

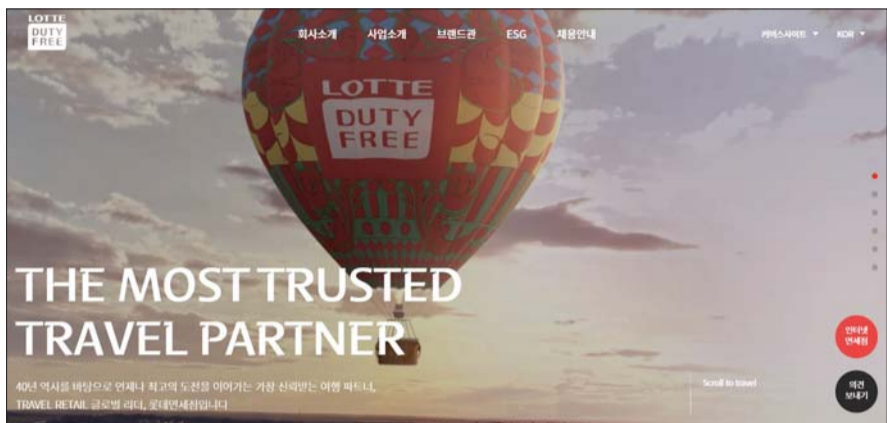
# ‘면세+할인= 초특가’... 면세업계 유통공식 확 달라졌다

온라인 채널서 재고 면세품 판매  
신세계 쿠팡 협력, 최대 74% 할인  
롯데 롯데온 리뉴얼... 개인화 집중

코로나19 장기화에 면세업계가 벼랑 끝에 몰리면서 이들이 보유하고 있던 면세품들의 재고가 쌓이고 있다. 이에 업계는 다양한 유통 채널을 확보함과 동시에 온라인 강화로 돌파구를 찾고 있다.

2일 한국면세점협회에 따르면 7월 국내 면세점 매출은 1조3167억원을 기록했다. 6월(1조3470억원)에 이어 두달 연속 하락세다. 앞서 5월 매출은 1조5687억원으로 코로나 발생 이후 가장 개선된 수치를 기록했으나 델타 변이 바이러스 확산과 집단 감염 여파로 사회적 거리두기가 강화되면서 매출 하락으로 이어졌다.

7월 외국인, 내국인 방문객 모두 직전달 대비 줄었다. 외국인은 5만1199명으로 6월 6만2499명 대비 18.1% 줄었다. 내국인 역시 6월 53만873명에서 7월 40만7619명으로 23.2% 급감했다. 면세업계는 쌓여가는 재고 면세품을



롯데면세점이 '가장 신뢰받는 여행파트너' 뉴비전 담아 홈페이지를 새단장했다. /롯데면세점

소진하기 위해 소비자들과의 접점을 확대하는 데에 주력하고 있다. 다양한 유통 채널을 확보해 할인 프로모션을 진행, 판매 전략을 강화하는 것이다.

신라면세점은 쿠팡과 SSF샵에서 재고 면세품을 할인가에 판매한다.

신라면세점의 경우 자체채널인 신라트립에서만 재고 면세품을 판매해 왔으나 판로확대를 위해 쿠팡과 SSF샵과 협력하게 됐다. 고객은 쿠팡을 통해 신라면세점 보유 재고 상품을 최대 74% 할인된 가격에 살 수 있다.

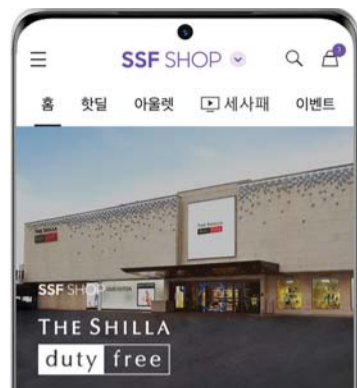
SSF샵에서도 신라면세점이 보유한 총 21여개 브랜드의 950여종 재고 면세

품을 구매할 수 있다. 지방시, 보테가 베네타, 페라가모, 몽블랑, 구찌/셀린느/발렌시아가 아이웨어 등 해외 명품 브랜드의 패션/잡화/시계 등 다양한 상품에 재고 면세품 판매가 대비 최대 79% 할인을 적용한다

롯데면세점과 신세계면세점은 각 그룹의 온라인통합몰인 롯데온과 SSG닷컴에서 재고 면세품을 판매하고 있다.

특히 양사는 온라인 콘텐츠 강화에도 힘쓰고 있다.

롯데면세점은 공식 홈페이지를 리뉴얼했다. 한국어, 영어, 중국어(간체,번체), 일어, 베트남어 6개 언어로 지원된다.



신라면세점이 쿠팡에 이어 SSF샵에서도 재고 면세품을 판매한다. /신라면세점

앞서 5월과 7월에도 홈페이지를 개편했다. 상품 할인가를 강조한 전시 형태에서 벗어나 스토리텔링형 매거진 형태로 전환하여 고객들에게 차별화된 디지털 쇼핑 경험을 제공할 수 있도록 했다. AR(증강현실)을 활용한 선글라스 피팅 서비스, VR(가상현실) 기술로 구현한 플래그십 스토어 가상 체험 공간을 비롯해 고객 개개인의 소비패턴을 분석하여 맞춤 정보를 제공하는 '개인화 상품 추천 서비스'를 선보이고 있다.

신세계면세점은 중국인 관광객들을 위한 영상 콘텐츠 '신발견 TV' 제작을 하고 있다.

코로나19로 해외여행이 어려운 상황에서 신발견 TV는 대리 만족을 선사한다. 영상은 중국의 인기 SNS 플랫폼인 웨이보, 위챗, 샤오홍슈, 더우인, 유쿠의 신세계면세점 공식 채널을 통해 순차적으로 공개된다.

중국 고객들이 SNS 채널 내 댓글로 평소 방문해 보고 싶었던 카페, 식당 등을 남기면 신세계면세점 직원이 대신 방문해 매장의 분위기, 인기 메뉴, 꿀팁 등을 생생하게 소개해 준다.

재고전문몰 리스크에서도 다음·구찌·비비안웨스트우드 등 정상적으로 통관 절차를 밟은 국내 면세점의 재고 상품들을 판매중이다. 2600여개의 건강식품·화장품·IT 기기 등 재고 면세품도 최대 82% 할인가에 만날 수 있다.

면세점 관계자는 "4~5월은 중국인 보파리상 수요로 매출이 늘고, 7월 일부 국가와 트래블버블이 체결돼 회복 조짐을 보였지만 델타 변이 바이러스 확산으로 상황이 심각해졌다"며 "재고 면세품 판매를 위해 유통 채널을 확대하고 온라인몰을 강화하는 등 판매 전략을 새롭게 짜고 있다"고 설명했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 빽스, '프리미어 토마호크' 선물세트 출시

14일까지 전 매장서 사전 예약  
채끝살·등심·부채살 등 5종 구성

CJ푸드빌이 운영하는빽스(VIPS)가 다양한 스테이크 부위로 구성된 추석 선물세트 2종을 출시하고 이달 14일까지 전 매장에서 사전 예약을 받는다고 2일 밝혔다.

빽스가 추석 선물세트로 스테이크용 육류를 선보이는 것은 브랜드 출범 이후 처음이다. 올해도 '비대면 추석'이 예상됨에 따라 명절 선물 수요가 늘고 고급화 경향이 한층 뚜렷해질 것으로 전망된다. 이러한 소비 변화에 맞춰 대표적 고급 음식 재료인 소고기를 집에서 스테이크로 즐길 수 있도록 이번 상품을 기획했다.

'빽스 프리미엄 토마호크 세트'는 인디언들이 사용하던 도끼 모양과 닭아 토마호크라는 명칭이 붙은 특수 부위가 포함됐다. 토마호크는 길다란 뼈에 등심과 안심이 붙어 있는 스테이크로 유명하며 750g 가량의 압도적 중량을 자



빽스 프리미엄 토마호크 세트 /CJ푸드빌

랑한다. 등심과 안심 2개 부위를 한번에 맛 볼 수 있어 고기 마니아들의 호응이 높다. 토마호크 외 채끝살, 등심, 부채살, 살치살 등 총 5종을 포장했다. 판매가는 정상 가격에서 10% 이상 할인한 15만9900원이다.

합리적인 가격으로 여러 스테이크를 경험할 수 있는 상품도 준비했다. '빽스 프리미엄 스테이크 세트'는 빽스 고객들이 가장 선호하는 채끝살, 등심, 부채살 3종으로 구성했다. 판매가는 8만9900원으로 정상이 대비 9% 가량 저렴하다.

원육 외에도 빽스 노하우를 담은 '시크릿 스테이크 소스'와 '스테이크 시즈닝'을 제공한다. 조리법이 적힌 레시피 카드를 넣어 스테이크 초보자도 어디서든 빽스 스테이크 맛을 그대로 재현할 수 있도록 했다.

사전 예약 접수는 전국 빽스 매장에서 진행한다. 빽스 프리미엄 토마호크 세트 사전 예약 시 CJ푸드빌 외식 브랜드에서 사용 가능한 '외식 기프트카드' 3만원권을 증정한다. 빽스 프리미엄 스테이크 세트를 사전 예약하면 '외식 기프트카드' 1만원권을 증정한다.

온라인에서도 사전 예약이 가능하다. CJ푸드빌 네이버 스마트스토어에서 9월 10일까지 추석 선물세트 사전 예약 신청을 받는다. 결제 상품에 따라 네이버페이 포인트 3만원 혹은 1만원을 지급한다.

외식 기프트카드 증정 및 네이버페이 포인트 지급 혜택은 세트 1개 구매마다 적용된다.

/신원선 기자

## 하이마트, 추석맞이 '온라인 선물하기' 행사

엘포인트 최대 10만 점 제공

롯데하이마트가 오는 22일까지 추석맞이 '온라인 선물하기' 행사를 펼친다.

롯데하이마트쇼핑몰 '온라인 선물하기' 서비스는 비대면으로 가전을 선물할 수 있는 서비스다. 선물하고 싶은 상품을 선택하고 선물 받는 사람의 이름과 휴대전화번호 입력 후 결제하면 감사 카드와 함께 메시지로 전송된다. 받은 메시지에 주소를 입력하면 원하는 곳으로 배송 받을 수 있다. 답장 카드도 보낼 수 있어 감사 마음을 전할 수 있다. 메시지에 있는 '나도 선물하러 가기'를 클릭하면 롯데하이마트온라인쇼핑몰 내 '선물하기' 전문관으로 이동해 답례품을 선물할 수 있어 편리하다.

롯데하이마트는 '온라인 선물하기'

서비스를 이용하는 소비자를 대상으로 다양한 혜택을 준비했다. 우선, 행사 모델에 따라 엘포인트를 최대 10만 점을 제공한다. 명절 인기 상품인 휴테크 '카이' 음파진동 안마의자를 혜택가 300만 원 후반 대 구매할 수 있다. 최근 집콕 문화 확산으로 인기가 많은 주방·생활 가전도 준비했다. LG전자 오브제컬렉션 식기세척기(12인용)를 혜택가 150만 원 대에, 삼성전자 청정스테이션 무선 청소기도 80만원 대로 선물 할 수 있다.

이밖에 롯데하이마트온라인쇼핑몰에 있는 60만여 개 상품을 '온라인 선물하기'로 구매할 수 있다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

## 투썸플레이스 고구마·호박 활용 가을 디저트 선봬

고구마 밀크 생크림·단호박 라떼 2종

프리미엄 디저트 카페 투썸플레이스가 가을 시즌 디저트 및 음료를 출시한다고 2일 밝혔다.

이번 신제품은 가을이 제철인 진숙하고 대중적인 품미의 구황작물 '고구마'와 '호박'을 디저트, 음료에 접목해 풍성하고 다채로운 맛을 낸 것이 특징이다.

먼저 고구마를 활용해 대중적인 생크림 케이크를 투썸만의 스타일로 재해석한 신제품 고구마 밀크 생크림을 선보인다. 달콤하고 묵직한 고구마 무스 크림과 담백한 생크림의 조화로 남

녀노소 누구나 맛있게 즐길 수 있는 제품이다.

혼자서도 즐기 좋은 피스 형태의 '떠먹는 고구마 밀크 생크림'과 휴파티용으로 제격인 '파티팩 떠먹는 고구마 밀크 생크림'으로도 구매 가능하다.

함께 선보이는 가을 신제품 음료 딜라이트 펌킨슈페너는 달콤한 단호박 라떼에 단시간에 추출해 쓴맛이 덜하고 부드러움을 높인 '리스트레포' 추출법으로 뽑아낸 진한 에스프레소를 더한 뒤, 부드러운 마스카포네 단호박 크림을 얹은 제품으로 한입 머금었을 때 가을을 물씬 느낄 수 있다.

/신원선 기자

## “고화질 영상 시청, 일렉트로맨에 맡기세요”

이마트 4k QLED 스마트 TV 출시

이마트가 스테이케이션(휴가를 멀리 가지 않고 집 혹은 집 근방에서 보내는 사회현상을 일컫는 용어로, 'stay'와 'vacation'의 합성어)문화 확산에 따라 영상 콘텐츠 시청에 최적화된 '일렉트로맨 프리미엄 4k UHD QLED 스마트 TV(65인치, 163cm)'를 선보인다.

이번에 출시한 일렉트로맨 QLED T

V는 이마트와 티지엔컴퍼니가 공동으로 기획, 주문자 생산방식으로 중국 TV 전문 제조사를 통해 생산한 제품이다. 효율적인 생산 방식과 함께 영상 콘텐츠 시청에 적합한 기능만을 골라내 일반 프리미엄 TV보다 30~40% 가량 저렴한 89만9000원에 출시했다.

이마트는 일렉트로맨 프리미엄 QLED TV 출시를 기념, 2일부터 2주일 간 할인 판매에 나선다. 행사카드 구매 시

10만원 할인된 가격 79만9000원에 구매할 수 있다.

이번에 선보이는 일렉트로맨 QLED TV는 초 미세반도체 입자 '퀀텀닷' 소재를 사용한 프리미엄 TV로, 밝은 것을 더욱 밝게, 어두운 것을 더욱 어둡게 만드는 요소인 '색 재현율'을 기존 LED TV에 비해 약 30% 가량 향상시킨 것이 특징이다.

특히, 일렉트로맨 QLED TV는 65인치(163cm)라는 대화면에 프레임리스 베젤로 높은 몰입도를 구현했다.

/신원선 기자