



2023학년도 대학수학능력시험일인 17일 서울 종로구 경복고등학교에 마련된 시험장에서 수험생들이 시험 시작을 기다리고 있다.



수험생이 자원봉사자 오토바이를 타고 서울 중구 이화여자고등학교 고사장에 도착하고 있다.



조희연 서울시교육감이 서울 종로구 경복고등학교 앞에서 수험생을 응원하고 있다.



서울 종로구 경복고등학교에서 수험생이 발열체크 하고 있다.



강원 원주고등학교 정문에서 수험생 부모가 시험장으로 입실하는 아들을 바라보고 있다. /뉴시스

10억개 팔린 불고기버거... 글로벌 현지화 도전

롯데리아 불고기버거 라인업 다양화 베트남, 미얀마, 라오스 등 해외 진출

토종 버거 프랜차이즈 롯데리아가 불고기버거를 앞세워 K-버거의 위상을 드높인다.

롯데리아는 1992년 '한국인의 입맛에 맞는 햄버거' 개발을 목적으로 한국 대표 음식인 불고기를 햄버거에 활용, 햄버거 패티 자체에 불고기 양념 시즈닝과 불고기 소스를 활용한 불고기버거를 출시했다.

불고기버거는 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 메뉴로 출시 이후 롯데리아의 버거 판매량 부동의 1위를 유지하고 있다. 30년간 누적 판매량은 약 10억개에 달한다.

롯데리아는 소비자들의 입맛을 고려해 불고기버거 라인업을 꾸준히 다양화해왔다. 지난 2월 불고기를 활용한 신제품 '불고기 4DX'를 출시했으며, 6월에는 2004년 출시한 한우불고기버거 라인업을 확대한 '한우 트리플머쉬룸'과 '더블 한우불고기' 버거를 추가 출시했다.

한국인의 입맛에 대중적이고 호불호 없는 불고기를 활용한 롯데리아 신제품



롯데리아 더블 한우불고기 버거 /롯데GRS

출시로 두 제품은 올해 출시 한달만에 누적 판매량 100만개를 넘어섰으며, 특히 한우불고기버거는 국내산 한우를 원료한 특성으로 인해 프리미엄 가격 수준임에도 불구하고 한달만에 예상 판매량보다 약 2배 뛰어 넘으며 금년 하반기 매출 견인에 효자로 재 거듭났다.

실제 올해 1분기 롯데리아 버거 판매 매출액(직·가맹점 포함)은 전년 대비 약 8% 성장하였으며 2, 3분기는 두자리 수로 각각 약 11%, 약 17% 성장해 하반기 매출 상승세를 보이고 있다.

또한 7월 역시 한달 매출액이 약 1000억원을 넘어섬에 올해 최고 판매 매출액을 기록했으며, 한우불고기버거

출시 후 1주일이 경과한 7월 9일과 10일에는 각각 일 매출액 50억을 달성하며 근래 없는 매출 기록을 경신하기도 했다.

롯데리아는 국내의 안정적인 제품 판매 실적을 바탕으로 동남아 시장에도 출시표를 냈다. 롯데리아는 일찍이 1998년 베트남에 진출하였으며 약 38개 지역에 약 270여개의 매장 전부 직영점으로 운영중이다.

롯데리아는 한국적 특색을 살리면서도 베트남 현지인들의 입맛에 맞는 메뉴를 선보이는데 주력하고 있다. 또, 지난해 연말부터 지금까지 베트남 전역에서 시설을 개선하고 여러 매장을 핵심 지역에 위치한 현대적이고 넓은 공간으로 새단장하는 작업을 진행중이다.

베트남 현지 매장에는 불고기버거 뿐 아니라 새우버거 및 모짜렐라인더버거 등 국내 제품들이 해외 현지에도 판매되고 있다. 롯데리아는 K-한우 시리즈들을 현지화로 재구성해 현지 기업의 인프라를 활용한 MF사업(마스터 프랜차이즈)으로 미얀마, 라오스, 몽골, 캄보디아 등에 진출하며 글로벌 외식 프랜차이즈 메뉴의 적용을 고려하고 있다. /신원성 기자 tree6834@

모델 엄마도 탐낸 아이 화장품 코코힐리, 송경아 TV CF 선배

'엄마가 허락한 화장품' 편 공개

프리미엄 어린이 화장품 브랜드 코코힐리(cocoheali)가 '엄마가 허락한 화장품' 편 광고를 새롭게 선보인다.

이번 광고에서는 대한민국을 대표하는 톱클래스 모델이자 방송인인 슈퍼맘 송경아가 딸을 가진 엄마의 마음을 표현하는 대표주자로 나섰다.

이번 광고는 엄마 화장품을 사용해 보고 싶은 아이의 호기심이라는 소재를 엄마가 너무나 사용해 보고 싶은 어린이 화장품이라는 컨셉으로 바꾸어 한편의 시트콤처럼 만들어졌다. 코코힐리는 모델 엄마가 사용해 보고 싶은 정도로 매력적이다. 아이 몰래 크림팩트를 사용하려던 엄마에게 아이는 '이건 제꺼 예요!'라고 가져가고, 엄마는 만족하며 '허락할게!'라는 멘트로 마무리된다.

크림팩트는 엄마 화장품을 사용해 보고 싶은 아이들을 위해 만들어진 기초 크림 팩트다.

이번 광고 촬영 현장에서 송경아는 프로페셔널한 모델의 매력은 물론 아이를 키우는 베테랑 엄마의 면모를 그대



코코힐리는 '엄마가 허락한 화장품' 광고를 선보인다. /코코힐리

로 드러내어 시선을 사로잡았다.

코코힐리 관계자는 "이번 광고를 통해 엄마를 따라하고 싶은 아이들을 위해 건강한 어린이 화장품을 찾았던 엄마들에게 '엄마가 허락한 화장품'에 대한 인사이트가 잘 전달되었으면 한다"고 말하며, "코코힐리와 만나 크리에이티브한 즐거운 시간을 보내기를 기대한다"고 밝혔다.

프로모델, 슈퍼맘 송경아의 색다른 모습들을 담은 TVCF는 11월부터 TV를 비롯한 다양한 매체를 통해 공개될 예정이다. /이세경 기자 seilee@