

마트, 1만원대 '가성비'... 百, 350만원 굴비 '초프리미엄'

설 선물세트 '양극화'

대형마트 사전예약 행사에 혜택·할인 많아 알뜰족 몰려 1만원 미만 선물세트 '불티'

百, 수백만원대 식품 물량 늘려 백만원대 한우 선물 매출 경증



롯데백화점은 이번 설 선물세트 본판매에서 프리미엄 선물 수요에 공격적인 대응에 나섰다. 주요 선물 카테고리별 프리미엄 상품을 더욱 강화함과 동시에, 가치소비 트렌드에 맞는 친환경 콘텐츠도 다양하게 준비했다. 반면 롯데마트는 가성비 선물세트 물량을 대거 늘리고 역대 최장 기간인 42일 간 사전예약 판매를 진행한다. /롯데백화점

설을 20여일 앞두고 유통업체가 집계한 설 선물세트 판매 결과, 양극화 소비 트렌드가 심화한 것으로 나타났다.

3일 <메트로경제>의 취재를 종합해보면, 대형마트 업계에서는 '가성비' 선물세트 매출의 상승이 뚜렷하게 나타났지만 백화점 업계에서는 '초(超)프리미엄화'와 '친환경'이 선물세트 트렌드로 떠올랐다.

지난해 설까지 유통채널을 불문하고 고급화 추세를 보였던 명절 선물세트는 3고(고물가·고급리·고환율) 사태가 닥친 후 9월 추석부터 프리미엄과 가성비로 양극화했다. 기약 없는 경기 침체에 명절 선물세트 양극화 현상은 이번 설 명절 더욱 심화해 유통채널 별 사전예약 판매 일정까지 영향을 미쳤다.

'가성비'를 내세운 마트업계는 가장 빨리 명절 선물세트 사전예약을 시작했다. 롯데마트·이마트·홈플러스는 지난달 1일부터 이달 11일까지 사전예약을 진행 중이다. 사전예약 구매는 제공하는 혜택과 할인 폭이 본판매 보다 훨씬 커 매년 선물세트 판매 비중이 커지고 있다.

롯데마트에 따르면 지난 1일부터 23일까지 약 3주 간 사전예약 매출 실적이 전년 대비 20% 증가했다. 지난

설 대비 가성비 세트 물량을 50% 확대한 축산 선물세트 매출이 30% 이상 상승했고, 5만원 미만 과일 선물세트도 20% 이상 실적이 올랐다. 1만원 미만의 가격으로 구성된 김 선물세트도 약 40% 신장했다.

이마트는 이번 사전예약 매출 비중이 처음으로 50%를 넘어설 것으로 전망된다. 이마트는 실용적인 선물세트에 대한 관심이 커져 전통적인 제수 과일인 사과, 배에 샤인머스켓, 키위, 망고, 한라봉 등을 함께 구성한 과일 혼합 세트 매출이 80% 증가했으며 건강기능성식품 선물세트가 91.5% 늘었다. 동시에 프리미엄 선물세트도 높은 매출 증가세를 보였다. 프리미엄 한우 냉장 선물세트가 98.6%, 20만원 이상 프리미엄 수산 선물세트가 52.2% 매출이 늘었다.

마트업계와 대조되는 백화점 업계의 경우 프리미엄 선물세트의 기준이 훌쩍 뛰었다. 마트업계가 20만원대 이상 선물세트에 대해 '프리미엄' 수식을 붙이는 것과 달리 백화점 업계

는 100만원대 이상 선물세트나 최고급으로 엄선해 구성한 선물세트에 '프리미엄'을 붙였다. 프리미엄 선물세트에 대한 수요가 백화점에서는 더욱 강하게 나타나기 때문이다.

롯데백화점은 올해 한우 등급과 청과 당도를 상향하고 인증 수산물을 확대 도입했다. 롯데백화점에 따르면 지난해 추석 한우 선물세트 매출은 2021년 추석 매출과 대비해 20% 이상 증가했는데, 특히 100만원 이상 한우 선물세트 매출이 2배 증가한 것으로 나타났다.

지난해 판매된 전체 한우 선물세트 중 1+ 등급 이상이 차지하는 비중이 70%로 코로나 이전(2019년) 대비 약 30%p 증가하기도 했다. 이에 1+ 등급 이상의 프리미엄 한우 선물세트 품목 수를 40% 이상 늘려 더욱 다양하게 준비했다.

현대백화점도 100만원 이상 초프리미엄 선물세트 물량을 전년 대비 50% 이상 늘렸다. 1++등급 한우 중에서도 마블링 최고 등급(No.9)만 사용한 '현대명품 한우 넘버나인(250만

원)'과 '현대명품 한우 프리미엄(200만원)' 등이 대표적이다. 수산물 세트에서는 국내에서 연간 100여 마리밖에 잡히지 않는 35cm 이상 참굴비 10마리로 구성된 '현대명품 참굴비 수(秀)세트(350만원)'를 선보였다.

백화점 업계에서는 '친환경'도 트렌드다. 신세계는 3일부터 시작한 본판매에서 자연 생분해되는 100% 사탕수수로 제작한 햄퍼박스를 새롭게 도입해 선보였다. 신세계는 친환경 햄퍼박스를 명절뿐 아니라 일반 패키지에도 도입, 일상 생활에서도 고객과 신세계가 함께 자원 순순환에 앞장선다는 계획이다.

롯데백화점은 업계 최초로 일반 한우보다 탄소 배출량이 65% 적은 '저탄소 한우 선물 세트'를 선보였다. 또 플라스틱 대신 종이 펄프를 사용하거나 부자재 사용을 최소화한 친환경 포장 선물 세트도 기존 '청과' 및 '수산' 등에 이어, 이번 설부터는 '견과' 선물 세트에도 적용했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

LG생활건강

'후 디지털 뮤지엄' 오픈

LG생활건강의 럭셔리 궁중 화장품 '히스토리 오브 후'가 왕후의 숨결이 깃든 궁중 문화 예술의 가치를 가상현실(VR)로 전한다.

LG생활건강은 3일 '후 디지털 뮤지엄'을 오픈했다고 밝혔다. 이번엔 문을 연 디지털 뮤지엄은 나전, 화각, 자수 등 궁중 공예 예술의 가치가 담긴 국민세트를 중심으로 후의 헤리티지를 한 곳에서 체험할 수 있는 공간이다. '메인홀'과 '히스토리홀'로 구성됐으며, 조선왕조를 대표하는 건축물인 경복궁과 경희루의 미적 감각을 후 브랜드에 맞게 현대적으로 재해석한 공간으로 꾸며졌다.

호수 위에 고즈넉하게 자리 잡은 메인 홀은 당해 년도의 국민세트를 소개하는 공간으로, 최소한의 장식으로 마감된 미니멀한 분위기가 평화로움을 선사한다. 이러한 공간에 몰입도 높은 전시 경험을 제공하기 위한 사용자 경험·인터페이스(UX·UI)를 적용했으며 12점의 국민세트 작품은 360도 3D 뷰어 기술로 구현돼 생생한 실감 체험이 가능하다.

/이세경 기자

동국제약 유어핏

건기식 '마시는 마그네슘B'

동국제약은 헬스&이너뷰티 브랜드 '유어핏(YOUR FIT)' 라인의 건강기능식품 '마시는 마그네슘B(사진)'를 출시했다.



신제품 '마시는 마그네슘B'는 마그네슘과 비타민B6를 동시에 섭취할 수 있는 제품으로, 근육 건강과 에너지 보충을 한번에 충족시킬 수 있다. 특히 골프나 테니스, 러닝 등 야외운동으로 긴장된 근육의 이완이 필요하거나 업무와 학업으로 지친 직장인과 학생들에게 추천한다.

흡수율이 높은 글루콘산 마그네슘이 150mg 함유돼 있으며, 액상 타입이라 흡수가 빠르다. 마그네슘은 신체 내 효소 반응에 관여하고, 체내에서 일어나는 생리적 과정에서 필수적인 미네랄로, 신경 안정과 근육 긴장 완화에 도움을 준다.

스틱포 형태의 포장으로 물 없이 간편하게 섭취가 가능하며, 제주산 한라봉 농축액과 감귤 농축액을 넣은 새콤달콤한 맛으로, 물에 타서 먹거나 얼려서 슬러시처럼 먹는 등 다양한 방법으로 섭취할 수 있다. /이세경 기자

JW중외제약

'프렌즈 아이드롭케어' 출시

JW중외제약은 신제품 '프렌즈아이드롭케어(사진)'를 출시하고 본격적인 마케팅 활동에 돌입했다고 3일 밝혔다.



프렌즈아이드롭케어는 나파졸린염산염, 네오스티그민메틸황산염, 아미노카프로산 등을 주성분으로 하는 1회용 점안액이다. 이 제품은 눈의 피로, 결막 충혈, 알러지로 인한 가려움 등을 완화시키는데 효과적이다. 또 0.5ml x 30ea 제품으로 휴대가 간편하며, 하드 렌즈를 착용한 상태에서 사용이 가능하다. /이세경 기자

셀트리온 '램시마', 세계 100개국서 허가

미국·유럽 점유율 상승세 램시마SC 허가확대 총력

셀트리온은 3일 자가면역질환 치료 바이오시밀러 '램시마'가 10여 년 만에 글로벌 허가 100개국을 넘어섰다고 밝혔다.

램시마는 류마티스관절염, 강직성 척추염, 류양성 대장염, 크론병, 건선 등 자가면역질환 치료에 사용되는 항체 바이오시밀러로 2006년 물질 개발

을 시작해 2012년 7월 세계 최초로 한국 식품의약품안전처의 허가를 획득했다. 이후 2013년 9월 유럽연합(EU), 2016년 4월 미국 식품의약국(FDA) 허가를 추가했으며 이 밖에 캐나다, 일본, 브라질, 오스트레일리아, 이집트, 남아프리카 등에서 꾸준히 허가를 획득하면서 지난 해 말 기준 글로벌 품목허가 100개국을 돌파했다.

의약품 시장조사기관 아이큐비아

(IQVIA)에 따르면 램시마가 속한 TNF- α 억제제의 세계 시장 규모는 2021년 기준 약 588억 2200만 달러(약 76조 6000억원) 규모다. 셀트리온헬스케어에 따르면 램시마는 지난해 2분기 유럽시장에서 53.6%를 기록하고 있으며, 화이자를 통해 판매중인 미국에서는 지난해 3분기 기준 31.7%의 시장점유율을 기록 중이다.

셀트리온이 새롭게 개발한 램시마 피하주사형 램시마SC 역시 글로벌

출시 및 신규 허가 확대에도 총력을 다하고 있어 향후 램시마군의 경쟁력은 한층 강화될 전망이다. 특히 램시마SC는 이미 46개국에서 허가를 획득한 가운데 세계 최대 시장으로 꼽히는 미국에서 허가 프로세스를 진행 중이다.

램시마에 이어 허가를 획득한 허주마, 트룩시마 등 후속 항체 바이오시밀러도 허가국가 확대를 통해 성장 확대에 속력을 내고 있다. 두 제품 모두 미국, 유럽 등 주요시장에서 허가 획득을 완료한 가운데 지난해 12월 기준 허주마는 92개국, 트룩시마는 88개국까지 허가를 확대한 상태다. /이세경 기자

"질 내 유산균 변화로 조산 위험성 예측"

이대목동병원 김영주 교수팀

임신 중인 한국 여성의 질내 유산균 변화로 조산 위험성을 예측할 수 있다는 연구 결과가 나왔다.

이대목동병원산부인과 김영주 교수(사진)팀은 지난해 12월 네이처의 자매지인 사이언티픽 리포트에 같은 내용을 담은 '한국 여성의 임신 중



질 내 유산균 종의 전이와 조산 예측' 연구 논문을 게재했다.

이 연구는 2019년 이화여자대학교의료원과 바이오 빅데이터 플랫폼 전문기업 '3BIGS'가 체결한 '인공지능(AI)과 빅데이터 활용을 통한 진단과 관

리를 위한 연구 개발'의 오픈스 테이터를 기반으로 하는 다양한 연구 결과 중 하나다.

김 교수는 이번 연구에서 한국 임신 여성 코호트를 통해 임신 37주 이후에는 분만을 위한 질내 내적인 변화로 마이크로바이옴의 변화를 관찰했다. 또 조산의 위험성이 있는 그룹에서 임신 2삼분기(14-28주)에 젓산균의 풍부도가 90% 미만으로 감소하고, 유리아플라스와 파름이 증가한다는 것을 밝혀냈다.

김 교수팀은 지난 3년간 한국의 임신 여성 코호트에서 질 내 특정 미생물 군집과 조산의 연관성을 분석했다. 실제로 여성의 질 내 마이크로바이옴이 여성의 건강과 임신 유지에 중요한 역할을 하고 있다고 알려져 있다.

김영주 교수는 "이번 연구 결과를 임신부의 질 내 마이크로바이옴 조성 변화는 조산을 예측하고 예방할 수 있는 지표로 활용될 수 있을 것"이라고 말했다. /이세경 기자