

연중 날짜선택·랜선관람... 코로나시대 즐기로운 여행생활

인터파크투어
홈쇼핑서 사전예약 여행상품 판매
11번가 해외여행 재개 이후 상품기획
티몬 최저가 제주여행 프로젝트
CGV 스크린으로 해외여행지 투어



보라카이 화이트비치

/인터파크투어

1년 넘게 장기화되고 있는 코로나19 사태에 여행에 대한 욕구도 커지고 있다. 유통업계는 포스트 코로나를 염두에 두고 해외여행 상품을 판매하는가 하면 늘어난 국내 여행 수요에 맞춰 관련 항공·숙박 상품을 내놓고 있다.

인터파크투어는 지난달부터 TV 홈쇼핑을 통해 해외 여행 상품을 선보이고 있다.

지난달 코로나19사태 이후 처음으로 판매한 20만 원대의 베트남 다낭·푸꾸옥 호텔 및 리조트 숙박 상품은 매출 15억 원을 기록했으며, 이달 21일 롯데홈쇼핑을 통해 55분간 판매 진행한 보라카이·보홀 리조트 상품은 사전 예약을 포함해 14억 원을 달성했다.

판매한 상품은 공식적으로 해외여행이 가능해지는 시점(양국 간 자가격리 해제 후)부터 1년간 이용 가능한 것이 특징이다. 방송 후 한달 내 100% 환불 및 타인 양도 가능하며, 국내 호텔 숙박

권으로도 변경 가능해 해외를 가지 않더라도 사용할 수 있는 장점이 있다. 안전과 방역수칙 준수를 최우선으로 고려했을 뿐만 아니라 실질적으로 이용 가능한 상품 구성과 조건으로 기획했다.

인터파크투어 측은 "코로나19 극복 시 해외여행 수요가 붓물처럼 터져 나올 것이라는 기대감이 다시금 입증되는 대목"이라고 말했다.

코로나19 백신 접종이 곧 시작됨에 따라 업계는 발빠르게 여행 상품들도 기획·판매하고 있다.

커머스포털 11번가의 경우 얼리버드로 해외호텔 바우처를 꾸준히 판매하고

있다. 또 해외 여행 재개 이후 여행 수요를 겨냥해 상품을 기획중이기도 하다.

해외 여행에 대한 갈증을 국내 여행으로 해소하려는 움직임도 포착됐다.

앞서 CJ오쇼핑은 설 연휴 동안 '제주 신화월드 숙박권', '그랜드 하얏트 제주 숙박권'을 판매했으며 판매 방송에는 수천명의 고객이 몰렸다.

'제주신화월드 숙박권' 판매 방송은 약 2000명의 고객 주문이 몰렸고, '그랜드 하얏트 제주 숙박권' 판매 방송에는 한시간동안 5000명 이상 고객이 주문할 정도로 호응이 높았다.

티몬의 국내 항공권 예약현황 또한



티몬x선민투어 프로모션

/티몬

이를 반증한다.

23일 타임커머스 티몬에 따르면, 올 2월 들어 티몬에서 판매된 국내 항공권 티켓 예약건(2월1~20일까지의 판매분)을 분석한 결과 3월에 출발하는 티켓의 경우 전달 판매됐던 예약분 대비 650%, 4월 출발의 경우 744%, 5월 출발 티켓은 무려 1308%가 각각 증가했다.

봄 여행 계획을 잡으려는 고객들이 항공권 예약을 먼저 서두르는 것으로 보인다.

티몬 실시간항공 예약사이트에서는 현재(22일) 기준 3월 부산에서 출발하는 제주행 티켓은 최저가 1만300원부터 시작되며, 김포 출발편의 경우 제주 편도 티켓을 1만2000원부터 구매할 수 있

다. 또한 '제주여행 프로젝트'를 함께 진행하며 해당 여행 상품을 구매하는 고객들을 위한 전용 5% 할인 쿠폰도 지급하고 있다.

업계 관계자는 "봄 여행을 계획하는 사람들이 늘면서 3,4,5월의 항공권 예약이 지난달보다 크게 늘었다"며 "해외 여행을 가지 못하는 상황에서 국내 비행에 많은 관심을 보이는 것 같다"고 전했다.

한편, 현 시국 맞춤형 랜선투어 상품도 있다.

CGV는 가이드라이브, 마이리얼트립과 손잡고 업계 최초로 'Live 랜선 투어'를 진행한다. 'Live 랜선 투어'는 극장의 큰 스크린으로 해외 여행지의 현장을 생생하게 관람하며, 검증된 현지 최고 가이드의 흥미진진한 이야기와 실시간 채팅이 더해져 마치 직접 여행을 떠난 듯한 기분을 만끽할 수 있는 프로그램이다.

오는 28일 오후 7시, CGV강남에서 첫 선을 보이며, 프로그램은 '홍콩 백만불 야경 투어'다. 홍콩 100 트래블 현지 가이드 팀 소속 '홍콩신장' 신용훈 가이드를 따라 약 90분간 알차게 홍콩의 밤을 돌아볼 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

CJ올리브영, '보타닉힐 보' 리뉴얼

'바이오힐 보' 론칭... 스킨케어 전문성 강화

과학적 솔루션 직관적으로 표현
28일까지 온라인몰서 할인 프로모션

CJ올리브영이 자체 브랜드(PB) 리뉴얼을 통해 스킨케어 전문성 강화에 박차를 가한다.

CJ올리브영은 고기능성 안티에이징 더마 스킨케어 브랜드 '바이오힐 보(BIOHEAL BOH)'를 공식 론칭한다고 23일 밝혔다. 지난 2013년부터 운영해 온 '보타닉힐 보'를 7년여 만에 새 단장한 것이다.

'보타닉힐 보'는 올리브영 1위 탄력 크림, 시카 장벽 크림 등 히트 제품을 다수 배출하는 한편, 지난해 스킨케어 카테고리 매출 1위를 기록한 올리브영 대표 스킨케어 브랜드다.

젊은 세대 사이에서 피부 건강 관리에 대한 관심과 중요성이 확대되는 가운데, 올리브영은 이번 '바이오힐 보' 리뉴얼과 함께 합리적인 가격대의 고기능성 스킨케어 시장을 공략할 방침이다.



올리브영 자체 스킨케어 브랜드 '바이오힐 보(BIOHEAL BOH)' 대표 이미지 /CJ올리브영

이에 '바이오힐 보'는 성분 전문성을 한층 업그레이드한 브랜드로 재탄생했다. 브랜드 명은 식물 유래 성분을 뜻하는 '보타닉' 대신, 보다 과학적인 솔루션을 직관적으로 보여줄 수 있는 '바이오'로 변경했다. 생물학과 피부 과학을 결합한 '바이오 더마톨로지(Bio-dermatology)'에 기반해 더욱 전문적인 스킨케어를 제안하는 브랜드로 도약한다는 포부다.

또 탄력케어를 위한 '프로바이옴'부터 피부 장벽 강화를 돕는 '판테놀', 피부 수분과 톤 관리를 위한 '비타민'까지 올리브영 핵심 타깃인 2030 세대에 게 각광받는 3대 대표 성분을 중심으로 상품군을 재편하고, 과학 기술을 접목한 독점 특허 성분을 개발해 제품 효능을 더욱 개선한 것도 특징이다.

올리브영은 오는 3월 1일부터 본격적으로 전국 매장과 공식 온라인몰에서 '바이오힐 보' 대표 제품인 '프로바이옴 리프팅 크림'을 비롯한 15개 제품을 새로운 패키지 디자인과 함께 선보인다.

아울러 '바이오힐 보' 새 단장을 기념해 오는 2월 28일까지 공식 온라인몰에서 선론칭 프로모션을 펼친다. 온라인몰을 통해 '바이오힐 보' 주요 제품을 최대 40% 할인하고, '프로바이옴 리프팅 크림 더블 기획세트' 구매 고객에게 '시카 판테놀 블레미쉬 클렌저 150ml'를 소진 시까지 증정한다. /신원선 기자

이마트·SSG닷컴, 봄맞이 골프 대전

상품권 증정·페이백 제공 등 혜택

이마트는 최근 MZ세대와 여성 입문자가 늘며 골프 인구가 증가하고 있는 것에 착안해 봄맞이 골프 대전을 연다.

이마트에 따르면, 골프용품 매출은 지난해 2019년 대비 5% 이상 증가했고, 올해 1월부터 2월 21일까지 전년 동

기간 대비 매출 신장율 역시 23.6%로 두드러지는 실적이다.

이에 이마트와 SSG닷컴은 오는 2월 25일부터 3월 10일까지 봄맞이 골프 대전을 열고 연중 최대 프로모션을 펼친다. 전년 대비 행사 물량은 20%가량 늘렸으며, 준비 물량 소진 시 행사는 자동 종료 된다.

이마트는 오프라인 매장에 입점한 38개의 골프샵에서 골프 클럽과 용품을 행사카드로 50/100/150/200만원 구매 시 신세계 상품권을 각 5/10/15/20만원 증정한다. 또한, SSG닷컴에서 판매하는 골프상품 중, 이마트 점포를 통해 배송되는 썬베송, 태백 배송상품에 대해서는 10% SSG머니 페이백 행사가 동시에 진행된다. 50/100/150/200만원 구매 시 각 5/10/15/20만원 SSG머니를 추후 적립해준다. /신원선 기자



BGF그룹이 23일 서울 삼성동 BGF 사옥에서 ESG 경영위원회 출범식을 갖고 이건준(오른쪽에서 다섯 번째), 홍정국(오른쪽에서 네 번째) 공동 위원장과 전담 리더들이 기념 촬영을 하고 있다. /BGF그룹

BGF그룹, ESG 경영위원회 출범

환경, 사회 등 영역별로 전담 조직 구성

BGF그룹이 미래 지속가능한 성장 기반을 마련하고 기업의 사회·경제적 책임을 다하기 위해 ESG 경영위원회를 공식 출범하고 ESG 경영을 가속화한다.

BGF그룹은 23일 서울 삼성동 BGF 사옥에서 ESG 경영위원회 출범식을 갖고 위원회 조직과 함께 전담조직을 신설, 각 영역별 위원과 전담 리더 등을 임명했다.

BGF 홍정국 대표와 BGF리테일 이건준 대표가 ESG 경영위원회 공동 위원장을 맡았고 이하 전략, 환경, 사회 각 영역별로 전담 조직을 구성했다. 외부 자문그룹에는 이병욱 세종대 공공정책대학원 교수 등이 초빙됐다.

향후 위원회는 그룹 차원의 중장기 ESG 경영 목표 및 전략을 수립하고 ESG 글로벌 가이드라인을 바탕으로 비즈니스 밸류 체인 내 환경과 사회 각 영역별 이슈를 면밀히 파악해 구체적인 실행 로드맵을 구축, 본격 실행에 나선다.

BGF그룹은 지난 2020년 ESG 평가

에서 BGF리테일이 업계에서 가장 높은 성적인 종합 A등급을 받으며 가시적 성과를 거둔 만큼 올해 한 단계 더 발전된 변화를 모색하고 있다. ▲친환경 봉투 전면 도입 ▲PB상품 재활용 등급 표기 ▲무(無)라벨 생수 개발 ▲친환경 용기 적용 확대 ▲점포 3L 캠페인 시행 등 다양한 친환경 활동을 펼치고 있으며 지난해 업계 최초로 국제표준 환경경영 시스템 ISO 14001 인증을 취득했다.

올해는 ▲온실가스 인벤토리 구축 및 저감 활동 ▲점포 및 물류센터 신재생 에너지 설비 적용 ▲녹색 구매 및 공정 무역 실천 ▲환경친화적 소재 전환 확대 등 전방위에 걸친 친환경 정책을 펼칠 예정이다.

BGF그룹 이건준 ESG 경영위원장은 "좋은 친구 같은 기업이라는 BGF의 아이덴티티에 맞게 회사의 내실 있는 성장은 물론, 국민의 삶과 국가 발전을 위한 ESG 경영을 적극 추진할 것"이라며 "부족한 부분은 채우고 강점은 더욱 극대화해 우리 사회에 실질적인 효익을 창출하는 ESG 선도 기업으로 도약할 것"이라고 말했다. /신원선 기자