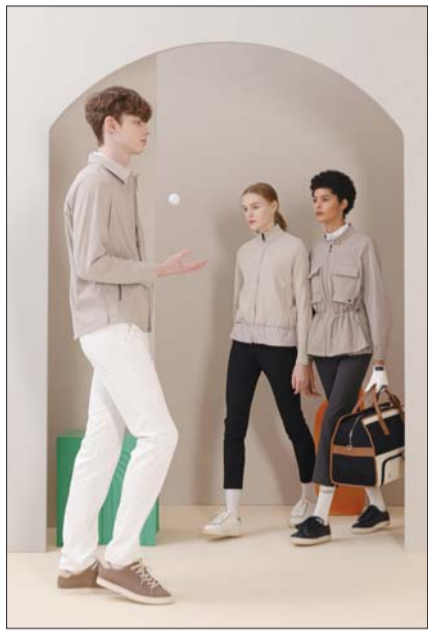


# 돌아온 골프의 계절... 더 젊고 세련되게 '나이스 샷'

유통업계, 골프웨어·용품 행사  
롯데백 잠실점 브랜드 특가 할인  
다스골프 봄·여름 신상 컬렉션 출시



다스골프의 2021 S/S 컬렉션 화보 이미지. LF

골프 시즌이 본격화하는 3월을 앞두고 유통업계가 골프웨어·용품 구매 고객들을 위한 대규모 할인 행사와 이벤트를 연다. 뿐만 아니라 늘어난 골프 유입 인구를 사로잡을 세련된 콘셉트의 봄여름 컬렉션도 내놓고 있다.

코로나19로 인해 실내스포츠활동이 감소하면서 지난해 국내 골프 인구 수는 전년 동기 대비 약 46만명 늘어난 515만명으로 추정되며 연간 골프장 이용객수는 약 4000만명에 육박했다. 해외여행길이 막혀 골프, 등산 등 레저 활동을 택하는 이들이 생겨나고, 골프들도 클럽 등 장비 교체에 여윌돈을 투자하기 때문으로 분석된다.

이에 따라 롯데백화점 잠실점은 오는 28일까지 'No.1 골프 페어' 행사를 열고, S/S 골프 신상품 구매 고객들을 향

한 프로모션을 준비했다. 국내외 골프 브랜드를 27개 보유하고 있는 롯데백화점 골프 매출 1위 점포답게 올해는 총 50억 물량의 행사를 전개한다.

먼저 8층 행사장에서는 19개 브랜드가 참여한 할인 행사를 마련했다. 보그

너, 블랙앤화이트, 엠유스포츠 등 해외 직수입 브랜드 골프웨어를 최대 40~60% 할인 판매한다.

슈퍼리어, 핑, 캘러웨이 등 국내 유명 브랜드 및 라이선스 브랜드의 의류 상품도 40%에서 80% 할인한다. 나이키 골프, 아디다스골프 등의 인기 골프화는 최대 60% 저렴하다. 대표 품목으로는 블랙앤화이트 티셔츠 18만원, 보그너 점퍼 37만800원, 나이키골프 골프화 10만9000원 등이 있다.

또한 골프용품은 테일러메이드, 캘러웨이, 쟁시오 등의 인기 상품들을 10%까지 할인하고, 프리미엄 골프용품 브랜드 마제스티는 별도 부스를 운영해 20년 프레스티지 모델도 다양한 특가로 내놓는다.

사은행사도 진행한다. 잠실점 6층에 입점된 골프 단일 매장에서 30/60/100만원 이상 구매 시 브랜드에 따라 구매금액 10% 상당의 롯데 상품권 또는 5% 상당 L.POINT를 증정한다. 또한 AK골프에서 골프용품을 100만원 이상 구

매하면 구매금액의 5% 상당 롯데 상품권을 준다.

김재범 롯데백화점 잠실점장은 "본격 라운딩 시즌을 맞이하며 골프웨어 및 용품을 미리 준비하는 고객들에게 합리적인 가격의 상품을 제공하기 위해 사전 물량 확보에 힘썼다"며 "예전보다 다양해진 골프 구매 수요를 충족시키고자 잠실점에 입점된 골프 전 브랜드가 참여하는 만큼 연령이나 성별에 관계없이 골프를 즐기는 모든 고객들에게 좋은 쇼핑 기회가 될 것"이라고 전했다.

한편, LF의 브리티시 프리미엄 골프웨어 다스골프는 젊고 세련된 콘셉트로 변신한 2021년 봄·여름 컬렉션을 출시한다.

다스골프는 이번 시즌, 온라인 채널에서 소비 활동이 잦은 젊은 층을 대상으로 '퍼펙트 온 미, 퍼펙트 온 위'라는 브랜드 슬로건을 내세운다. '나와 우리를 위해 선택하는 프리미엄 브랜드'라는 메시지를 통해 기존 중장년층 선물

용 브랜드라는 이미지를 넘어 MZ세대 고객층을 상대로 언제 어디서나 즐길 수 있는 프리미엄 골프웨어라는 인식을 각인시킬 계획이다.

다스골프는 올해 S/S 컬렉션에 브랜드 슬로건을 고스란히 반영했다. 신축성과 착용감이 우수한 유럽 수입 소재를 적극 사용해 스윙 시 필요한 다양한 기능을 탑재했고, 톤 다운된 색상을 활용해 고급스러우면서 스타일리시한 느낌을 강조한다. 또 로고리스 디자인을 적용한 아이템도 대거 선보여 자연스러운 멋을 추구하는 영 골퍼를 만족시킨다는 전략이다.

다스골프는 이번 컬렉션 출시를 기념해 내달 14일까지 카카오톡 메신저를 통해 '다스골프봇'을 카카오프러스친구로 등록하는 고객들에게 구매 금액별로 LF몰이나 전국 브랜드 매장에서 사용 가능한 할인 쿠폰을 선사한다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr



# 빙그레, 친환경 활동 앞장... "소비자에 신뢰받는 기업으로"

환경부 주관 '고고챌린지' 참여  
'바나나맛우유' 친환경 캠페인  
주요 제품 용기·포장지 개선



빙그레 단지세탁기. 빙그레는 온라인 상에서는 용기를 소비자가 직접 씻어서 분리배출하는 '단지 손세탁 챌린지'를 실시했다.

최근 단순한 소비를 넘어 '가치 소비' 추구하는 트렌드 속에서 빙그레가 친환경 활동에 적극적으로 앞장서고 있다.

24일 빙그레에 따르면 이 회사는 최근 환경부가 주관한 탈플라스틱 캠페인 '고고챌린지'에 참여했다. '고고챌린지'는 생활 속 플라스틱을 줄이기 위해 해야 할 일과 하지 말아야 할 일 한가지씩을 약속하고 다음주자를 지목하는 친환경 캠페인이다.

빙그레는 작년에 함께 캠페인을 진행했던 테라사이클로부터 지목을 받아 공식 인스타그램의 빙그레우스가 캠페인에 참여했으며, 한번만 쓰고 버리지 않기와 재활용으로 다시 한번 사용할 것을 약속했다. 다음 주자로는 김해시청과 BGF에코바이오를 지목했다.

빙그레의 대표 제품 바나나맛우유를 활용한 친환경 캠페인 '지구를 지켜 바

나나'도 실시했다. 바나나맛우유 공병의 재활용률을 높이기 위한 가장 기본 단계인 '씻어서 분리배출 하자'라는 메시지를 젊은 세대들에게 재미있게 전달하기 위해 '바나나맛우유 전용 세탁기'를 개발하고, 이를 소비자들이 직접 체험할 수 있게 오프라인 체험관 '단지 세탁소'도 운영한 캠페인이다.

온라인 상에서는 용기를 소비자가 직

접 씻어서 분리배출하는 '단지 손세탁 챌린지'도 함께 실시했다.

지난해에는 여름 스테디셀러 아이스크림 브랜드 더위사냥을 활용하여 환경부와 한국기후환경네트워크가 실시하는 폭염기 친환경 캠페인에 참여했다. 빙그레 더위사냥은 일반적으로 아이스크림 제품이 플라스틱이나 필름을 포장재로 사용하는 것과 달리 친환경 소재

인 종이를 사용하고 있다.

또한 친환경 인쇄 방식인 플렉소인쇄를 적용해 기존의 그라비아 인쇄 방식에 비해 잔류 용제를 대폭 줄였다. 이런 더위사냥의 친환경적 요소들과 결합해 '저탄소 친환경 생활로 지구온도 낮추자'란 캠페인 문구를 새겨 넣은 특별 패키지 제품을 선보였다. 더위사냥 스페셜 패키지 제품의 수익금 중 일부는 폭염 취약 계층을 지원하는 사업에 지원됐다.

빙그레는 이산화탄소 배출량 저감을 위해 자사 주요 제품의 용기와 포장지도 개선했다. 동종 업계 최초로 요플레 컵에 탄산칼슘을 혼합하여 플라스틱 사용량을 줄이고, 바나나맛우유 용기에 리사이클링 플라스틱을 35%(약 1890톤) 사용했다. 또한 꽃게랑 과자 봉지 규격을 축소하고, 닥터캡슐 병을 PET 재질에서 상대적으로 이산화탄소 배출량이 적고 라벨과 동일한 PS 재질로 개선하여 플라스틱 사용량을 연간 약 42톤 절감하고 재활용률을 높였다.

/조효정 기자 princess@

KT&G  
'핏 아이시스트' 전국 출시

KT&G가 쉐어링 전자담배 '필 솔리드 2.0'의 전용스티커인 '핏 아이시스트(사진)'를 24일 전국에 동시 출시한다.

'핏 아이시스트'는 앞서 출시된 '핏(Fiit)' 제품들보다 강한 시원함을 느낄 수 있는 부스트 타입 제품으로, 흡연 중 더욱 강력해지는 맛의 변화를 경험할 수 있는 것이 특징이다.

신제품 '핏 아이시스트'의 판매 가격은 1갑당 4500원이며, 이번 신제품 출시로 전용스티커 '핏'의 제품군은 총 10종으로 확대됐다. 이번 신제품은 전국 편의점 4만6000여 개소를 비롯해 플래그십 스토어인 '필 미니멀리즘' 8개소, 인천공항 면세점과 제주 면세점에서 동시 출시된다.

/조효정 기자

KGC인삼공사  
신학기 고객 감사 프로모션

KGC인삼공사가 다가오는 신학기를 맞아 다양한 프로모션을 3월 14일까지 진행한다.

'7천명 손다' 이벤트는 정관장 매장에서 5만원이상 구매한 모든 고객을 대상으로 추첨을 통해 7000명을 선정하고 '홍이장군 키즈랩 프로바이오틱스(2개월분)'를 증정한다.

'신학기 프로모션'은 ▲홍이장군 키즈랩 프로바이오틱스 ▲홍이장군 1~3 단계를 구매한 고객에게는 '홍이장군 키즈랩 프로바이오틱스 5포' ▲아이패스 J.M.H를 구매한 고객에게는 '알파 프로젝트 수면건강 5일분'을 제공한다. 또한, ▲홍삼정 ▲에브리타임 ▲홍삼تون칭 ▲화애락 ▲천녹 ▲알파프로젝트 ▲굿베이스 에센셜케어 등 정관장 대표제품에 대한 구매 혜택도 마련되었다.

/조효정 기자

## 11번가, 스토어 마케팅 서비스 개시

판매자가 고객에 할인쿠폰 제공

11번가가 구매 가능성이 높은 고객을 타겟으로 판매자들이 직접 할인쿠폰을 제공할 수 있는 '스토어 마케팅 서비스'를 시작했다고 24일 전했다.

11번가 입점 판매자는 누구나 무료로 활용해 단골고객을 늘릴 수 있도록 했다.

'스토어 마케팅 서비스'는 고객의 소비패턴, 이용현황 데이터를 기반으로 판매에 집중해야 할 최우선 고객군을 추천해주는 것이 특징이다.

판매자들은 '내 상품을 장바구니에 담아두고 구매하지 않는 고객', '최근 내 상품을 2달 연속 구매한 고객', '내 상품을 3번 이상 보았으나 구매하지 않은 고객' 등 현황을 매일 한눈에 보면서 이들에게 '전용 할인 쿠폰'을 발송할 수 있다.

할인 쿠폰 규모는 판매자가 직접 설정 가능하고 판매자가 제공한 쿠폰 혜택은 11번가 모바일 앱 홈 화면과 앱 알림으로 해당 고객들에게만 개별적으로 노출된다.

/원은미 기자

## 티몬, 60개 부문서 세 자릿수 수시채용

티몬이 플랫폼 경쟁력 강화를 위해 대규모 수시채용을 진행한다.

티몬은 상반기 중 정기 신입사원 공개채용을 계획하고 있으며 올해 채용 규모는 예년보다 크게 확대될 것이라고 24일 밝혔다.

이번에 티몬이 수시채용으로 뽑는 인력은 세 자릿수에 달한다. 채용 부문도 타임커머스 경쟁력 강화를 위한 ▲상품기획자(MD) ▲개발 ▲기획 ▲영업 등 총 60여 부문으로 다양하다. 개발 부문의 경우 연말까지 공고를 열어두고 적합한 인재를 지원하면 상시 채용한다는

계획이다.

새로운 성장동력 발굴과 서비스 영역 확장을 위한 핵심인력 채용도 본격화한다. 신규 서비스 시스템 및 플랫폼 개발을 위한 신사업 개발 직군, 데이터 분석을 기반으로 하는 마케팅 서비스기획자와 딜·상품 서비스기획자, 다양한 사업자와 제휴·연동을 위한 대형 파트너 제휴 연동 부문, 라이브커머스를 위한 티비온(TVON) 라이브 쇼호스트 및 PD 등을 채용한다. 상반기 중 신입사원 정기 공채도 열릴 예정으로, 전체 채용 인원은 예년보다 증가한다.

/원은미 기자