 3만 원, 30만 원 이상 4만 5000원 등 최대 60만 원 이상 구매 시 9만 원까지 구매 금액을 지원한다.

/조효정 기자