

롯데, 2030겨냥 역대급 물량 '해외명품' 쏟아

오늘부터 한달간 온오프 행사 롯데백 영등포·노원 등 5개점 TOPS팀 노하우로 소싱·판매 100라이브서 '라이브커머스'

롯데가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 상황에서 지속적으로 증가하는 명품 수요를 겨냥, 역대 최대의 명품 행사를 전개해 온·오프라인 고객 확보에 나선다.

코로나19 확산세로 하늘길이 막히면서 소비되지 못한 해외 명품들을 롯데가 확보해 역대급 물량을 푸는 것이다. 롯데쇼핑은 16일부터 11월 15일까지 역대 최대의 명품 브랜드 라인업으로 롯데온(ON)과 백화점·아울렛 주요 5개점에서 온·오프 명품대전 행사를 진행한다고 밝혔다. 오프라인 진행 점포는 롯데백화점 영등포점, 노원점과 아울렛 과주점, 광주 수완점, 김해점의 총 5개점이다. 롯데의 명품 행사가 주목받는 이유는 롯데의 이커머스 사이트인 롯데온에서도 행사를 연다는 데 있다. 여타 이커머스에서는 할 수 없는 명품 행사



롯데가 해외 명품 등에 입고 온·오프라인 고객 확보에 나선다. /롯데백화점

를 전개해 업계에 긴장시킨 것. 롯데온은 쿠팡, 이베이코리아, SSG닷컴에 비해 후발주자로 이커머스 업계에 뛰어 들었다. 오픈 초기에는 사이트 오류로 애를 먹기도 했다. 하지만, 최근 들어 다년간의 유통업력으로 명품 물량을 확보해 소비자의 니즈를 만족시키고 있는 것이다. 롯데백화점은 앞서 6월과 7월 오프라인에서 면세명품대전 행사를 진행하면서 큰 반향을 만들었다. 현 시국에서 해외여행을 가는 것은 현실적으로 어렵지만, 그럼에도 불구하고 면세점에서 합리적인 가격으로 해외명품을 구매하고자 하는 고객의 니즈를 적절

하게 파악하여 진행 당시 큰 이슈를 만들 수 있었다. 타 업체보다 한발 앞서 면세명품대전을 진행한 것은 롯데백화점에서 직접 상품을 소싱하고 판매, 운영하는 TOPS팀에서 축적한 노하우의 결과이다. 해외 명품브랜드의 스테디셀러 아이템을 선별하여 대규모 사전 매입을 한 결과로, 인기 아이템들이 결품 없이 행사장에 구비할 수 있었다. 롯데가 전개하는 이번 명품 행사는 6월에 진행한 면세명품대전과는 달리 온·오프라인에서 동시에 진행하며, 유통트렌드에 맞게 '라이브커머스'를 통해서도 만날 수 있다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

고메이 494, 판매 다각화 “마켓컬리서 PB 만나요”

갤러리아백, 외부 유통채널 첫 개시 아카마루 비프카레 등 4종 선보여



갤러리아 고메이 494 PB /갤러리아백화점

갤러리아백화점 프리미엄 식품 PB 브랜드인 '고메이 494'가 영토 확장에 나선다. 갤러리아백화점은 지난 8일부터 온라인 식품 배송업체인 '마켓컬리'를 통해 자사 PB 상품 판매에 나섰다. 갤러리아가 고메이 494 PB 상품을 자사 백화점과 갤러리아몰이 아닌 마켓컬리와 같은 외부 유통채널에서 판매하는 것은 처음이다. 갤러리아가 마켓컬리에서 선보이는 고메이494PB는 '도원 중화짜장'을 비롯해 총 4종. 가정에서 쉽게 조리할 수 있는 ▲재래구이 캔 김 ▲도원 중화짜장 ▲아카마루 비프카레 ▲인도식 치킨 마크니 카레 등이다. ▲재래구이 캔 김은 신안 임자도에서 난 원초로 만든 제품으로 맛과 품질로 고메이 494PB 중 최다 판매된 인기 상품이다. ▲ '도원 중화짜장'은 갤러리아와 44년 전통의 명문 중식당 '도원'의 수석 셰프가 공동 개발한 레시피

로 만든 제품으로 인기를 끌고 있다. ▲카레는 2종으로 '아카마루 비프카레'와 '인도식 치킨 마크니 카레'가 있다. '아카마루 비프카레'는 일본 가정식 전문점 아카마루의 노하우와 함께 부드러운 소고기로 깊은 맛을 낸 점이 특징이다. 갤러리아 관계자는 "고메이494 PB는 프리미엄 컨셉에 맞는 뛰어난 품질로 상품의 우수성을 인정받고 있다"며 "갤러리아는 고객들에게 호응도 높은 지속적인 상품 개발 및 외부 판매채널 확대에 주력하겠다"고 말했다. /신원선 기자

CJ제일제당 '슬기로운 食생활 캠페인' 진행

CJ제일제당이 유엔세계식량계획 및 비영리단체 굿윌스토어와 함께 '슬기로운 食생활 캠페인'을 진행한다고 15일 밝혔다. 16일 '세계 식량의 날'을 맞아 기획된 이 캠페인은 먹어도 전혀 지장이 없는 식품임에도 불구하고, 단지 유통기한 마감이란 이유로 버려지고 있는 현실에

대한 인식 개선을 목표로 하고 있다. 이를 통해 불필요한 식품 낭비를 줄여 경제적 손실을 줄일 수 있으며 나아가 환경 오염 방지에도 기여할 것으로 기대된다. 전문가들은 '소비기한'이 도입되면 연간 3000억원의 비용절감 효과가 있을 것으로 추산한다. /조효정 기자 princess@

롯데백 창립41주년 기념 '한정판 굿즈'

문구세트 등 4종 선착순 증정



창립 41주년 감사품 레트로 문구세트. /롯데백화점

롯데백화점이 창립 41주년 기념 한정판 굿즈를 선보인다. 오는 23일부터 본점, 잠실점 등 전국 롯데백화점에서 '창립 41주년 맞이 한정판 굿즈'를 구매 고객 대상으로 선착순 증정한다. 롯데백화점은 41년 동안 한결같은 애정을 보내준 고객들에게 보답하고자 이번 굿즈를 기획했다. 종류는 유패함과 즐거움을 주는 레트로 문구세트 2종, 하루의 피로를 풀어주는 욕실에서 사용하는 호텔 바스 어메니티 2종으로 총 4가지다. 우선, 레트로 문구세트 굿즈는 롯데제과와의 콜라보레이션을 통해 주시 후레쉬, 스피아민트, 후레쉬민트점 3

종의 옛 디자인을 활용한 '볼펜 5종+틴케이스' 세트와 '노트 플래너' 세트로 구성했다. 최근 트렌드인 레트로 감성을 담아 중·장년층 고객들에게는 추억의 향수를, 밀레니얼 세대들에게는 재미와 즐거움을 줄 것으로 기대된다. /신원선 기자

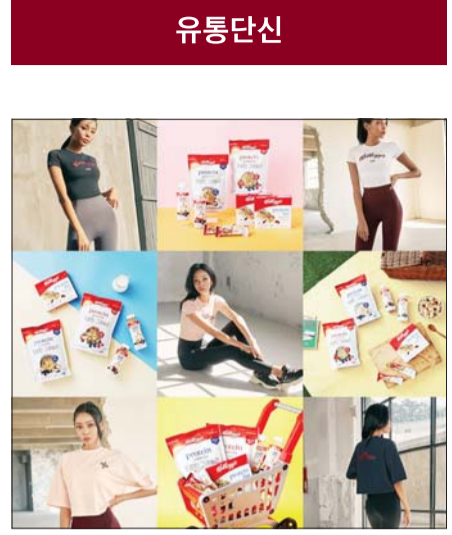
신세계백, 아우터 최대 80% 할인행사

온·오프 동시 100여개 브랜드 참여



고객이 신세계백화점에서 아우터를 쇼핑하는 모습. /신세계백화점

갑자기 쌀쌀해진 날씨에 외투를 찾는 사람들이 늘었다. 실제로 신세계백화점의 의류 장르 매출은 신장세를 보이고 있다. 추석 연휴 전까지만 해도 따뜻한 날씨였지만, 급격히 쌀쌀해진 날씨 탓에 외투를 찾는 고객들이 늘고 있는 것이다. 신세계백화점은 오는 16일부터 SSG닷컴과 함께 온·오프라인 동시에 최대 80% 할인하는 '아우터 페어'를 열고 관련 수요를 선점한다는 계획이다. 이번 행사는 남성, 여성, 아동을 비롯 스포츠, 아웃도어, 프리미엄 패딩까지 100여개 브랜드에서 500억 규모의 물량을 선보인다. /신원선 기자



농심켈로그-쩍시믹스 프로틴믹스 컬래버 진행

농심켈로그가 쩍시믹스와 손잡고 본격적인 프로틴 시장 공략에 나선다고 15일 밝혔다. 농심켈로그의 프로틴 라인업이 쩍시믹스와 함께 '프로틴믹스' 콜라보레이션 캠페인을 진행하고 요가복을 한정 수량 출시한다. 농심켈로그와 쩍시믹스는 이번 협업을 통해 크롭티(3종), 박스티(2종), 레깅스(3종), 양말 등 총 9가지의 켈로그X쩍시믹스 요가복을 한정 수량으로 선보인다. /조효정 기자

설빙 '스윗캔디 구슬설빙'

'설빙'이 기존 구슬설빙보다 업그레이드한 신매뉴 '스윗 캔디구슬설빙' 출시한다고 15일 밝혔다. 올 가을 새로이 선보이는 구슬설빙은 머랭쿠키·시리얼 등 새로운 토핑을 추가해 구슬 아이스크림을 더욱 풍성하게 구성한 것이 특징이다. 특히, 미니멜츠 구슬 아이스크림을 두개 층으로 나눠 눈꽃 얼음과 샌드 형식으로 배치하면서 몽글몽글한 솜사탕 맛을 한층 업그레이드했다. /조효정 기자

뚜레쥬르 가을 신제품 4종 출시

CJ푸드빌이 운영하는 베이커리 뚜레쥬르가 가을 신제품 4종을 선보인다고 15일 밝혔다. 이번에 출시하는 신제품은 얼그레이·커피 등 가을에 어울리는 향긋한 재료를 활용하거나, 레트로 감성의 누룽지를 재해석해 재미와 맛을 동시에 잡은 것이 특징이다. '알알이카라멜 마끼아또'는 달콤한 카라멜 마끼아또의 맛을 빵으로 즐길 수 있는 제품이다. /조효정 기자

