

골든블루, 국내 맥주시장 진출... '밀리·블루문' 독점 유통

세계 3대 맥주기업 몰슨 쿼스 계약 영업력·유통망 활용 마케팅 강화 김동욱 대표 "최정상 유통사 목표"



김동욱 골든블루인터내셔널 대표

세계 유명 주류의 현지화를 통해 국내 주류 산업의 위상을 높이고 있는 ㈜골든블루인터내셔널이 몰슨 쿼스의 대표 라거맥주 '밀리(Miller)'와 밀맥주 '블루문(Blue Moon)'을 독점 수입, 유통하는 계약을 체결하고 국내 맥주사업에 진출한다.

이에 따라 현재 판매되고 있는 '밀리'는 기존 유통사가 재고 소진시까지 유통하며 이번 계약 체결로 ㈜골든블루인터내셔널이 2022년 3월부터 본격 유통한다.

23일 업계에 따르면 몰슨 쿼스는 국내 소비자들에게 널리 알려진 밀러 제뉴인 드래프트를 소유하고 있는 세계 3대 맥주 기업 중 하나다. 몰슨 쿼스는 미국, 캐나다, 유럽 시장 등 전세

계를 대상으로 사업을 전개하고 있으며, 글로벌 맥주 브랜드인 밀러를 포함하여 블루문, 쿼스 라이트 외에도 파트너 브랜드로 구성된 100여개 이상의 제품 포트폴리오를 가지고 있다.

미국을 대표하는 라거맥주 밀러는 한국에 수입된 1세대 프리미엄 수입맥주로 소비자들에게 꾸준히 사랑받아온 스테디 셀러 제품이다.

또 블루문은 오렌지 껍질을 활용한 특별한 달콤함을 선사하는 레시피로 국내외 많은 소비자에게 꾸준한 사랑을 받고 있다.

몰슨 쿼스의 손물튼 부사장은 "한국 주류시장을 혁신적으로 개척하고 있는 ㈜골든블루인터내셔널이라는 최적의 전략적 파트너를 만난 것을 행운으로 생각하고, ㈜골든블루인터내셔널과 함께 프리미엄 신제품을 지속적으로 시



몰슨 쿼스의 대표 맥주 제품 '밀리'(왼쪽)와 '블루문' /골든블루

장에 선보이는 것뿐 아니라 다양한 마케팅 활동을 통해 맥주를 사랑하는 한국 소비자분들께 한걸음 더 다가가는 기회로 삼겠다"고 밝혔다.

㈜골든블루인터내셔널은 적극적인 영업, 마케팅 활동으로 매년 지속적인 성장세를 이어가며 판매 신기록을 달성하고 있다.

㈜골든블루인터내셔널은 이번 밀러, 블루문 유통을 계기로 그동안 공들여 온 수입주류 시장에서 시너지 효과

를 발휘해 성장에 한층 탄력을 받을 것으로 기대하고 있다. 브랜드의 높은 인지도에 비해 소비자 접점에서 활동이 약해 성장세가 둔화되었던 두 제품을 회사의 영업력과 유통망을 무기로 공격적이고 다양한 마케팅 활동을 전개해 현재 보다 두배 이상 판매할 계획이다.

㈜골든블루인터내셔널의 김동욱 대표는 "맥주시장은 수입주류 시장에서 주도권을 가진 회사로 도약하기 위해서 반드시 공략해야 하는 중요한 시장으로 세계적인 맥주 기업과 유통 계약을 체결하게 된 것을 기쁘게 생각한다"며 "몰슨 쿼스가 가지고 있는 다양한 제품 포트폴리오를 적극 활용하여 젊고 다채로운 마케팅 활동을 펼쳐 맥주 시장에서 인지도 및 판매량을 더욱 확대해 ㈜골든블루인터내셔널을 수년 내 국내 최정상 수입맥주 유통사 반열에 올려 놓겠다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데칠성 "에비앙으로 연말 환하게 비추세요"

칠성물에서 '연말엔 에비앙' 이벤트 캠핑컵·무드등 등 한정 패키지 출시



에비앙 11월 캠핑굿즈 핑크컵&무드등 /롯데칠성음료

롯데칠성음료는 11, 12월 두 달간 공식 직영물 '칠성물'에서 '연말엔(&) 에비앙' 이벤트를 진행한다고 23일 밝혔다.

이번 이벤트는 다가오는 연말을 맞아 가족, 지인과 함께하는 여행, 휴파티 등 일상생활에 특별함을 선사하기 위해 기획됐으며, 캠핑, 휴리빙 굿즈(기념상품)가 포함된 패키지 판매 등을 진행한다.

롯데칠성음료가 수입, 판매하는 에비앙은 매 시즌 독특한 굿즈 패키지를 전개하고 있으며 지난 8월에는 실내 공간을 식물로 꾸밀 수 있는 친환경 굿즈가 포함된 '에비앙 플라워 패키지'를 선보여 큰 호응을 얻었다.

이번에 선보이는 패키지는 총 2종으로 에비앙, 캠핑컵 패키지와 에비앙, 캠핑컵, 무드등 패키지로 한정 수량 판매된다. 특히 무드등이 포함된 패키지는

출시와 동시에 완판됐으나 에비앙을 애용하는 고객들에 대한 감사의 마음을 담아 추가 물량을 준비해 23일부터 2차 판매할 예정이다.

또한, 11월 행사 기간 동안 에비앙을 구매한 소비자를 대상으로 300명을 추첨해 프리미엄 OTT 서비스 '티빙(TVING)' 3개월 이용권도 증정한다.

12월에는 연말 휴파티 아이템으로 에비앙 수원지 프랑스 알프스의 경관을 담은 극세사 무릎 담요와 고급 자수 파우치 세트, 커튼이나 파티션 등으로 활용 가능한 대형 패브릭 포스터, 엽서 등이 포함된 한정 수량 패키지 상품을 선보일 예정이다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

에이블리, 내년 비포괄임금제 전환

리프레시 휴가 도입 등 복지 혁신

으로 기대된다.

에이블리가 포괄임금제를 폐지하고 매년 연말 전사 휴무 기간인 '리프레시 휴가' 제도를 도입하는 등 복지 혁신에 나선다.

에이블리는 합리적인 보상 체계 및 업무 환경을 개선하고자 내년 초 비포괄임금제로 전환한다고 23일 밝혔다. 포괄임금제란 연장, 휴일, 야간근로 등 시간 외 업무에 대한 수당까지 급여에 포함해 고정 지급하는 제도다.

포괄임금제 폐지로 법정 표준 근무시간인 주 40시간을 초과한 업무 시간에 대해 연봉 외 별도 수당으로 지급한다. 연장 근무에 대한 수당을 급여 외로 받을 수 있어 신규 입사자를 비롯한 기존 직원들의 연봉 수준이 한층 개선될 것

에이블리는 구성원을 위한 휴가복지도 강화한다. 매년 성탄절부터 이듬해 1월 1일까지를 전사 휴무 기간으로 지정하고 '리프레시 휴가' 제도를 도입한다. 일반적으로 승진 및 장기 근속자에 한해 지원하는 휴가 대신 1년간 업무에 몰입한 에이블리 전체 직원에게 유급휴가를 통해 충분한 휴식 시간을 마련하겠다는 취지다.

에이블리는 기존에도 자유로운 휴가 문화 조성을 위해 다양한 제도를 마련했다. 육아 휴직, 가족 돌봄 휴가 등 법정 휴가 지원은 물론, 건강검진 휴가, 경조사 휴가, 1시간 단위 연차(시차)를 사용할 수 있다. 휴가 신청은 별도의 승인과 보고 절차 없이 개인이 앱을 통해 신청하면 된다. /원은미 기자 silverbeauty@

글린트-안다즈 서울 강남

기프트 세트 증정 컬래버

출시 예정 신제품 등 4종 구성

LG생활건강이 메이크업 브랜드 '글린트 바이 비디보브(이하 글린트)'와 하얏트 계열의 호텔 '안다즈 서울 강남'의 특별한 컬래버레이션을 진행한다.

오는 29일부터는 본격적인 연말 시즌을 맞이해 안다즈 서울 강남 '레이디스 나이트 시즌 2 워드 글린트' 패키지에 약이 열리는데, 이 패키지에는 숙박, 식음료 등 다양한 혜택과 함께 '글린트 기프트 세트'가 제공된다.

이 기프트 세트에 글린트의 베스트셀러는 물론, 출시 예정인 신제품도 포함돼 있다. 듀이문 하이라이터, 스틱 하이라이터, 스킨 글라스 쿠션, 톤업크림 등 총 4가지로 구성됐다. /원은미 기자



파리바게뜨, 16년 동안 구세군 1호 성금 전달

이명욱 파리크라상 대표이사(왼쪽)가 23일 서울 중구 파리바게뜨 명동본점에서 구세군 1호 성금을 자선냄비에 넣고 있다. 파리바게뜨는 지난 2006년부터 16년 동안 구세군 1호 성금을 전달했다.

/손진영 기자 son@

17회 SFDF, 최강혁·손상락 디자이너 수상

(삼성패션디자인펀드)

삼성물산패션부문

지속가능 키워드 창의적으로 풀어내

즈니스를 펼치고 있다.

패션계의 화두이자 전지구적 숙제인 '지속가능'이라는 키워드를 창의적으로 풀어낸 패션 듀오 '강혁'에게 또 한번 SFDF의 영예가 돌아갔다.

삼성패션디자인펀드(SFDF)는 제17회 SFDF 수상자로 'KANGHYUK(강혁)'의 최강혁, 손상락 디자이너를 선정했다고 23일 밝혔다.

최강혁과 손상락 디자이너는 지난 2016년 영국 런던 RCA(영국왕립예술학교) 남성복 석사 졸업 동기이며, 2017년 'KANGHYUK' 브랜드를 론칭해 사업을 확장하고 있다. 2019년에는 LV MHPRIZE의 세미 파이널리스트에 선정돼 세계인의 주목을 받은 바 있다.

특히 두 사람은 인공, 소재, 균형을 콘셉트로 자동차 에어백이 가진 요소와 특징을 활용한 남성복을 전개하고 있다. 현재 도버스트리트마켓, 센스, 에이치로렌조 등 주요 유통 20여 곳에서 비

삼성물산 패션부문의 크리에이티브 디렉터, 디자인 디렉터, 매거진 편집장 등으로 구성된 SFDF 심사단은 독창성, 완성도 등 다양한 항목에서 'KANGHYUK'에게 최고점을 줬다. 소재 연구, 컬렉션 상품, 해외 마케팅 등을 토대로 고유의 아이덴티티를 구축해나가는 측면에서 가능성을 인정 받았다.

SFDF는 이번 수상 디자이너의 브랜드를 직접 경험할 수 있는 기회를 제공하는 차원에서 내달 9일까지 서울시 강남구 청담동에 위치한 비아커 청담 플래그십 스토어에서 전시를 마련한다.

삼성물산패션부문이 설립한 패션 디자이너 후원 프로그램 SFDF는 16년간 글로벌 패션 시장에서 K-패션의 위상을 높이는 한국 디자이너 25개 팀을 배출, 총 350만 달러(약 41억원)를 후원했다. 수상자에게는 디자인 창작 활동을 위한 후원금 10만 달러는 물론, 국내외 홍보와 전문적인 사업 지원이 뒤따른다. /원은미 기자