

차박·캠핑 전성시대 관련용품·컬래버 '불티'

코로나19로 캠핑족이 증가하면서 지난해부터 유통가에서 분야를 막론하고 '캠핑' 마케팅이 중요 마케팅 수단으로 자리잡고 있다.

유통가가 작년에 캠핑용품 완판 행진을 겪으면서 올해도 캠핑 용품과 관련해 전혀 다른 업종의 타 브랜드와 컬래버레이션을 추진하거나 자체 제작한 획기적인 아이템들을 시장에 내놓고 있다.

7일 유통업계 한 관계자는 "지난해 여름 시즌 선보인 캠핑 관련 제품은 대중적인 아이템이었다면, 올해는 보다 전문적인 캠핑 아이템들이 업계 내에서 선정되고 있는 추세"라고 말했다.

먼저 코오롱인더스트리FnC부문의 아웃도어 브랜드 코오롱스포츠는 2020년 봄/여름 시즌에 또다른 아웃도어 용품 브랜드 헬리녹스와 협업해 개발한 오두막 텐트 시리즈를 올해도 판매한다.

지난해 펀딩 플랫폼 와디즈를 통해 선보인 오두막 텐트 협업 상품들은 감성 캠핑용, 100% 면 소재에 방수 기능으로 주목받으며 출시 2주 만에 완판되며 히트를 기록했다. 이번 시즌에는 오두막 면 텐트 시리즈에 더해 캠핑이

나 피크닉 어디에서나 휴대하기 쉽도록 제작한 타프, 캠핑 의자 및 경량 야전침대가 구성됐다.

텐트 제품 최소 가격이 97만원 가량이라는 비교적 높은 가격대에도 불구하고 캠핑족들에게 선호도가 높아 코오롱 스포츠 공식 온라인몰에서는 일부 제품이 벌써 매진된 상태다.

삼성물산 패션부문이 운영하는 신홍 럭셔리 브랜드 메종키츠네도 메종키츠네X헬리녹스 협업 컬렉션을 내고 캠핑 시 꼭 필요한 의자, 테이블, 그늘막, 침대 등 4가지 상품을 제안한다.

전반적으로 블루 스트라이프 패턴에 메종키츠네 브랜드의

**'캠핑 마케팅' 대세 부상
아웃도어 브랜드는 물론
식음료·패션업계도 동참
컬래버 상품들 '완판행진'**



할리스가 올해도 하이브로우와 손잡고 캠핑용품 3종이 포함된 '캠핑 굿스 시즌2'를 출시한다. /할리스

상징인 여우 로고 '칠락스 폭스'로 포인트를 줬다.

메종키츠네는 지난 12일, 삼성물산 패션부문 통합 온라인몰 SSF샵에서 이러한 메종키츠네X헬리녹스 협업 상품 프리오더를 오픈했는데, 오픈 한 시간 여만에 전량 품절된 바 있다. 결국 당초 이를간 계획한 프리오더 계획을 수정, 한 차례 더 레플 판매를 진행한 적이 있다.

송태근 메종키츠네 팀장은 "최근 MZ 세대 사이에서 '핫'한 패션과 캠핑 브랜드가 만나 소비자들의 관심이 뜨겁다"며 "메종키츠네는 앞으로로도 다양한 분야에서 젊은 층에게 주목받는 브랜드와 협업해 고객을

에게 특별한 상품을 제공하겠다"고 말했다.

또한, 커피 프랜차이즈 할리스는 작년에 아웃도어 브랜드 하이브로우와 컬래버레이션 한 여름 프로모션 굿즈의 반응이 뜨거워 올해에도 두 브랜드간의 시너지를 극대화하고자 두번째 협업을 진행한다고 최근 밝혔다.

오는 8일 오전 7시부터 전국 할리스 매장(일부 매장 제외)에서 판매되는 이번 여름 프로모션 굿즈는 하이브로우와의 협업으로 탄생한 '슬로우 체어', '멜로우 테이블', '글로우 랜턴' 3종이다.

할리스 측은 "캠핑 굿스 3종은 감성적인 디자인과 뛰어난 실용성이 특징이며, 특히 소프트 카키와 딥 블루컬러를 조화롭게 사용해 경쾌하면서도 고급스러운 분위기를 낼 수 있도록 만들었다"고 밝혔다.

이와 더불어 할리스는 여름 프로모션 굿스 3종과 함께 즐길 수 있는 캠핑 MD도 출시해 MZ 세대를 가장 잘 이해하는 라이프스타일 브랜드로 마케팅을 진행 중이다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

자판기서 술 사먹는다... GS25, 자판기 도입

규제 샌드박스 페이지커뮤와 협업 성인인증 QR코드로 구매 시스템

편의점에 성인 인증을 통한 무인 주류자판기 도입이 추진된다.

GS리테일은 편의점 GS25가 규제 샌드박스 실증특례 업체인 페이지커뮤와 파트너십을 구축하고 업계 최초로 무인 주류자판기(무인 자판기) 도입을 추진한다고 7일 밝혔다.

규제 샌드박스는 새로운 제품이나 서비스가 출시될 때 일정 기간 기존 규제를 면제해 주는 제도이며, 페이지커뮤는 지난 5월에 성인 인증을 통해 주류 판매가 가능한 무인 자판기를 실증할 수 있는 업체로 지정됐다. 이로 인해 편



GS25에서 테스트 도입 추진 중인 무인 주류 자판기 /GS리테일

의점에서도 무인 자판기 실증 테스트를 할 수 있는 길이 열린 것.

GS25는 ▲가맹점 경영주의 인력 운영 효율화 ▲디지털트랜스포메이션을

통한 첨단 GS25 구축 ▲야간 무인 운영(하이브리드) 점포의 주류 판매 확대 등을 목표로 무인 자판기 도입을 이달 내 테스트 도입한다는 계획이다.

GS25가 도입을 추진 중인 페이지커뮤의 무인 자판기는 모바일 앱을 통해 성인인증을 거친 고객이 발급 받은 QR 코드를 자판기 스캐너에 인식시킨 후 주류를 구매할 수 있도록 한 시스템이 적용됐다.

GS25는 이를 통한 실증 테스트를 충분히 거친 후, 소매점의 무인 주류 판매 관련 법률이 개정될 경우 무인으로 운영되는 점포에 우선적으로 적용하는 한편, 지문 등 생체 정보를 활용한 인증 방식으로 발전시킬 계획이다. /신원선 기자 tree6834@

롯데푸드, '쉐푸드' 리뉴얼

롯데푸드가 자사 HMR 브랜드를 재정의하며 본격적인 간편식 확대에 나선다. 롯데푸드는 가정간편식 브랜드 'Cheffood(쉐푸드)'를 리뉴얼 출시했다고 7일 밝혔다.

쉐푸드는 2009년 첫 선을 보인 롯데푸드의 가정간편식 브랜드다. 롯데푸드는 올해 5월부터 브랜드 리뉴얼을 통해 기존에 쉐푸드, 라퀴진으로 나뉘어 있었던 HMR 브랜드를 쉐푸드로 통합했다. '누구나 셰프가 되는 경험과 즐거운 한끼를 선사하는 가정간편식'으로 브랜드를 재정립했다.

쉐푸드 브랜드의 제품 라인업은 밥, 면, 만두, 튀김 등 에서부터 도시락, 김밥, 샌드위치, 샐러드 등 바로 먹을 수 있는 제품군까지 간편식의 다양한 카테고리 아우르는 포트폴리오로 구성됐다. /조효정 기자 princess@

롯데마트 '룸바이홈', 올 첫 패밀리 세일

최대 50% 할인... 16일까지 진행

룸바이홈 패밀리 세일이 시작된다. 롯데마트는 홈리빙 브랜드 '룸바이홈'이 올 해 첫 패밀리 세일을 진행, 16일까지 최대 50% 할인된 가격에 선보인다고 7일 밝혔다.

'룸바이홈'은 기능주의 디자인을 활용해 뉴 프리미엄 라이프를 제안하는 롯데마트의 홈리빙 브랜드다. 이번 세일에서는 대표 상품으로 건강을 생각한 동시에 분위기 전환에도 효과적인 침구를 선보인다. '룸바이홈 안티알러지 토퍼(싱글/퀸)'는 먼지가 잘 달라붙지 않는 가공법 및 집먼지 진드기 투과 방지 기능을 가진 원단을 사용한 제품으로 무더운 여름철에도 쾌적하게 사용할 수 있다. 기존 판매가에서 20% 할인된 가

격인 2만3920~3만9920원에 판매한다.

또한, 유튜브버들 사이에서 인기 있는 제품인 스트롱 코팅으로 만든 '룸바이홈 골드 팬'을 기존제품에 1~2인용을 추가, 미니3종을 추가로 선보인다.

'골드 팬'은 골드 컬러로 골드 컬러 코팅으로 고급스러움을 강조했으며 편안한 그림감을 주는 눈슬립 핸들로 편의성까지 높여 고객들의 수요가 높은 제품이다. 실제로 처음에 28cm팬과 워 2종으로 출시했던 '골드 팬'은 고객들의 반응이 좋아 20cm 미니팬, 멀티팬, 24cm 팬을 추가로 출시했다.

이외에도 행사 기간 동안 다용도로 활용 가능한 이동식 선반과 데코용품, 캠핑용품 등 다양한 제품들을 부담 없는 가격에 선보인다.

/신원선 기자



롯데홈쇼핑, 12일간 패션 페스타 특집전.

롯데홈쇼핑, 여름 패션신상·역시즌 '할인'

내일부터 20일까지 '패션 페스타' 최대 51% 할인에 적립금 혜택도

롯데홈쇼핑은 오는 9일부터 20일까지 단독 및 인기 패션 브랜드의 여름 신상품, 역시즌 상품을 집중 편성하고, 최대 51% 할인 혜택과 적립금까지 제공하는 '패션 페스타'를 진행한다.

롯데홈쇼핑이 올해 이른 더위에 맞춰 지난 4월부터 여름 패션 신상품을 본격적으로 선보인 결과, 현재(4월1일~6월2일)까지 주문수량 약 100만 세트, 주문금액 630억원 이상을 달성했다.

지난 3월에는 '라우렐', '조르쥬레쉬' 등 단독 패션 브랜드의 초여름 상품을 조기 론칭해 한 달도 채 안된 시점에서 10만 세트 이상을 판매했다. 이에 올해 무더위를 대비해 여름 신상품을 합리적인 가격으로 미리 구매하려는 고객 수요를 반영해 패션 특집전을 기획했다.

오는 9일부터 12일간 '라우렐', '폴앤조', '조르쥬레쉬' 등 단독 패션 브랜드의 인기 상품을 최대 51% 할인가에 선보이며, 모바일 앱에서 행사 상품을 구

매하는 고객에게 10%의 적립금을 제공한다. 올여름 시즌 트렌드인 메탈 프린트로 화사한 디자인이 특징인 '폴앤조'의 원피스를 37% 할인가에 선보인다.

지난 4월 론칭 이후 5회 방송 동안 주문수량 4만 세트, 주문금액 25억원 이상을 달성한 인기 상품이다. 또한, 린넨과 면 소재의 혼방 플레이어 팬츠인 '조르쥬레쉬'의 '린넨 팬츠 2종'을 28% 할인가에 판매하며, '라우렐'의 대표 인기 상품인 '수피마 면 티블라우스 5종'과 '린넨 원피스'를 최대 51% 할인 판매한다. 이외에도 모피 전문 브랜드 '씨티지'의 '밍크 베스트' 등 역시즌 신상품을 특가로 한정 판매한다.

한편, 오는 11일 하루 동안 단독 패션 브랜드 '브루스필드'의 '린넨 재킷', '더 핸드메이드'의 '썸머 니트팬츠 3종'을 비롯해 '다니엘레스페'의 '리버시블 구스다운', '루나코어스'의 '양모 하프 재킷' 등 여름 신상품 및 역시즌 상품을 연이어 특가에 판매하는 '원데이 특집전'도 진행한다.

/신원선 기자