

과일소주 中서 통했다... 수출실적 58% ↑

하이트진로, 中 주류시장 부활 소주류 올 판매 2500만명 예상 과일리큐르 4년간 평균 99% ↑ 온라인서 3년간 평균 71% 성장



하이트진로 과일소주 4종

‘참이슬’과 ‘과일리큐르’가 실적 개선을 이끌며 중국 주류 시장에서 부활하고 있다.

하이트진로는 올해 상반기 중국시장 소주류(참이슬, 과일리큐르) 수출 실적이 크게 개선, 전년동기 대비 58% 성장했다고 6일 밝혔다.

2019년 소주류의 판매는 전년대비 33% 성장, 2018년에는 전년대비 27%의 높은 성장을 기록했으며, 이 상승

세를 이어 올해에는 2500만병 이상 판매를 예상하고 있다.

하이트진로의 중국 내 과일리큐르 판매는 2016년부터 2019년까지 4년간 연평균 98.6%씩 성장했다. 특히, 과일리큐르의 판매 비중은 2016년 6%에서 지난해 36%로 증가하는 등 인기를 끌었고 수출 효자로 자리잡았다.

하이트진로가 2016년부터 2019년까지 중국에 출시한 과일리큐르 4종(자몽이슬, 청포도에이슬, 자두이슬, 딸기이슬)은 2030세대 소비자에게 부합한 ‘과일 맛 나는 맛있는 술’이라는 제품의 차별성이 주효했다. 또한, 지난 20여년 동안 현지 시장 개척의 노력은 물론, 한류 열풍과 더불어 브랜드 인지도를 높이는 활동들이 통했다는 평가다.

하이트진로는 현지인 시장 공략을 위해 온, 오프라인 시장을 확대하고 있다. 지속적인 오프라인 시장 개척을 통해 참이슬과 과일리큐르는 중국 내 3만3000여 개의 마트, 편의점에서 판매 중이다. 특히, 주류의 온라인 판매가 가능한 중국의 이점을 적극 활용, ‘알리바바’와 ‘징동’ 등 온라인 전자상

거래 판매 채널을 개척해왔다. 최근 3년간 연평균 71%의 성장을 기록했으며 올해는 300만 병 이상 판매를 예상하고 있다.

중국 대표 SNS인 웨이보에서 중국 시장에서도 인지도가 높은 참이슬 모델 아이유를 통한 적극적인 브랜드 홍보활동을 진행 중이다.

황정호 하이트진로 해외사업본부 총괄 상무는 “과일리큐르의 적절한 도수와 조화롭고 달콤한 맛 덕분에 해외 소비자들의 선호도가 점차 높아지고 있으며, 판매 활성화를 위한 적극적인 프로모션과 영업활동을 이어갈 계획”이라며 “젊은 층의 니즈에 맞춘 제품을 지속적으로 개발하고 현지 맞춤형 전략을 추진할 것”이라고 밝혔다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr



대상 청정원 ‘라이토리’ 열량 줄인 곤약면 3종

대상 청정원의 온라인 전문 브랜드 ‘라이토리’가 곤약을 주원료로 한 ‘곤약면’ 3종(사진)을 6일 출시했다. 청정원이 지난 5월 론칭한 ‘라이토리’는 일상의 메뉴를 부담 없이 맛있게 먹을 수 있도록 만든 브랜드다. 새롭게 선보인 제품은 ▲곤약 물냉면 ▲곤약 매콤비빔면 ▲면이 된 곤약 3종이다. 비교적 열량이 낮고 쉽게 포만감을 느낄 수 있어 식단관리 식품으로 각광받는 ‘곤약’을 활용한 것이 특징이다. /원은미 기자

CJ제일제당 ‘스팸 마일드’ 리뉴얼

CJ제일제당이 ‘스팸 마일드’를 리뉴얼한 ‘나트륨 25% 라이트하게 낮춘 스팸마일드(사진)’를 6일 출시했다. 이 제품은 100g당 나트륨 함량이 510mg으로, 캔햄 시장 점유율 상위 3개 제품의 평균 나트륨 함량(867mg)보다 25% 이상 낮은 수준이다. 나트륨이 적게 들어가면 싱겁고 맛없을 것이라는 인식이 강했는데, 이 제품은 스팸 고유의 풍미는 유지하면서 담백한 맛을 냈다. /원은미 기자



6일 홈플러스 강서점에서 모델들이 장마용품 선보이고 있다. /홈플러스

홈플러스 “장마용품 미리 준비하세요”

차량용품·우산 등 최대 40% 할인

홈플러스가 장마 용품을 최대 40% 할인 판매하는 행사를 연다.

홈플러스는 15일까지 전국 점포와 온라인몰에서 차량용품, 건조대, 우산, 생활가전 등 장마용품을 할인해 판매한다고 6일 밝혔다.

빗길 운전 대비하는 ‘블스윈’ 차량용품(와이퍼·유막제거제·워셔액·에어컨필터·차량용 공기청정기 등) 33종을 최대 40% 저렴하게 내놓고, 차량용 “그라스 디퓨저 1+1 기획팩”은 1만9900원에 판매한다.

건조대, 세탁물 바구니, 홈플러스

‘시그니처’ 옷걸이는 40% 할인, ‘건조가 빠른 소프트 세면타월’(5입)은 30% 할인된 9900원에 판매하며, 기라로쉬·아놀드파마·펜수 캐릭터 우산(각 7990원~1만9990원), 우의(각 990원, 3990원), 장화(각 1만1990원, 1만3990원), 네파·베네통·펜수 캐릭터 슬리퍼(각 1만3990원, 1만9990원), 천연 제습 식물 ‘틸란드시아(각 7900원, 입점 점포에 한함)’ 등도 기획가에 판매한다.

8일까지는 강력한 스팀 분사로 섬유속 냄새와 세균을 잡는 핸드스티머 ‘테팔 투인원 스팀&프레스’를 2만9900원에 판매한다. 신원선 기자

올 역대급 무더위 예고에 롯데百貨, 여름상품 ‘한자리’

삼성·LG 등 에어컨 구매시 상품권 침구류 최대 70% 등 할인행사 풍성

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)로 집에 머무는 시간이 많아진 가운데, 올 여름 역대급 무더위가 예상되고 있어 다양한 여름 나기 상품인 큰 인기를 끌고 있다.

6일 롯데백화점 매출을 살펴보면 지난 6월 한 달간 에어컨, 선풍기 등 가전 매출은 26% 이상 신장했다. 여름 침구를 중심으로 홈패션 상품군도 11% 늘었다. 특히, 지난 6월 진행된 건강가전 상품 행사의 경우 전년대비 64%의 높은 신장률을 기록했다. 동행 세일이 시작된 후 간만에 매장에 활기가 돌면서 가전 매출이 29%의 높은 신장율을 기록 중이다.

이에 롯데백화점은 ‘힘내요 대한민국’을 테마로 진행 중인 정기 세일 마지막 주(7월 6일~12일) 기간 동안 다양한 행사를 통해 고객들에게 현명한 여름 나기 상품을 제안한다.

우선, 여름 하면 빼놓을 수 없는 에어컨 대표 상품 제안전을 진행한다. 삼성, LG, 위니아딧배가 참여한다. 세일 기간인 오는 12일까지 단일 브랜드 기준으로 KB카드 1/2/3/5백만



고객이 롯데백화점에서 에어컨을 살펴보고 있다. /롯데쇼핑

원 이상 에어컨 상품 구매시 8% 상당의 롯데상품권 8/16/24/40만원을 증정한다.

또한 에어컨 구매 시 배송 및 설치 기간을 염두에 두고 구매가 이루어지는 점을 감안해, 삼성의 경우 1000여대의 에어컨 물량을 점포내 사전 확보하여 고객들이 구매부터 설치까지 느끼는 체감 시간을 최대한 단축할 수 있도록 했다.

여름 침구도 50~70% 할인된 초특가로 선보인다. 대표 상품은 대나무겉면을 이용해서 시원한 감촉을 제시하는 ‘한일카페트 더메종’의 엘르 배부 대자리 1인/2인 각각 4만5000원/5만9000원, ‘엘르파리’의 시어서커 여름이불 3만9000원이다. 신원선 기자 tree6834@

“현금 500원 드려요” 이마트24, 선착순 선물

이마트24가 500원을 그냥 나눠주는 마케팅을 진행한다. 이마트24는 7월 말일까지 주중(월~금) 5시부터 자정까지 모바일 앱을 통해 500원 쿠폰을 2400명에게 선착순 선물한다고 6일 밝혔다. (1일 1인 1개 수령 가능)

발급받은 500원 쿠폰은 당일 5시부터 자정까지 이마트24에서 사용해야 하며, 자정 이후에는 쿠폰이 사라진다. 500원쿠폰은 현금과 동일하게 사용 가능하다. (담배/서비스 상품 제외) 고객들은 1000원 결제 시 해당 쿠폰을 사용하면 50%, 5000원 결제 시 10% 할인 효과를 누릴 수 있으며, 매일 쿠폰을 발급받아 사용하면 7월 한 달간 11500원을 버는 셈이다. 7월 1일부터 선물한 500원 쿠폰은 매일 모두 소진되고 있다.

이마트24가 이처럼 야간 시간대 타임 마케팅을 진행하는 것은, 코로나19로 인해 집에서 즐거움을 찾는 홈류텐스족(외출하지 않고 집에서 즐거움을 찾는 사람들)이 늘어남에 따라 저녁 시간대에 독서, 영화감상 등 취미생활을 즐기는 고객이 증가하고 있기 때문이다. 신원선 기자

롯데푸드, 10cm 자이언트 만두 출시

‘의성마늘 자이언트 롤만두’

큼직한 음식들이 각광받고 있는 가운데 ‘자이언트’ 사이즈의 만두가 나왔다.

롯데푸드는 길이 10cm의 큼지막한 롤 모양으로 ‘의성마늘 자이언트 롤만두(사진)’를 출시했다고 6일 밝혔다.

의성마늘 자이언트 롤만두는 넓적한 형태로 넉넉한 사이즈의 만두 제품이다. 낱개의 길이가 10cm, 폭이 4cm로 롯데푸드의 또 다른 만두 제품인 ‘의성마늘 롤만두’보다 약 2배 크다.

원기둥 모양으로 윗면과 바닥면을 평평하게 해 뒤집어가며 굽기 편리하



다. 가열면적이 넓으니 속 재료의 깊은 맛을 끌어낼 수 있고, 도톰함에서 나오는 풍부한 식감을 즐길 수 있다. 윗부분이 뜨는 교자와 달리 빈틈없이 속을 꽂 채웠다. 만두 속에는 크게 썬 돼지고기와 생채소가 담겼다. 국내산 돼지고기를 10mm 각둑썰기로 썰어 넣어 육즙과 씹는 맛을 살렸다. /원은미 기자 silverbeauty@

토이저러스, 캐릭터 스낵 단독 출시

롯데마트가 운영하는 완구 카테고리 킬러 매장인 ‘토이저러스’는 지난 2019년 12월부터 게임 및 애니메이션 캐릭터를 활용한 다양한 캐릭터 스낵을 단독 출시하고 있다.

2019년 12월 ‘포켓몬’ 캐릭터와의 콜라보레이션을 진행, ‘포켓몬 스낵’을 출시해 2020년 6월 말 기준 총 10만봉지 판매를 기록했다.

이후 롯데제과의 ‘꼬깔콘, 칸초, 말랑카우’와 ‘헬로 카봇, 포켓몬스터’를



결합한 캐릭터 스낵을 단독 기획해 출시 1달 만에 총 5만봉을 판매했다. 신원선 기자