

옷·SW는 물론 데이터·적금도 판매... 없는게 없는 편의점

세븐일레븐-남영비비안 협업
경량패딩조끼·넥워머 등 준비
GS25-훗스퍼, FC 라이선스 체결
토틸넘 로고디자인 패딩조끼 2종
CU, 국내 첫 '오피스 프로그램'
재택 보편화에 한컴오피스 출시



한컴 오피스 2020



/BGF리테일 플리스 조끼

한카드와 손잡고 업계 최초 유통과 카드 데이터를 결합한 데이터 관련 수익 모델 발굴에 나섰다.

GS리테일의 판매 데이터와 통합 회원 수 2400만명의 신한카드 데이터를 바탕으로 유통과카드 데이터를 결합한 사업을 전개하는 것이다. 해당 콘텐츠를 상품화하고, 한국데이터거래소(KDX)를 통해 소비자 제조업체, 광고 관련 기업, 공공기관 등에 판매한다.

적금 상품도 판매한다. GS리테일은 SC제일은행과 손잡고 '퍼스트가계적금' 상품을 내놨다. 기본 금리는 연 1.0%, 매월 불입 금액은 10만원 이상인 6개월 만기 상품이다. 해당 상품은 GS리테일의 전용 앱 '더딤'을 통해 가입할 수 있으며, 유통사의 앱을 통해 적금 상품을 비대면으로 가입할 수 있는 것이 이 상품이 처음이다.

업계 관계자는 "금융사와 제휴해 새로운 수익모델을 발굴하는 작업은 꾸준히 확대할 것으로 보인다"며 "가맹점 수익을 높일 수 있는 차별화 상품과 서비스를 지속해서 선보일 것"이라고 설명했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

'고객이 원하면 뭐든지 다 판다'
패딩 조끼부터 빅데이터까지 편의점이 생활밀착형 플랫폼으로 거듭나면서 다양한 이색 상품을 판매하고 있다.

먼저, 편의점 업계는 지난해 기대 이상의 판매 실적을 거둔 패딩 조끼 등 방한 용품을 올해도 판매한다.

세븐일레븐은 지난해 남영비비안과 협업해 업계 최초로 선보인 경량 패딩 조끼를 재출시한다. 또 올해 인기 소재인 플리스로 제작한 조끼도 한정 판매하며, 방한용 마스크, 넥워머, 접이식 귀마개 등 겨울 방한용품도 함께 선보인다. 급격히 추워진 날씨에 방한상품을 찾는 소비자를 위함이다.

GS25는 손흥민 선수의 소속팀 토트

넘 훗스퍼 FC와 정식 라이선스를 체결하고 토틸넘 브랜드 로고 디자인을 넣은 패딩 조끼 2종을 판매한다. 100% 오리털 충전재를 사용해 가벼우면서도 따뜻하고, 옷을 넣어 보관할 수 있는 주머니가 따로 있어 휴대도 편리하다고 GS25는 설명했다.

국내 골프 브랜드 볼빅과 손잡고 넥워머, 방한 장갑, 핫팩도 출시한다.

CU는 국내 최초로 오피스 프로그램을 실물 상품으로 출시했다. 올해 코로나19로 집에서 업무, 학습, 강의 등 재

택생활이 보편화되자 관련 프로그램에 대한 수요가 높아졌다. 이에 CU는 '한컴오피스 2020'을 선보였다. 시리얼 넘버라 불리는 제품 번호가 들어간 기프트카드 형태의 제품이다.

해당 제품은 가정 및 학생용으로 1년 사용권이며 한글, 한워드, 한쇼, 한셀, 한PDF 등의 다양한 문서 프로그램을 이용할 수 있다.

업계 관계자는 "편의점에서 다양한 상품을 찾는 수요가 늘어나는 추세인 만큼 상품 다각화에 주력하고 있다"고

설명했다.

최근에는 소비자들에게 상품을 판매하며 쌓은 빅데이터를 활용해 수익을 창출하고 있다. 대표적으로 CU와 GS25가 있다. 편의점 CU를 운영하는 BGF리테일은 금융보안원과 협약을 맺고, 수집된 편의점 빅데이터를 금융데이터 거래소에 판매하고 있다. 소비 수요를 심층적으로 파악해 고효율의 편의점 운영 전략을 수립하고 차별화된 금융 상품을 개발할 수 있다.

GS리테일은 카드업계 취급고 1위 신

롯데백, 창립 41주년... 침구·아우터 행사

내일부터 '쇼핑의 모든 것' 테마
150억 규모 '홈퍼니싱 워크' 진행



롯데백화점 창립 41주년 /롯데쇼핑

롯데백화점이 창립 41주년을 맞아 대대적인 행사를 전개한다.

롯데백화점은 오는 23일부터 11월 8일까지 17일 동안 '쇼핑의 모든 것(All That Shopping)'을 테마로 다양한 행사를 진행한다. 코로나19의 상황을 고려해 많은 인원이 몰리는 집객성 이벤트 대신 올해 초부터 준비한 특별 상품 행사 및 혜택을 강화한 사은 행사에 집중했다.

우선, 41주년 창립 행사를 위해 올해 초부터 준비한 기획 상품을 다양하게 선보인다. 특히, 코로나로 외부 활동이 제한되면서 이슈로 떠오른 집콕 트렌드에 적합한 150억원 규모의 '홈퍼니싱 위

클, 노비스, 파라점퍼스, 듀베티카 총 4개 브랜드가 참여, 단독 상품의 물량을 전년보다 2배 가량 늘린 프리미엄 패딩 행사가 눈에 띈다.

또한, 롯데백화점 의류 PB 브랜드 '유닛'에서는 올해 처음으로 캐시미어 블렌디드 코트를 선보인다.

온라인몰인 롯데온에서는 창립 41주년을 기념해 롯데백화점, 롯데마트, 롯데슈퍼 등 롯데 유통 계열사 7개가 참여하는 2조원 규모의 행사인 '롯데온세상'이 11월 1일까지 진행된다.

롯데백화점 현종혁 고객경험부문장은 "창립 행사는 롯데백화점 직원들이 1년 동안 공을 들여 준비한 결과물"이라며, "지난 41년 동안 지속적인 사랑과 성원을 보내주신 고객님들께 보답하고자 준비했으니 많은 관심 부탁드립니다"고 말했다.

/신원선 기자



홈플러스 '해피 할러윈 대축제'

홈플러스가 31일까지 '해피 할러윈 대축제'를 진행한다고 21일 밝혔다. 모델들이 홈플러스에서 '해피 할러윈 대축제'를 홍보하고 있다.

/홈플러스

과일 넣어 달콤한 양반 식혜·수정과

동원F&B, 배·쌀·꽃감 등 사용

동원F&B가 배로 만든 전통 한식 음료 '양반 식혜'와 '양반 수정과'를 21일 출시했다.

'양반 식혜', '양반 수정과(사진)'는 과일을 넣어 달콤한 맛을 내는 전통 방식 그대로 재현한 한식 음료다. 여기에 토종 배와 이천 쌀, 영동 꽃감 등 국내산 원재료를 사용해 한식 고유의 맛을 더했다.

'양반 식혜'는 국내산 토종 배를 넣고 만든 경기도 남부 지방 전통의 배식혜이며, 엄선한 이천산 쌀밥을 곁들여 넣어 뒷맛이 깔끔하고 영양이 그대로 담겨 있다. '양반 수정과'는 계피와 생



강의 매운 맛은 줄이고 국내산 토종 배와 영동산 꽃감을 넣어 달콤하면서도 부드럽다.

'양반 식혜'와 '양반 수정과'는 동원 그룹의 무균충전 공법으로 만들어 더욱 안전하고 재료 본연의 맛이 살아있다. 무균충전 공법은 외부 균의 침입이 불가능한 무균설비에서 살균한 음료를 페트에 담은 공법을 적용했다.

/조효정 기자

대상 청정원 보양간편식 3종 출시

대상 청정원이 흡밥 간편식 브랜드 '일상가정식'을 통해 보양간편식 신제품 3종(사진)을 출시했다고 21일 밝혔다. 새롭게 선보인 제품은 보양식으로 손꼽히는 ▲나주곰탕 ▲얼큰양곱탕 ▲장어탕 등 3종으로, 재료 손질과 조리 과정이 번거로워 주로 외식으로 접하던 국물요리를 집에서 간편하게 즐길 수 있게 했다.

/조효정 기자



신세계백, 홈콕족 위한 요리강좌 차별화

'쿠킹&베이킹' 강좌 등 선보여

늘어나는 홈콕족이 백화점 문화센터 트렌드도 바꾸고 있다.

최근 집에서 머무는 시간이 길어지며 직접 요리를 하는 '홈콕족'이 많아졌다. 신세계 아카데미는 이러한 라이프스타일 변화를 반영해 생활요리 전문강사가 직접 강의하는 '신세계 쿠킹 & 베이킹' 강좌를 선보인다. 특히 아이들과 함께 요리하는 강좌는 지난 학기보다 20% 더 늘었다.

코로나19 여파로 홈콕에 대한 열기가 뜨거워진 추세다. 2030 젊은 세대들까지 홈베이킹 관련 정보를 공유하는 등 현재 인스타그램에서는 '베이킹' 해시태그(#)를 단 게시글이 164만개에 달한다.

이에 신세계 아카데미는 전문강사가 직접 한식, 양식, 중식 등 레시피와 노하우를 알려주는 아카데미 쿠킹·베이킹 강좌를 신설했다.

우선 11월 4일부터 11월 25일까지 강남점에서는 박경신 한국식생활개발연구원 이사장 '가을철 입맛 잡는 요리'

강좌를 알려준다. 순두부찌개, 코다리양념구이, 달래 굴 파전 등 대표 한식 레시피를 소개한다.

11월 12일 본점에서는 디벨라 이태리 요리 강사가 진행하는 '고풍격 파스타 디벨라' 강좌가 열린다. 고풍격 파스타인 푸타네스카베르미첼리, 열무오레끼에떼 파스타 만드는 법을 알려주는 수업이다.

또한 르 꼬르동블루 제과 과정 수석 졸업한 조성연 셰프가 진행하는 '식사대용 브레드 베이직' 강좌도 11월 3일 강남점에서 만날 수 있다. 부드러운 생크림 식빵부터 쫄깃하고 달콤한 호텔식빵까지 베이킹에 대한 레시피를 직접 전수할 예정이다. 이외에도 순 우유 쌀 롤케이크, 캐러멜 바나나보통 케이크 등 아이들과 함께 간식으로 만들어 먹을 수 있는 요리 강좌를 선보인다.

홈메이드 쿠킹에 대한 인기가 늘어나면서 관련 상품 매출이 늘기도 했다. 전기오븐과 인덕션 등 베이킹 관련 전자제품 매출은 올해 1월부터 9월까지 20.8% 올랐다.

/신원선 기자