"짱구·담곰이 등 캐릭터 담은 '달달한 캔디' 선물하세요"

유통가 '화이트데이' 마케팅
GS25 짱구·발란과 3자 컬래버
성수동에 팝업 열고 굿즈 선보여
CU 담곰이 기획세트 10종 선봬
세븐일레븐 산리오와 컬래버
이마트24 380만원 상당 경품

CU가 출시한 화이트 데이 컬래버 상품. 캐릭터 '담곰이'와 컬래버한 상품을 선보인다. /bgf리테일

스타벅스가 커티스 쿨릭과 협업한 화이트 데이 푸드와 MD를 출시했다. /스타벅스코리아

화이트데이를 앞두고 유통업계가 분주하다. 편의점은 캐릭터 컬래버(협업) 상품에 힘을 주고 있고, 커피 전문점과 제과업계는 화이트데이를 맞아 달콤한 디저트와 음료를 출시하는 모습이다.

6일 유통업계에 따르면 주요 편의점업체들은 지난 밸런타인데이에 이어 이번 화이트데이를 앞두고도 캐릭터 컬래버 상품에 공을 들이고 있다.

GS25는 특별히 캐릭터 짱구와 패션브랜드 발란사가 협업한 3자 컬래버 상품을 선보인다. 7일부터 31일까지 25일 간, 서울 성수동에 위치한 프리미엄 플래그십 스토어 도어투성수에 '짱구×발란사' 팝업스토어를 오픈하며, 3자 컬래버 한정판 굿즈 및 화이트데이 선물세트를 선보인다.

CU는 40여 종의 이색 컬래버 상품을 선보인다. 대표 컬래버 상품은 인기 캐릭터 '담곰이'와 컬래버 해 키링과 스티커를 동봉한 굿즈 기획세트 10종 등이다. 담곰이는 일본 유명 크리에이터 '나가노'가 만든 농담곰 시리즈의 장난꾸러기 곰돌이 캐릭터다. 패션 브랜드 '김씨네 과일가게'와 컬래버해 과일가게 콘셉트를 살린 다양한 상품을 내놓았다.

세븐일레븐은 밸런타인데이에 이어 화이트데이에도 산리오 캐릭터와 컬래버한 상품을 낸다. 지난 밸런타인데이 때 산리오 캐릭터 캐리어를 선보여 10만 여개가 조기 품절 된 후 재출시를 예고한 데 이은 컬래버다. 화이트데이 단독 상품으로 캐리어 4종을 선보이며 폼폼푸린 캐리어까지 추가했다.

이마트24는 화이트데이를 맞아 380만원 상당의 주얼리 등을 경품으로 내건 이벤트를 진행한다. 오는 16일까지 초콜릿/사탕/젤리를 구입하는 고객 중 추첨을 통해 380만원 상당의 티파니앤코 '엘사 퍼레티 루비세트(목걸이&귀걸이)', 순금 3.75g, 실버바 100g 등을 증정한다. 하트시그널, 김토끼스튜듀 등과 컬래버한 상품도 판매한다.

스타벅스코리아는 7일부터 'LOVE ME'를 주제로 하는 신규 푸드와 MD 상품, 스타벅스 카드를 새롭게 선보인다. 특별히 뉴욕에서 활동하며 대표 시그니처 아트워인 'LOVE', 'LOVE ME'로 많은 사랑을 받고 있는 아티스트 커티스 쿨릭과 협업했다.

고급스러운 틴 케이스에 다크 초콜릿, 밀크 초콜릿을 코팅한 카라멜과 하트 모양의 라즈베리 초콜릿을 담은 '커티스 쿨릭 러브스 카라멜'을 핑크와 골드 두 가지 색상의 패키지로 선보인다. 하트 모양의 '러브스 초콜릿 마카롱'과 '러브스 스트로베리 마카롱'도 새롭게 출시된다.

아울러, 'LOVE' 아트웍을 활용한 다양한 디자인의 MD 상품도 선보인다. 보냉 파우치와 투명한 버킷백이 한 세트로 구성되어 각각 단독으로도 사용 가능한 원형 모양의 '커티스쿨릭 클리어 버킷백', 2명이 넉넉하게 사용할 수 있는 크기의 '커티스쿨릭 피크닉 매트'를 포함해 머그와 텀블러 등 협업 상품이 출시된다.

스페셜티 커피 전문 브랜드 폴 바셋은 화이트데이에 선물하기 좋은 쁘띠 디저트와 MD상품을 오는 14일까지 할인 판매하는 '스윗 러브' 프로모션을 진행한다. 이번 프로모션에서는 포르투갈 정통 에그타르트 나타와 포숑 마카롱 세트 2종, 다크 초콜릿 2종, 룬드런던 스키틀 램프 등 다양한 제품을 할인된 가격으로 만나볼 수 있다.

프로모션 기간에 할인된 금액으로 만날 수 있는 룬드런던 스키틀 램프는 영국 프리미엄 친환경 브랜드 룬드런던과 협업해 만든 것으로 로맨틱한 분위기를 연출할 수 있다.

오리온은 '마이구미 체리하트', '아이셔 자두맛' 등 화이트데이 한정판 2종을 출시했다.

마이구미 체리하트는 시즌 특성에 맞춰 마음을 표현하기에 제격인 하트 모양의 젤리로 구현하고, 상큼, 달콤 2가지 체리맛으로 완성했다. 패키지에도 '하트에디션', '아이러브유', '체리머치' 등 다양한 문구를 넣어 가족, 친구, 직장동료들과 선물을 주고받는 재미를 더했다.

아이셔 자두맛은 화이트데이 분위기에 걸맞게 제품 외관부터 패키지까지 핑크색으로 표현했다. 아이셔 특유의 짜릿한 신맛과 새콤달콤한 자두가 만나 맛에 재미까지 더해, 어린이와 중·고등학생이 친구들에게 마음을 전하는 가벼운 선물용으로 제격이다.

/신원선·김서현 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

폴 바셋 화이트데이 'Sweet Love' 프로모션 상품 모습. /매일유업

SPC삼립, 태국 베이커리 시장 진출… CP그룹과 맞손

현지 제품 생산·유통 합작법인 검토
시암 마크로에 사업노하우 제공키로

SPC삼립이 태국 베이커리 시장에 진출하며 글로벌 사업을 확대한다.

SPC삼립은 태국 재계 1위 기업인 CP그룹의 유통계열사 시암 마크로(Siam Makro)와 태국 베이커리 시장 진출을 위한 파트너십 업무 협약을 체결했다고 6일 밝혔다. 앞서 지난 2월 SPC삼립은 서울 코엑스 인터콘티넨탈호텔에서 '태국 베이커리 공동 사업'을 위한 'SPC삼립-시암 마크로 파트너십 업무협약 체결' 행사를 진행했다.

지난 2월 서울 코엑스 인터콘티넨탈호텔에서 진행한 '태국 베이커리 공동 사업을 위한 파트너십 업무 협약식'에서 (왼쪽부터) SPC삼립 황종현 대표이사, SPC그룹 허희수 부사장과 마크로 태국 CEO 타닛 치라와논, 마크로 사업 그룹 CEO 사와락 티타판이 기념촬영을 하고 있다. /SPC삼립

이번 업무 협약은 SPC삼립이 해외 사업 진출을 위해 현지 기업과 체결하는 최초의 파트너십으로 양사는 태국 현지 베이커리 제품 생산 및 유통을 위한 합작법인 설립을 검토하고 관련 사업을 추진할 예정이다.

시암 마크로는 2022년 기준 연 매출 약 17조6000억원을 기록했으며 태국 전역에 창고형 마트 '마크로' 150여 곳과 대형 할인점 '로터스' 2500여 곳을 운영하고 있다. 태국 외에도 캄보디아, 인도, 중국, 미얀마에 '마크로' 10곳을 운영 중이며, 아시아 지역에서 유통 및 프리미엄 식품 수출 사업도 운영 중이다.

SPC삼립은 시암 마크로가 태국 및 동남아 지역에 운영 중인 유통 채널 내 인스토어 베이커리 위탁 운영을 시작으로 현지 베이커리 제품 생산 및 유통 사업을 추진하고, 제품 개발 및 운영 프로세스, 품질관리 등 베이커리 사업 노하우를 시암 마크로에 제공할 계획이다.

이밖에 70여 년 동안 쌓아온 발효 중심의 미생물 분야 연구개발과 원천기술을 비롯해 디지털 혁신을 바탕으로 CP그룹과 바이오 및 IT산업 등 다양한 분야로 협업을 확대해 나갈 계획이다.

SPC삼립 관계자는 "이번 협약을 통해 태국을 시작으로 향후 동남아 시장으로 사업을 더욱 확대해 나갈 계획"이라며 "국내 베이커리 시장을 이끌어온 역량을 바탕으로 태국 시장에 국내 베이커리 우수성을 알릴 것"이라고 말했다.

한편, CP그룹은 21년도 기준 약 87조원의 매출을 올린 태국 재계 1위 기업이다. 산하에 식품분야 CP푸드, 유통분야 CP올, 통신·미디어 분야 트루 등 8개 사업군에 걸쳐 21개국에 진출하였으며, CP올은 태국 전역에서 약 1만 3000개의 세븐일레븐 편의점을 운영 중이다. /신원선 기자

'2022 원 창이 앱 어워드'서 신라면세점 '금상' 수상

신라면세점은 싱가포르 창이공항그룹이 주최하는 '2022 원 창이 앱 어워드'에서 최고상에 해당하는 금상을 수상했다고 6일 밝혔다.

신라면세점이 수상한 원 창이 앱 어워드는 창이공항그룹이 한 해의 주요 성과를 공유하고 원 창이 앱에 대한 공항 협력사들의 기여도를 평가하는 상 중 가장 중요한 본상이다. 원 창이 앱은 공항 직원들에게 다양한 공지사항과 교육 내용을 전파하는 모바일 앱이다. 창이공항그룹과 공항 협력사들이 교육 자료를 함께 제작하고 있다. 신라면세점은 높은 활용도, 직원 참여도와 함께 뛰어난 공항 면세점 운영 능력과 원활한 커뮤니케이션으로 우수한 파트너로 인정받아 수상자로 선정됐다. /김서현 기자

동서식품, 제품 패키지 '녹색기술 인증'

커피믹스 등에 우선 도입

동서식품은 커피믹스, 인스턴트 커피 리필, 포스트 시리얼 스탠드백 등 자사 제품군에 녹색기술 인증을 받은 포장재를 적용한다고 6일 밝혔다.

녹색인증제도는 탄소중립, 녹색성장 기본법에 의거해 유망한 녹색기술을 인증하고 지원하는 제도다. 동서식품은 에너지와 자원을 절약하고 효율적으로 사용해 오염물질 배출을 최소화하는 녹색기술을 적용, 환경보호에 앞장선다.

동서식품은 맥심 모카골드, 맥심 화이트골드 등 커피믹스 제품을 비롯해 맥심 인스턴트 커피 리필 제품, 스탠드백 형태의 포스트 시리얼 제품, 카누 라떼 제품 등에 녹색기술을 적용한 친환경 포장재를 우선 도입했다.

이를 통해 연간 잉크 사용량이 기존 방식 대비 약 50%, 잔류용제는 약 99% 감소할 것으로 기대된다. /신원선 기자

YouTube 유튜브(메트로신문) 동영상 제공

쿠팡, 11개 브랜드 참여 봄맞이 펫페어

안전문·하우스 등 대량 준비

쿠팡이 15일까지 봄맞이 펫페어를 연다. 환절기에 필요한 물품들을 합리적인 가격으로 선보인다.

참여 브랜드는 딩동펫, 인터펫, 브리지테일, 래핑찰리, 뉴트리나, ANF 등 총 95개다. 닥터독, 쿤달, 페리스독 등 11개 브랜드가 신규로 참가한다.

털갈이 시기인 봄철에 맞춘 할인 구색도 갖췄다. '환절기 미리 준비 하개' 테마관에서는 겨우내 두툼하게 자라난 털들이 빠지는 털갈이 시기를 대비한 용품부터 영양제가 준비돼 있다. 인테리어를 바꾸는 사람이 많은 때인 만큼 안전문, 하우스, 캣타워 등 반려동물가구 물품도 대량으로 준비했다.

'쇼핑 픽(PICK)! 집사들이 만족한 리뷰 좋은 상품' 테마관에는 고객들의 평점이 높은 인기 상품들을 한 곳에 모았다.

와우멤버십 회원은 최대 30% 한정 특가가 적용될 뿐만 아니라 구매 금액대별로 할인쿠폰을 받을 수 있다.

/김서현 기자 seoh@

티몬 '티비온' '티몬플레이'로 리뉴얼

티몬이 6일 라이브커머스 '티비온'을 미디어커머스 브랜드 '티몬플레이(TMON PLAY)'로 리뉴얼한다.

새롭게 선보이는 티몬플레이는 다채로운 쇼핑 팁과 생활 정보 등을 전하고 고객과 함께 소통하는 장(場)을 만들어 가는 것이 목표다.

경쟁력을 가진 상품 판매 라이브 방송은 더욱 강화하는 한편, 빠른 호흡의 스낵커블 콘텐츠를 가미한 시청자 중심의 방송으로 주목도와 팬덤까지 강화한다는 전략이다. 티몬은 유튜브형 영상과 숏폼 형태로 콘텐츠영역을 확장한다. 기존 라이브방송 편집 영상은 물론, 언박싱, 생활 정보, 흥미 중심의 콘텐츠 비중을 늘린다. /김서현 기자