

행사·홍보 없이도 매출 '쑥쑥'... 유통가, 장밋빛 연말 기대감

편의점 빼빼로데이 매출 급증 수능, 월드컵 등 특수 줄이어 "코로나 엔데믹 영향 크게 작용"

유통가가 각종 'OO데이'에도 별다른 프로모션, 이벤트를 진행하지 않는 가운데 빼빼로데이에서 견조한 실적이 나오면서 연말 실적에 기대가 커지고 있다.

지난 10월28일 있었던 핼러윈 참가 직후 유통기업들은 일제히 핼러윈 이벤트와 대규모 할인전을 취소했다. 5일 국가 애도 기간이 종료된 후에도 행사와 홍보를 미루면서 유통가에서는 4분기 실적에 대한 우려가 컸다.

16일 업계에 따르면 대부분 유통기업들이 기념일 마케팅을 축소하고 있지만 예상 외의 실적을 거둔 곳들이 나오면서 4분기 매출 실적에 대한 기대감이 커지고 있다.

편의점 3사(GS25, CU, 세븐일레븐)에 따르면 빼빼로데이 관련 매출은 전년 대비 50% 전후 증가했다. 2일부터 11일까지 GS25의 빼빼로 매출은 전년 동기 대비 60.8% 증가했다. 같은 기간 CU와 세븐일레븐은 각각 43.6%, 60.0% 증가한 것으로 집계됐다.

빼빼로데이는 편의점 업계에서는 밸런타인데이, 화이트데이와 함께 연중



서울시내 대형마트를 찾은 시민이 빼빼로 제품을 살펴보고 있다. 이번 빼빼로데이는 이태원 참가 후 첫 기념일로 업계 전반에서 홍보를 자제했지만 예상 밖의 호실적이 나왔다. 이어지는 수능, 월드컵, 블랙 프라이데이에서의 매출을 기대하는 목소리가 커지고 있다. /뉴스시

최대 대목으로 꼽힌다. 편의점 업계는 매년 빼빼로데이 관련 이벤트와 프로모션에 심혈을 기울였다. 그러나 편의점 업계는 참가 직후 모든 홍보물과 점두 진열을 철거하고 관련 마케팅 행사를 중단했다.

업계에서는 '데이 마케팅'의 특수성과 엔데믹(풍토화) 간 영향이 크게 작용한 것으로 본다. 업계 관계자 A씨는 "엔데믹 이후 '처음 맞은 OO데이'들 대부분이 예년을 넘는 실적을 기록했다"며 "업계의 전폭적인 홍보가 없어도 3년 만에 맞은 자유로운 기념일인 만큼 분위기가 좀 더 고조된 듯하다"고 설명했다.

16일 진행하는 2023학년도 대학수학능력시험 관련 상품도 큰 홍보 없이 준수한 실적을 거두고 있다. 건강기능식품 전문 해외직구 플랫폼 아이허브는 15일에서야 수능 관련 프로모션을 공개했지만 이미 10월부터 지난 3일까지 판매된 두뇌 건강 제품의 판매량은 전년 동기 대비 350% 오른 것으로 나타났다.

다만 올해는 팬데믹 상황 속에서는 수험생의 코로나19 감염 등을 우려해 직접 선물을 전하지 않고 모바일 선물하기로 마음을 전하는 문화가 퍼져 오프라인 행사 보다는 모바일 상품권 관련 행사가 더 많아 온라인에 힘을 주는

곳이 많다.

유통업계서 수능보다 중요하게 촉각을 곤두세운 행사는 SSG랜더스 우승기념 SSG세일(18일)과 2022 카타르 월드컵(20일)이다.

또 다른 유통업계 관계자 B씨는 "수능은 학령인구가 줄어들다 보니 매년 중요도가 떨어지는 추세지만, SSG데이와 카타르 월드컵은 다르다"며 "SSG데이는 이태원 참가 후 처음 열리는 기업 주최 대형 세일행사기 때문에 다른 기업에서도 고객 반응에 주목하고 있다"고 말했다. 이어 "카타르 월드컵도 세계적인 스포츠 축제인 만큼 고객들의 호응 정도가 크리스마스까지 이어지는

축제 분위기의 바로미터라고 여긴다"고 설명했다.

신세계그룹은 오는 18일부터 20일까지 온·오프라인 19개 계열사가 모두 참여한 '쓱세일'을 진행한다. 이마트와 이마트24에서는 그동안 보기 어려웠던 1+1 행사 상품을 대거 선보이고 신세계백화점에서는 인기브랜드 최대 70% 할인 및 에어볼 추천, 럭키드로우 등 현장 이벤트를 준비했다.

업계 관계자들은 SSG세일이 새로운 분위기 전환의 기회가 될 것으로 기대하고 있다. 현재까지 SSG세일에 대한 대중적인 반응은 긍정적이다. 정확한 할인 품목이 공개되기 전 할인품목 정보가 SNS를 중심으로 나돌았다. SSG세일을 앞두고 군불 지피기에 나선 신세계 각 계열사들이 연 이벤트도 호응을 얻고 있다.

카타르 월드컵은 참가로부터 보름 이상 지나 열리는 만큼 유통가에서는 조심스럽게 행사를 열고 있다.

이마트 측은 대대적으로 내세우지는 않았으나 '프리미엄 TV 할인대전'을 월드컵을 겨냥해 열었다. 할인전을 열면서 축구와 관련한 이벤트도 준비했다. 삼성/LG 55인치 이상 TV 구매 고객에게 3000개 한정 '축구 국가대표팀 싸인볼'을 무상으로 증정하기로 했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

연중 최대규모... 의류 등 가격 할인 방점

백화점 정기세일

신세계 전 점포 에어볼 추천 이벤트 롯데 시즌 오프 등 합리적 쇼핑 행사 현대 300개 브랜드 최대 50% 할인

백화점 4개사(신세계·롯데·현대·갤러리아)는 18일부터 다음달 4일까지 올해 마지막 정기세일을 실시한다. 연중 최대 규모로 진행되는 이번 겨울 정기세일을 통해 백화점 고실적에 박차를 가한다는 방침이다.

신세계백화점은 오는 18일부터 진행하는 그룹 계열사 통합 행사 'SSG세일'과 겨울 정기세일을 함께 진행한다. SSG세일은 신세계 그룹 야구단 SSG랜더스의 와이어투와이어 KBO리그 통합우승을 기념하기 위해 진행되는 행사다.

행사기간 중 전 점포는 시크르 핸드



백화점 업계가 18일부터 올해 마지막 정기세일에 들어간다. /뉴스시

크림, 식당가 1만원 이용권 등을 증정하는 에어볼 추천 이벤트를 진행한다. 또 본점과 타임스퀘어점, 대구신세계에서는 포토부스를 마련해 특별한 기념 촬영을 제공하고 신세계백화점 본점 옥상공원에서 다채로운 참여형 행사를 준비했다.

롯데백화점은 남녀 패션 브랜드의 상품 할인과 시즌 오프, 마케팅 프로모션

등을 통해 합리적인 쇼핑 행사를 선보인다. 올해 'Supper Happy', '여름 바캉스', 'La Festa' 등 이색적인 테마와 함께 진행했던 이전 세일들과는 다르게, 이번 세일은 본격적인 겨울 시즌을 맞아 패션 상품군 할인 및 시즌 오프 등 가격 할인에 중점을 두었다.

현대백화점은 패션·잡화·스포츠·화장품 등 총 300여개 브랜드 겨울시즌 신상품을 최초 판매가 대비 최대 50% 할인해 판매한다. 특히 강추위가 예상되는 만큼 패딩과 코트 등 각 브랜드별 아우터 물량을 지난해 행사 대비 최대 20% 이상 늘렸다.

갤러리아백화점은 이번 세일에서 명품 브랜드 시즌오프를 비롯하여 갤러리아백화점 전 지점 약 2백여개의 브랜드가 최대 50%에서 10%까지 할인된 가격으로 행사를 진행한다. /김서현 기자



스타벅스 "2023년 플래너 챙기세요"

스타벅스가 16일 서울 중구 스타벅스 한국프레스센터점에서 2023 스타벅스 플래너를 선보이고 있다. 스타벅스는 15일부터 겨울 시즌을 맞아 고객들에게 스타벅스 플래너를 증정하는 '겨울 e-프리퀀시 이벤트'를 시작했다. 몰스킨과 협업해 제작한 2023 스타벅스 플래너는 '리추얼 플래너'(신시아 레드 색상, 하우스 그린 색상)와 '라이프 저널'로 제작됐으며 스타벅스 앱 모바일 예약 시스템을 통해 예약할 수 있다. /손진영 기자 son@

유통업계 신제품

CU

테이스틴 곤약밥 시리즈

CU가 16일 열량은 줄이고 단백질 함량은 높은 테이스틴 곤약밥 시리즈 2종을 16일 출시했다.

CU가 이번엔 선보이는 테이스틴 곤약밥 시리즈는 일상에서 간편하게 식단을 조절할 수 있도록 개발된 고단백 저칼로리 상품이다.

'두부&현미귀리 곤약밥', '두부&버섯 곤약밥' 2종이며 일반 즉석밥(150g 기준) 대비 약 15% 낮은 190 칼로리로 즐길 수 있다.

테이스틴 곤약밥 시리즈는 두부, 콩, 등 다양한 자연 원재료를 사용해 일반 곤약밥 상품 대비 최대 5배 많은 9~10g의 단백질을 섭취할 수 있다. /김서현 기자

샘표

'통팔·호박' 밸런스죽 2종

우리맛연구 기업 샘표가 한 끼에 필요한 식이섬유를 100% 섭취할 수 있는 밸런스죽 '동지 찹쌀통팔죽'과 '통팔 늙은호박죽'을 출시했다.

샘표는 기존 밸런스죽 발아현미소고죽과 통녹두전복삼계죽이 호평을 얻자 한 끼 식사용은 물론 간식으로도 인기인 팔죽과 호박죽을 새롭게 선보이며 라인업을 강화했다고 전했다.

밸런스죽 '동지 찹쌀통팔죽'과 '통팔 늙은호박죽'은 두 제품 모두 식이섬유 10g씩 함유돼 식품의약품안전처 고시 기준 한 끼에 필요한 식이섬유를 100% 섭취할 수 있는 것이 특징이다. /신원선 기자

홈플러스

온라인몰 판매자 수수료 면제

홈플러스가 17일부터 내년 2월까지 자사 온라인몰의 오픈마켓을 통해 사업을 하는 판매자들에게 원활한 초기 정착을 지원하기 위해 일정기간 수수료를 면제하는 '수수료0%' 프로모션을 진행한다.

신규 입점을 원하는 셀러는 홈플러스 온라인몰 파트너센터에 회원가입 후 온라인몰 판매자로 신청해 입점 승인을 받으면 된다. /김서현 기자

CJ제일제당

비비고 죽, '햇반 소프트밀' 새단장

햇반 라인업 편제... 카테고리 확장 방침

CJ제일제당은 '비비고 죽'의 브랜드와 패키지를 '햇반 소프트밀'로 변경했다고 16일 밝혔다. '햇반' 라인업으로 편제해 쌀 가공 전문 브랜드 이미지를 강화하고 카테고리 확장의 토대를 마련하겠다는 계획이다.

'햇반 소프트밀'은 비비고 육수기술 기반의 깊은 맛과 품질은 물론 죽에서

가장 기본이 되는 '쌀 본연의 가치'에 집중한 제품이다. 26년간 쌓아 온 햇반의 기술력과 노하우를 토대로 국내 유일의 맞춤형 자가도정 기술을 통해 죽에 적합한 최적의 쌀알 식감을 구현했다.

향후에는 죽 외에도 곡물을 주 원료로 부드럽고 가벼운 식사가 가능한 신제품을 '햇반 소프트밀'로 선보일 계획이다. /신원선 기자 tree6834@