

‘초여름 무더위’ 계절 과일·가전 수요 급증

G9 쫄면·비빔국수 판매 263% ↑
GS25 아이스컵 전년비 58% 늘어
전자랜드 에어컨 판매량 64% 증가

올 여름은 지난해보다 더 길고, 뜨거운 것이라는 예대로 6월 초부터 기온이 36도를 웃도는 역대급 무더위 징조가 보이고 있다. 예년보다 일찍 찾아온 무더위에 여름 계절 음식과 아이스컵, 계절 가전 수요가 빠르게 급증하고 있다.

특히 올해는 코로나19로 집에 있는 시간이 많아지다 보니 계절 음식을 집에서 간편하게 즐기려는 이들이 많아졌다.

실제로 G9가 최근 한 달 기준(5월 15일~6월 14일)으로 여름철 많이 찾는 음식 판매량을 조사한 결과 전년 동기 대비 큰 증가세를 보였다. 쫄면/비빔국수가 263% 늘었고 냉면/소바



‘올프레쉬’ 커팅 수박 430g /마켓컬리



고객이 에어컨을 구매하고 있다. /전자랜드

는 217% 신장했다. 시원한 동치미는 40%, 제철과일 수박은 48% 증가했다.

집콕족 증가에 집에서 간단하게 시원한 빙수를 만들어 먹을 수 있는 빙수기는 69%, 빙수재료는 3배(217%) 증가했다.

G9 관계자는 “올해 역대급 무더위가 예상되고 벌써부터 한 낮 기온이 30도 이상 오르면서 몸 속 열기를 식혀주고 입맛을 살려주는 여름 쿨링푸드 수요가 빠르게 증가하고 있다”며 “특히 올해는 집콕 영향에 집에서 간편하게 계절 음식을 즐기려는 수요까지 반영돼 관련 식품이 더 인기를 얻고 있는 것으로 보인다”고 말했다.

편의점에서는 아이스컵이 인기다.

GS25에 따르면, 최근 2주간 아이스컵 매출은 전년 동기 대비 57.8% 신장했다.

이에 GS25는 일찍이 유어스빅볼 아이스컵(이하 빅볼 아이스컵)을 선보이며 얼음컵 상품 라인업을 확대했다. 빅볼 아이스컵은 야구공과 크기와 모양이 비슷한 지름 70mm의 얼음 한 개가 투명 컵에 담긴 상품이다. 빅볼 아이스컵은 23℃의 상온에서 완전히 녹는 데까지 일반 얼음컵보다 70분이 더 걸려, 오랜 시간 동안 차갑게 유지시켜 준다.

CU에서는 아이스컵이 전년 동기 대비 21.1%, 아이스드링크가 14.5%, 아이스 원두커피가 16.6% 신장했다.

더위가 일찍 시작되면서 수박을 비

롯한 여름 과일 판매량도 증가 추세다.

수박, 멜론은 7월부터가 제철이지만 이른 더위로 인해 관련 상품의 출하가 2주 정도 당겨지며 수박과 멜론의 6월 판매량이 증가하고 있다. 마켓컬리에 따르면 올해 6월 1일부터 15일까지의 수박 판매량은 전년 대비 70%, 멜론 판매량은 130% 증가했다. 특히 가장 인기 있는 수박 상품은 껍질을 벗겨내고 당도가 가장 높은 수박의 중심부 위주로 자른 간편 수박 상품이다. 전체 수박 판매량의 45%로 1인 가구나 껍질 처리가 부담스러운 사람들, 나들이나 도시락용으로 외부에서도 간편하게 즐기고자 하는 고객들이 많이 선택하고 있다.

계절 가전 판매량도 크게 증가했다. 전자랜드가 올해 6월 1일부터 6월 14일까지 에어컨 판매량을 분석한 결과, 전년 동기 대비 64% 증가한 것으로 나타났다.

같은 기간 전자랜드의 에어컨 판매량은 전월 동기(5월 1일~14일)과 비교해도 55% 판매 성장을 기록한 것으로 나타났다. 전자랜드는 갑자기 찾아온 무더위에 에어컨을 찾는 소비자들이 많아지면서 6월 초 판매량이 증가한 것으로 분석하고 있다.

/신원성 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



“돌아온 오징어, 저렴하게 만나요”

신세계백화점이 18일 오전 서울 중구 신세계백화점 본점에서 금어기간이 끝난 생물 오징어를 전년보다 40% 낮은 가격에 선보이고 있다.

/손진영 기자 son@

던킨-웰치스 ‘웰치스 크러쉬’ 출시

던킨이 여름을 맞아 주스 브랜드 ‘웰치스(Welch’s)’와 협업하여 시즌 한정 음료 ‘웰치스 크러쉬’를 출시한다고 18일 밝혔다. 열대 과일 ‘포멜로’를 활용한 음료 신메뉴 2종도 함께 선보인다. ‘웰치스 크러쉬’는 웰치스의 대표 음료인 그레이프(포도)에 얼음을 넣고 갈아 만든 제품이다. 풍부한 포도의 맛과 청량감을 즐길 수 있고 잘게 부서진 얼음 알갱이가 시원함을 더한다.



/원은미 수습기자

채소밥상·저스트잇·피코크, 3개 브랜드 이마트 ‘피코크’ 통합 운영

상품수 2배 늘려 연내 40개로 확대 통합기념 ‘피코크 밀키트 페스티벌’

이마트가 3개 브랜드로 나누어있던 밀키트를 피코크로 단일 브랜드한다. 기존 이마트에서 개발해 판매하던 밀키트 상품은 2017년 시작한 ‘채소밥상’부터 ‘저스트잇’, ‘피코크’ 3개 브랜드로 나누어져 있었다.

이마트는 해당 3개 브랜드의 밀키트 상품을 전부 피코크로 통합해 상품 개발 및 운영에 나선다. 앞으로 이마트에서 출시하는 밀키트 상품은 전부 피코크 라인업으로 출시하며 상품 수 역시 올해 안에 현재의 2배인 약 40개로 확대할 계획이다.

이마트가 이처럼 밀키트 라인업을 통합한 이유는, 급속도로 확대되는 밀키트 시장속에서 소비자들에게 ‘피코크 밀키트’ 브랜드 이미지를 각인시키고 상품력을 강화하기 위함이다.



실제, 올해 밀키트 매출은 집밥 트렌드에 힘입어 급성장 중이다. 올해 1~5월 이마트 밀키트 매출은 전년 동기 대비 무려 48% 증가한 것으로 나타났다. 이마트는 밀키트 라인업 통합을 기념해 ‘피코크 밀키트 페스티벌’ 행사를 선보인다.

이마트는 17일부터 오는 7월 1일까지 피코크 밀키트 전품목인 총 20개 품목을 행사카드로 구매시 20% 할인하는 행사를 진행한다. 특히 이마트e 카드로 결제시에는 40% 할인이 적용된다.

/신원성 기자 tree6834@

쿠팡-충북, 지역업체 온라인판로 지원

쿠팡이 충청북도와 협력해 ‘힘내요 대한민국’ 2차 기획전을 진행한다

‘힘내요 대한민국’은 지역 상생을 위한 기획전으로 쿠팡과 지자체가 협력해 진행한다. 쿠팡은 최근 경기 위축

으로 어려움을 겪는 충북 지역 업체의 온라인 판매 확대를 위해 충북도와 손을 잡았다. 쿠팡은 충북업체의 상품을 직접 매입하고, 매출 증대에 직접 도움을 줄 수 있도록 메인 광고면을 포함한 마케팅도 지원한다.

/신원성 기자

KT&G, 릴하이브리드 전용 ‘믹스콤보’

19일 첫선... 24일 전국 판매

KT&G가 권련형 전자담배 ‘릴 하이브리드’의 전용스틱인 ‘믹스 콤보’를 24일 전국 출시한다.

‘믹스 콤보’는 일반 담배의 풍미에서 색다른 시원함으로 넘어가는 맛의 반전이 특징으로 두 가지 맛을 한번에 경험할 수 있는 신제품이다. 여기에 전내 감소가 특징인 ‘릴 하이브리드’의 강점이 더해져 제품 본연의 맛을 그대로 느낄 수 있다. 또 패키지에는 시원하게 퍼져나가는 옐로우 색상의 원 모양을 적용해 밝고 깨끗한 느낌을 강조했다. 믹스 브랜드 고유의 ‘X’자 패턴을 적용했다.



이번 신제품은 19일부터 서울 4개 지역(강남·동대문·신촌·신도림)과 인천 송도·울산·청주·부산에 위치한 플래그십 스토어 ‘릴 미니멀리즘’에서 첫선을 보일 예정이다. 이어 24일에는 전국 편의점 4만4000여 개소에서 일제히 판매를 시작한다.

/조효정 기자

CJ올리브영, 스크럽제품 매출 40% 급증

때 이른 더위로 바디워시 매출이 급증하는 가운데, 올해는 ‘각질 제거제(스크럽)’가 이례적인 인기를 끌고 있다.

CJ올리브영은 지난 6월 1일부터 17일까지의 매출을 살펴본 결과, 바디 헤어 스크럽 매출이 전년 동기 대비

40% 증가했다고 18일 밝혔다.

‘스크럽’은 미세한 알갱이가 함유된 크림으로, 피부를 가볍게 문질러 각질을 제거해 주는 제품이다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 다중이용시설 사용이 제한되면서 예년보다 스크럽 상품 구매가 크게 증가한 것으로 풀이된다. 공중목욕탕(사우나)이나 미용실을 방문하는 대신, 집에서 향긋한 스크럽을 이용해 세신도 하고 기분 전환도 꾀하려는 고객들이 늘어난 것.

바디 스크럽은 같은 기간 매출이 44% 급증했으며, 두피 각질 관리에 특화된 헤어 스크럽도 20%의 매출 신장률을 기록했다.

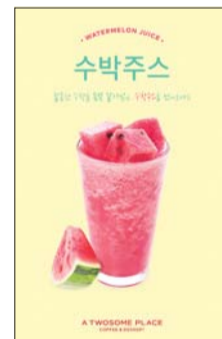
/신원성 기자



올리브영에서 판매중인 ‘플루 바디 스크럽’을 사용하고 있는 모습. /CJ올리브영

투썸플레이스 제철수박 듬뿍 ‘수박주스’

투썸플레이스가 제철 수박을 듬뿍 갈아 넣은 음료로 ‘수박주스’를 출시한다고 18일 밝혔다. 수박주스는 투썸플레이스의 여름 시즌 한정 메뉴다. 올해 투썸플레이스의 수박주스는 제철 수박으로 만든다. 음료 위에는 큼직한 사각 형태의 수박 조각을 올린다. 또한 610ml 용량의 맥스(M) 사이즈로도 만나볼 수 있다. 투썸플레이스는 신제품 디저트로 ‘핑키 도넛 케이크’를 출시하기도 했다.



/원은미 수습기자



롯데마트 ‘살맛나는 이틀’ 행사

롯데마트가 20~21일, 주말 이틀 동안 인기 신선 식품과 가공식품, 생활용품 등을 최대 50% 할인된 금액에 선보이는 ‘살맛나는 이틀’ 행사를 진행한다. 모델들이 살맛나는 이틀 행사 제품을 선보이고 있다.

/롯데쇼핑