

# 푹푹 찌는 폭염... '슬기로운 집콕템' 인기

‘산뜻함 UP’ 쿨링 뷰티템 각광  
냉감 소재 의류·침구류 매출 ↑  
홈트족 늘면서 관련용품 불티



키엘의 대표적인 쿨링 제품 '칼렌둘라 꽃잎 토너'. /키엘

열돔 현상(고기압이 반구 형태의 지붕을 만들며 뜨거운 공기를 가둬 폭염을 일으키는 현상)으로 인해 전국 곳곳에 폭염 특보가 내려진 가운데, 외부 활동이 제한 받자 '집콕' 아이템의 매출이 증가하고 있다

먼저 집에서 지친 피부를 집중 케어하고, 청량감을 줄 수 있는 쿨링 뷰티 아이템들이 인기다.

키엘은 '칼렌둘라 꽃잎 토너'가 브랜드 내 토너류 제품 중 재구매율 1위(지난해 구매자 기준)를 달리고 있다고 밝혔다. 해당 토너는 부드러운 여름철 토너팩으로 만들어 냉장고에 보관 후 피부에 올려주면 진정과 더불어 쿨링 케어까지 가능하다고 입소문이 났다. 대용량 구입 시 공병도 제공해 내용물을 화장솜에 적서 얼굴 여기저기에 토너팩으로 사용할 수 있게 기획했다.

최근 제이준코스메틱에 따르면 이

회사의 슬리핑팩 7월 매출액은 1분기(1~3월) 대비 740% 증가가 예상된다. 슬리핑팩은 1분기 이미 전년 수준의 매출액을 올렸고, 매월 매출이 가파르게 상승하고 있다.

제이준코스메틱은 수면 시간 동안 피부 수분 충전이 가능한 '블랙 물광 슬리핑팩'과 '인텐시브 슬리핑 팩'을 절찬리에 판매 중이다. 제주양양해수, 초정탄산수, 알프스빙하수를 원료로 해 잠을 자면서 피부 피로도와 온도를 낮춰 아침에 산뜻한 느낌으로 일어날 수 있도록 하는 슬리핑 팩이다.

집에서 즐기는 시원하고 촉감 좋은 냉감 의류와 침구류 매출 또한 상승하고 있다.

네파는 본격적으로 폭염이 시작된 7월 2주차(12일~18일)에 대표 냉감 제품인 아이스쿨드 시리즈 매출이 전년 동기 대비 85% 가량 증가했다. 이는 직전 주인 7월 1주차 매출 대비해서 20%나 오른 수치로, 폭염이 극심해지면서 쿨링 소재 의류에 대한 수요가 급증했음을 의미한다.

네파 아이스쿨드 시리즈는 이중 쿨링 기능으로 냉감 효과를 극대화한 기

능성 티셔츠 라인이다.

여기에 웰크론의 침구 브랜드 세사와 세사리빙은 얼마 전 슈퍼 냉감 소재를 사용한 여름 시즌 침구 '세사아이스쿨링'과 '세사리빙 아이스터치'를 기능을 강화해 새로 내놨는데, 출시 3개월 만에 매출이 전년 동기 대비 4배 정도 늘었다.

웰크론 측은 "높은 열전도율을 지닌 슈퍼 냉감 소재를 사용해 피부에 닿았을 때 즉각적으로 시원한 느낌을 주다 보니 열대야에 쾌적한 수면을 돕는 기능성 침구에 대한 관심이 뜨겁다"고 설명했다.

한편, 외출이 어려워지자 집에서 건강관리를 하는 '홈트족'이 늘면서 홈트레이닝 용품도 불티나게 팔리고 있다. 헬스케어 브랜드 폭스밸리는 지난달 1일부터 31일까지 한달간 홈트레이닝 용품 매출은 전달 대비 70% 증가했다고 최근 밝혔다.

인터파크 역시 지난 5일부터 18일까지 최근 2주간 홈트레이닝 용품 매출은 2주 전보다 42% 상승했다고 전했다. /원은미 기자 silverbeauty@metrosoul.co.kr

## 이마트24 완판 '주식도시락' 추가 판매

고객들의 폭발적인 호응에 3일만에 2만개가 판매되며 막을 내렸던 이마트 24 '주식도시락(사진)'이 랜덤 주식 2만주를 내걸고 추가 생산에 돌입한다.



이마트24는 오는 27일부터 가맹점 주문(발주)을 받아 주식도시락이 매장에 입고되는 28일~31일까지 4일간 주식도시락을 판매한다고 25일 밝혔다.

이번에 판매하는 주식도시락에는 네이버, 현대자동차, 삼성전자 등 9개 기업의 주식 중 1주를 받을 수 있는 쿠폰이 랜덤으로 동봉돼 있다. 고객들이 동봉된 쿠폰 QR코드를 통해 하나금융투자에서 '신규'로 가입하게 되면 랜덤으로 주식 1주를 받을 수 있으며, 준비된 2만주가 모두 소진되면 이벤트는 자동 종료된다. /신원선 기자

## SSG닷컴 새벽배송 '뱅크메이커스' 에그타르트 판매

SSG닷컴은 26일부터 다음 달 4일까지 '뱅크메이커스'의 에그타르트(사진)와 티드 링크를 묶은 기획세트를 새벽배송으로 단독 판매한다고 25일 밝혔다.



이 기획세트는 매일 2000개 한정수량으로 에그타르트 1박스(4개)와 티드링크 2종을 합쳐 1만4800원에 판매된다. 상품을 주문한 고객은 29일부터 다음 달 5일까지 배송 휴무일인 1일을 제외한 일주일 동안 새벽배송으로 받아볼 수 있다. /신원선 기자

## 롯데ON '온라인 디저트 기획전'

롯데백화점이 SNS에서 유명한 전국 디저트 맛집들과 손잡고 '온라인 디저트 기획전'을 선보인다.

28일부터 8월 6일까지 롯데ON에서 진행되는 '온라인 디저트 기획전'에서는 SNS에서 유명한 전국 디저트 맛집 중 롯데백화점에서 엄선한 강원도 춘천의 '춘천 감자밭', 대구의 '나리꼬모', 경기도 판교의 '도제식빵'에서 가장 인기있는 10가지 시그니처 메뉴들을 할인된 가격으로 한정수량 판매한다. /신원선 기자

# MZ세대 "보양식은 치킨!" bhc치킨, 복날 매출 '휘훨'

초복엔 25%, 중복엔 55% 증가  
날개+다리 콤보 가장 많이 팔려

bhc치킨은 올해 초복과 중복 등 7월 복날 매출을 분석한 결과, 치킨 매출이 전년 대비 39% 늘어났다고 지난 23일 밝혔다.

초복 당일인 11일 매출은 전년 대비 25% 늘어났으며 전주 같은 요일에 비하면 55% 증가했다.

21일 중복의 경우에는 전년과 비교해 55% 늘어났으며 전주 같은 요일에 비해 133% 늘어나는 등 폭발적인 주문량을 보였다. 특히 지난해 중복이 주문량이 많은 일요일이었음을 감안하면 올해 매출 증가는 더 큰 의미가 있다.

bhc치킨은 지난해 7월 복날 매출이 전년 대비 35% 증가한데 이어 올해도 39% 늘어나 해를 거듭할수록 치킨이 복날 음식으로 각광받고 있는 것

으로 평가하고 있다. 이는 MZ세대를 중심으로 복날 대표 보양식인 삼계탕의 대안으로 젊은층 입맛에 맞는 치킨이 떠오르고 있는 것으로 bhc치킨은 분석하고 있다.

또, 지난 2019년과 2020년 7월 일별 매출 중 초복이 가장 높은 매출을 보인데 이어 올해는 7월 중 중복이 최고 매출을 기록하며 복날 특수를 이어갔다. 올해 초복과 중복에 가장 많이 팔린 메뉴는 닭 날개와 다리 부위로만 구성된 부분육 메뉴인 '콤보 시리즈'였으며, 두 번째로 많이 팔린 메뉴는 '뿌링클'이었다.

bhc치킨은 최근 소비 트렌드로 배달문화가 정착되고 젊은층 중심으로 '복날에 치킨'이라는 인식이 확산되고 있어 치킨업계에 '복날 특수'가 자리 잡았으며 이러한 복날 특수는 당분간 계속될 것으로 내다봤다. /원은미 기자



갤러리아백화점은 아티스트 그룹 '스튜디오 콘크리트'와 함께 '갤러리아 아트 프로젝트'를 8월 19일까지 진행한다. 해당 프로젝트는 쇼핑 공간을 넘어 백화점에서 문화·예술 체험을 제공하는 예술 마케팅 캠페인으로 ▲명품관 ▲광고 등 에서 전개한다. (명품관 7월16~29일, 광고 7월19일~8월19일) 캠페인 기간 동안 각 지점별 전시관에서는 권철화 작가의 '21년 신작'을 포함해 대표 작품들을 전시 및 판매한다. /갤러리아백화점

## 롯데ON, 역시즌·명품 패션상품 '총망라'

오늘부터 일주일간 '스타일 워크' 캐시미어 코트 등 최대 70% 할인

롯데ON은 26일부터 다음 달 1일까지 일주일간 '스타일 워크'를 개최한다고 25일 밝혔다.

'스타일 워크' 기간에는 가을, 겨울 재고의류를 포함한 명품과 뷰티 제품을 최대 70% 할인된 가격에 선보이며, 여름 막바지 세일을 진행해 여름 신상품도 최대 80% 할인된 가격 저렴하게 판매한다.

7월 말은 의류 업체들이 가을·겨울 신상품을 선보이기 직전인 시기로, 많은 업체들이 지난 가을, 겨울 이월 상품부터 이번 여름 신상품까지 전 시즌의 상품을 큰 폭으로 할인된 가격에 판매한다. 이에 패션에 관심이 많은 사람들은 지금 시즌이 1년 중 의류를 가장 저렴하게 구매할 수 있어 이 시

기를 잘 활용하는 것으로 알려졌다.

롯데ON은 '스타일 워크' 기간 매일 최대 10장의 패션 및 명품 전용 최대 20% 할인 쿠폰을 발급한다. 또한 브랜드 별로 최대 20% 추가 할인 혜택도 제공해 고객이 받을 수 있는 할인 혜택을 늘렸다.

최대 70% 할인 혜택을 받을 수 있는 역시즌 상품으로는 '슈즈미스 한혜진 캐시미어 코트'를 최종 혜택가 9만5520원에, '온앤온 기은세 폭스퍼숏 구스다운'을 최종 혜택가 23만1250원에 판매하고, 프리미엄 아우터인 무스너를, 버버리 등 인기 브랜드 상품을 판매가 대비 최대 15% 할인된 가격에 선보인다. 또한 미쏘, 지오다노, 헤지스, 베베드피노 등 인기 브랜드의 다양한 여름 상품도 최대 80% 할인 혜택을 제공한다. /신원선 기자 tree6834@

## 에이블리, 100억 규모 브랜드 입점 확대

'브랜드 스케일업 프로젝트' 실시

에이블리코퍼레이션이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 에이블리가 브랜드 입점을 확대할 전망이다.

에이블리는 브랜드 성장 지원을 위해 100억원 규모의 '브랜드 스케일업 프로젝트'를 시행하고, 함께할 브랜드 파트너사를 모집한다고 지난 23일 밝혔다.

'브랜드 스케일업 프로젝트' 기간 내 입점한 브랜드에게 2022년 S/S 시

즌까지 업계 최저 수수료 보장한다.

에이블리 전용 '브랜드관' 신설을 통해 차별화된 영역에서 브랜드만의 정체성을 보여줄 수 있다.

브랜드 관 내에서 빅데이터 기반 추천 로직을 통해 타깃에 맞는 브랜드 상품 노출을 최적화할 수 있다. 가장 많은 2534여명 유저를 보유한 에이블리 앱에 각 브랜드별 스타일과 타깃 소비자 접점 극대화를 위한 혜택도 마련했다. /원은미 기자

## 이마트 라방서 스탠리 캠핑용품 선택

이마트는 26일 낮 12시부터 1시간 동안 네이버 쇼핑 라이브(이마트 앳홈 네이버 스마트스토어 연결)에서 북미 아웃도어 브랜드 '스탠리'의 인기 캠핑용품 17가지를 선보인다.

이마트는 이번 라이브 방송을 통해 스탠리 워터저그와 아이스박스, 런치박스 등 인기 캠핑 아이템을 판매한다.

이번 라이브 방송은 본 방송에서만 만나볼 수 있는 단독 컬러(폴라블루/피치립/샌드베이지) 상품 할인과 사은품 혜택으로 구성됐다. 라이브 특가로 스탠리 상품을 최대 3만 원까지 할인한다. /신원선 기자