300만원 한우·400만원 와인… 초고가 명절 선물 '불티'

언택트 명절, 프리미엄화 부추겨
수백만원대 고가선물 잇따라 선봬
1인당 명절 선물 구매금액 증가세

사회적 거리두기 강화가 송·신년회 기간에 맞물려 시작되고, '김영란법'이 제한하는 선물가액이 20만원으로 상향됨에 따라 설 명절 선물세트 전반이 고급화 됐다. 여기에 더해 최고급 선물세트에 서슴없이 지갑을 여는 고객이 많아지자 몇백만원대의 선물세트도 쏟아지고 있다.

설이 2주일 앞으로 다가오면서 유통가의 설 선물세트 경쟁이 치열해지고 있다. 설이 다가올수록 수백만원 대에 이르는 한우세트, 고급 식자재 세트 등 최고급 프리미엄 선물세트들이 메인 상품 자리를 꿰차고 있다.

17일 유통업계에 따르면 선물세트 트랜드가 초(超) 프리미엄화되고 있다. 유통업계는 지난달 16일 전후부터 대대적인 설 명절 선물세트 예약에 들어갔다. 12월 단계적 일상회복을 중지하고 다시 사회적 거리두기를 강화하면서 유통업계는 예년보다 일주일가량 주문 예약 개시일을 앞당겼다.

롯데백화점은 코로나19 사태 중 있었던 설·추석 명절 데이터를 분석해 정육 선물세트가 평균 20%대 신장률을 기록하고 1인당 명절 선물 구매 금액이 전년 대비 25% 증가한 데 착안해 '프리미엄' 정육 선물세트를 대거 마련했다.

롯데백화점은 이번 설 선물세트로 국내 최고가 한우 세트인 '롯데 L-No.9 프레스티지 세트(8.4㎏)'와 '롯데 L-No.9 명품 세트(6.5㎏)'를 각각 100세트 한정수량으로 판매했다. 해당 상품들은 각각 300만원과 200만원으로 올해 판매되는 설 명절 정육 선물세트 중 최고가액이다.

지난해 롯데백화점은 한우 최상위 등급으로 만든 프리미엄 한우 세트 'L-No.9'(170만원)은 전개 초기에 100세트 모두 완판시키기도 했다.

신세계 백화점은 설 스토리를 담은 와인을 선보였다. 새해 새 출발을 응원하는 의미의 무한대 모양 레이블의 '더 아톰 세트', 임인년 호랑이해를 기념해 호랑이 레이블이 부착된 '사비오 임인년 세트' 등이다. 아울러 설 선물세트로 적절한 프리미엄 와인 세트도 대거 내놓았다.

장수와 건강의 의미가 담긴 '킨타 두 노발 나시오날 빈티지 포트 97/03'은 각각 400만원에 준비했다. 전설의 100대 와인으로 꼽히는 희귀한 최상급 빈티지 포르투갈 포트 와인이다. 또 시간이 지나도 변치 않는 가치의 의미를 담은 '마시 깜포피오린 올드 빈티지 컬렉션'(270만원) 도 준비했다.

최원준 신세계백화점 식품 담당은 "임인년 설을 맞아 스토리와 의미를 담은 다양한 와인을 준비했다"며 "소중한 사람들에게 응원과 희망의 메시지를 전할 수 있는 뜻 깊은 선물이 될 것"이라고 말했다.

업계에서는 선물세트의 프리미엄화를 코로나 사태 이후 사회적 거리두기로 타인과 만남이 자유롭지 않아지면서 일어난 현상으로 보고 있다. 특히 설 명절의 경우 송·신년회 시기와 맞물리며 대면 인사를 대신하고자 하는 수요가 프리미엄화를 부추겼다는 분석이다.

아울러 지난해 12월 국회 본회의에서 부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률(부정청탁금지법, '김영란법') 개정안이 의결됐다. 물가 변동에 따라 명절 농수산물·농수산가공품 선물가액 범위를 2배로 상향하는 내용으로, 선물가액이 높아지자 가격에 대한 심리적 요인도 고가에 여유로워졌다는 평이다.

실제로 롯데마트에 따르면 김영란법으로 선물 가액 범위가 상향 조정되자 10만~20만원 사이의 선물세트가 큰 인기를 끌고 있다. 롯데마트의 사전 예약 판매기간인 2021년 12월 9일부터 2022년 1월 11일의 전체 선물세트 판매실적은 12.6% 늘었으며, 10만~20만원 미만 상품의 매출은 49.7%의 큰 신장률을 기록했다. 이마트 또한 해당 가격대 매출 신장율은 45.8%에 이른다.

업계 관계자는 "물가 상승과는 별개로 전반적으로 선물 가액 자체가 오른 상태"라며 "최근 인기를 얻었던 프리미엄 외국 과일이나 와인, 프리미엄 식자재 등이 실용적인 선물로 인식되면서 선물가액 상승을 견인했다"고 말했다. 이어 "최고급화 된 선물세트는 과거에도 있었지만 금액대가 계속 높아지는 것은 기본 선물세트 가액이 높아진 것과 관계가 없지는 않다"고 덧붙였다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

CJ제일제당, 밀키트 등 설 맞이 기획전

CJ더마켓 설 선물·경품 등 마련
온라인 한정 실속 선물세트도
명절 음식 밀키트 4종 선보여

CJ제일제당이 설을 맞아 공식몰 CJ더마켓에서 선물세트, 명절 성수제품, 밀키트 등 다양한 설맞이 제품과 함께 다양한 경품과 쿠폰을 증정하는 기획전을 진행한다.

먼저 오는 27일까지 선물세트와 함께 명품 지갑 증정 등 다양한 혜택을 제공하는 기획전 '설 선물대전'을 연다. 가성비 좋은 CJ더마켓 전용 선물세트 '특별한선택 스페셜THE호'가 포함된 복합 세트를 비롯한 스팸 세트, 건강기능식품, 과일, 생선 등 신선 세트까지 총 150여 개의 제품이 마련돼 있다. 구매금액에 따라 총 205명의 고객에게 풍성한 경품도 증정한다. 행사 코너에서 10만 원(결제가) 이상 구매하면 추첨을 통해 디올 새들 카드지갑(2명), 다이슨 무선청소기(3명)를, 7만원 이상 구매한 200명은 CJ더마켓 기프트카드 5000원권을 받을 수 있다.

온라인에서만 판매하는 실속 선물세트 기획전도 오는 19일부터 28일까지 진행한다. CJ제일제당이 이번 설에 새롭게 선보인 '포장이 가벼운 스팸 선물세트' 2종은 물론 비비고 왕교자, 모둠잡채, 동그랑땡 등 인기 제품으로 구성한 '비비고 풍성한 한상차림', '비비고 제주바다 은갈치구이 세트', 햇반솥반 꿀약밥 세트 등을 실속 있게 꾸렸다.

CJ제일제당 밀키트 브랜드 '쿡킷'에서도 가족과 함께 명절 분위기를 낼 수 있는 메뉴 4종을 선보였다. 오는 20일까지 홈페이지에서 쿠폰 혜택과 함께 사전예약 가능하며, 이후 28일까지 본 판매 기획 행사를 진행한다. '쿡킷'이 새로 선보인 메뉴는 '전복수삼소사태찜', '매생이굴떡국', '소고기버섯듬뿍잡채', '소고기육전과 모둠전'으로 온 가족이 즐기는 명절 음식으로 제격이다. 특히, '전복수삼소사태찜'은 고기를 부드럽게 만들어주는 수비드 공법을 사용한 소고기 사태와 전복, 수삼이 어우러진 찜요리로 귀한 손님을 대접하는 데 안성맞춤이다.

/신원선 기자 tree6834@

롯데리아 홍대 무인매장, MZ세대에 호응

첫 플래그십 스토어 'L7 홍대점'
목표 매출액 40% 초과 달성

롯데리아 L7홍대점 스마트존에 설치된 무인주문 및 무인픽업 존. /롯데GRS

롯데GRS의 롯데리아가 프랜차이즈의 '통일성'을 벗어나 입점 상권에 맞춘 첫 플래그십 스토어인 L7홍대점이 목표 매출액을 약 40% 초과해 달성했다고 17일 밝혔다.

롯데리아 L7홍대점은 기술·제품·서비스의 성능 및 효과를 시험할 수 있는 '테스트베드' 유형의 콘셉트 매장으로 홍대 상권의 힙한 공간 인테리어 구성과 비대면 무인 기기의 '푸드테크'를 적용해 상권 주요 이용 연령대인 2030세대들을 겨냥했다.

또한 L7홍대점에서만 맛볼 수 있는 '홍대 치'S'버거의 12월 10일 간의 판매기간 동안 전체 제품 매출 구성비 중 약 10%를 기록, 1월 역시 지난 16일까지도 버거 판매량 중 1위를 기록하고 있는 것으로 집계 됐다.

롯데리아의 공식 VOC(Voice Of Customer) 채널에는 L7홍대점 이용 후 특이한 매장 인테리어와 픽업 박스 등 참신한 경험을 받았다는 후기 등 이용 고객에게도 색다른 경험 제공하고 있는 것으로 나타났다.

/신원선 기자

YouTube
유튜브〈메트로신문〉 동영상 제공

GS25

딸기샌드위치 라인업 확대

GS25가 지난해 11월 딸기샌드위치 출시에 이어 이달 14일부터 제주말차딸기샌드위치를 추가로 선보이며 딸기샌드위치 라인업을 2종으로 확대했다고 17일 밝혔다. 제주말차딸기샌드위치는 제주산 녹차와 말차가 들어가 달콤쌉싸름한 연녹색의 말차 크림이 딸기와 잘 어우러진 샌드위치다.

GS25는 이번 시즌 딸기샌드위치와 딸기 관련 디저트의 판매량을 고려했을 때 이에 사용되는 딸기의 양은 원물 기준으로 약 500톤 규모가 될 것으로 추산하고 있다. 이를 위해 GS25의 원재료 구매 담당자는 딸기샌드위치 등의 안정적 공급을 위해 출시 6개월 전인 매년 5월부터 논산, 고령, 산청, 하동 등 전국의 딸기 유명 재배지를 돌며 딸기 원물의 공급 협의를 마쳤다 /김서현 기자

이마트24

'딜리셔스 아이디어' 내재화 속도

매장 유니폼 디자인 변경

이마트24가 지난 14일부터 매장 근무시 착용하는 유니폼 디자인을 변경하며 지난해 발표한 슬로건 '딜리셔스 아이디어' 내재화에 본격 나섰다.

이번에 교체한 매장 유니폼은 골프 조끼를 모티브로 심플한 검정색으로 고급스러움과 실용성까지 겸비했다.

검정색 바탕 뒷면 상단에 영문 DELICIOUS IDEA(딜리셔스 아이디어)가 세로로 작게 레터링 된 조끼스타일로, 이마트24는 근무자가 '입고 싶은 유니폼'을 목표로 감각적인 디자인을 적용하기 위해 노력했다.

이마트24는 이번 유니폼 변경을 시작으로 슬로건 내재화에 나선다.

슬로건 딜리셔스 아이디어는 '1. 아주 맛있는', '2. 아주 기분 좋은'이라는 딜리셔스의 사전적 의미를 기반으로, '맛있고 기분 좋은 경험'이 가득한 '이마트24'를 통해 고객이 이마트24를 찾도록 하겠다는 의지와 목표가 담긴 슬로건이다. /김서현 기자

성동구 소재 이마트24 본점에서 모델이 변경된 유니폼 디자인을 소개하고 있다.

CU "제주선 비닐 대신 종이봉투 드려요"

네오플과 손잡고 친환경 캠페인

BGF리테일은 네오플과 손잡고 비닐봉지 사용량 감축을 위한 친환경 캠페인 '2022 We Make Green Jeju'를 전개한다고 이달 17일 밝혔다.

BGF리테일은 지난 2020년 9월부터 제주 관광 지역에 위치한 CU 150여 곳을 중심으로 비닐봉지 대신 종이봉투를 제공하는 친환경 캠페인을 펼쳐왔다.

친환경 종이봉투는 재생지를 가공해 만들었으며 종이로 분리수거가 가능해 환경적 부담이 적다. 종이봉투 한 쪽 면에는 코로나19 시국에 맞춰 올바른 일회용 마스크 폐기 방법을 안내하는 그림도 디자인했다.

종이봉투 제작과 관련된 제반 비용은 네오플이, 종이봉투 분류 및 배송, 점포 운영 등 캠페인 전반에 사용되는 비용은 BGF리테일이 부담한다.

해당 캠페인은 관광객이 많은 제주도의 특성과 맞물려 가맹점주와 고객들로부터 더욱 뜨거운 호응을 얻었다. 관광지 특성 상 장바구니 사용률 및 비닐봉지 회수율은 상대적으로 낮은 반면 판매된 비닐봉지가 바다 등 자연으로 유입될 위험은 높기 때문이다.

실제 종이봉투 사용 캠페인을 통해 지난해 비닐봉지를 대체한 종이봉투는 약 230만 장에 달한다. /김서현 기자