

사탕 말고 향수·초콜릿... 화이트데이 '스몰럭셔리' 뜬다

티몬, 사탕 매출 12% 상승 그쳐
2030선호 초콜릿, 2937% 상승
뷔페·레스토랑 이용권판매 급증

SSG닷컴, 뷰티·명품 등 선행
쿠팡, 테마관에 니치향수 등 포함

‘화이트 데이’ 선물 풍속도가 변했다. 2030세대들의 스몰럭셔리 선호 현상이 화이트데이에 나타나면서 상대적으로 가격대가 낮고 종류가 한정된 사탕 대신 초콜릿이 각광받고 향수와 럭셔리 뷰티 상품도 대표 선물 자리를 차지했다.

13일 <메트로 경제>의 취재 결과, 유통가가 화이트 데이 관련 행사에 향수, 럭셔리 뷰티 등 스몰 럭셔리 상품 구색을 크게 늘렸다.

티몬이 화이트데이를 앞두고 2월 27일부터 3월 5일까지 자체 데이터를 분석한 결과 지난해 동기 대비 사탕 매출은



현대백화점그룹의 한성이 운영 하는 니치 향수 편집숍 리퀴드 퍼퓸바에서 직원들이 향수를 선보이고 있다. /현대백화점그룹

12% 상승하는 데 그쳤으나 초콜릿 매출은 2937% 늘어난 것으로 나타났다. 사탕과 달리 초콜릿이 폭넓은 가격대에 다양한 종류로 출시되고 있어 ‘고급스러움’을 찾는 2030세대의 선호에 따라 사랑을 제친 것으로 풀이된다.

데이트와 관련한 상품 매출도 크게 뛰었다. 뷔페, 맛집 레스토랑 이용권 매출이 각각 284%, 329% 증가했다. 공방 체험 등 원데이클래스 이용권(61%), 전시 티켓(47%)도 매출이 상승했다. 티몬 관계자는 이같은 조사 결과에

대해 “지난 2월 티몬의 고객 설문조사 결과 밸런타인데이에 주고 싶은 선물로 초콜릿과 향수가 가장 높았던 반면, 3월 화이트데이의 경우 ‘특별한 경험’을 중시하는 것 같다”고 말했다.

변화한 풍속에 맞춰 유통가의 기획전 구색도 달라졌다. SSG닷컴은 지난 12일까지 진행한 화이트데이 기획전에서 스몰럭셔리 상품을 대거 선보였다. 럭셔리 뷰티, 명품/잡화, 패션, 여행 상품에 대해 결제 쿠폰을 제공하고 대표적인 선물 상품으로 디올, 입생로랑, 샤넬 등의 럭셔리 뷰티 상품과 니치 향수를 추천했다. 쿠팡 또한 14일까지 진행하는 화이트데이 테마관에 니치향수, 생화 등을 행사 상품으로 포함했다.

백화점 업계도 향수와 고급 수제 디저트를 전면에 내놓았다.

신세계백화점은 화이트 데이를 맞아 특별한 디저트 팝업스토어를 운영하고 있다. 강남점 지하 1층에 화이트데이 팝

업스토어로 브레드 푸딩 ‘요미조미’와 한국타이어와 하프커피 팝업스토어 H AHA를 열었다. 쉽게 보기 어려운 타이어, 핫도그 모양의 크로넛과 도넛, 약과 바닐라 푸딩 등 다양한 디저트를 선보인다. 신세계인터내셔널도 이탈리아 뷰티 브랜드 산타마리아노벨라의 화이트데이 선물용 세트를 선보였다.

현대백화점그룹도 프랑스 니치향수 편집숍 ‘리퀴드 퍼퓸바’를 대표 향수 브랜드 BDK퍼퓸, 프라광, 어비어스 등을 제안한다.

업계 관계자는 “화이트데이는 과거 사탕과 꽃다발 정도를 주고 받았지만, 최근에는 작은 선물을 주고 받는 날로 변화했다”며 “기념일인 만큼 더 좋은 것을 주고 받으려는 심리가 반영된 것 같다. 2030세대의 스몰 럭셔리 선호 현상이 결합되면서 특별히 더 향수 등이 인기를 얻는 것으로 보인다”고 설명했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

현대백, 227개 브랜드 모아 MZ 전문관 오픈

목동점 별관 리뉴얼 마쳐
1층에 라이프스타일큐레이션 관
지하 2층에 ‘센트럴커넥션’ 마련

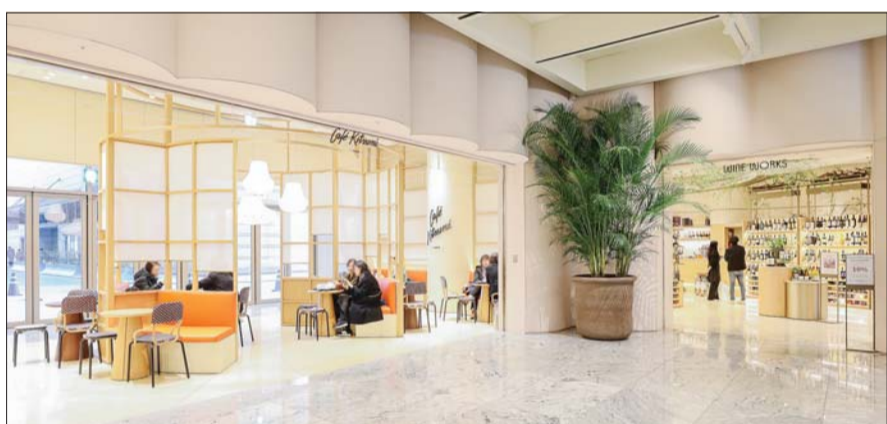
현대백화점이 목동점에 2030세대 전문관을 선보인다.

현대백화점은 목동점이 1년에 걸친 별관 리뉴얼 공사를 마치고 본격적인 영업에 들어간다고 13일 밝혔다.

목동점 별관은 지상 1층부터 지하 3층으로 구성된 총 1만6809㎡(약 5000평) 규모로, 패션, 아웃도어, 라이프스타일, 다이닝 레스토랑, 카페 등 다양한 분야의 총 227개 브랜드를 모았다. 특히, 이중 38개 브랜드는 백화점에 처음으로 입점하는 브랜드며 20개 브랜드는 서울 서부상권에서 처음 선보이는 것이다.

새단장한 목동점 별관은 현대백화점이 더현대 서울 개점 이후 다양한 점포에 전략적으로 적용하고 있는 MZ세대 큐레이션 전략을 더욱 발전시킨 층별 ‘전문관’ 콘셉트가 적용됐다.

1층 라이프스타일 큐레이션 전문관



현대백화점 목동점 별관 1층 더 로비 매장 전경. /현대백화점그룹

‘더로비’와 지하 2층 MZ세대 전문관 ‘센트럴커넥션’, 지하 3층 스포츠 전문관 ‘스포츠 그라운드’로 구성됐다. 특히 현대백화점은 차별화된 공간 경험 제공을 위해 매장 디자인에도 큰 변화를 줬다. 목동 상권 특성에 맞게 1층은 호텔 라운지 콘셉트로 매장을 조성해 쇼핑 이외에도 브런치와 휴식을 함께 즐길 수 있는 공간을 연출했고, 지하층엔 감각적인 조명과 타일 등을 적재적소에 적용해 MZ세대들이 머물고 즐길 수 있

는 감각적인 공간을 연출했다. 현대백화점 관계자는 “목동점 별관은 기존 캐주얼 의류와 SPA 등 전통적인 백화점 영캐주얼 상품군 중심으로 꾸미던 운영방식에서 벗어나 MZ세대로부터 높은 팬덤을 가지고 있는 신진 패션 브랜드를 비롯해 다양한 유형의 라이프스타일 콘텐츠를 대거 선보여, 2030세대들이 머물고 즐기고 싶은 공간으로 연출한 것이 특징”이라고 말했다. /김서현 기자

대상 베스트온 ‘1주년 기념 감사제’ 행사

이달 말까지 매일 3000원 할인권 지급

대상(주)의 종합 식자재 전문 온라인몰 ‘베스트온’이 오픈 1주년을 기념해 오는 31일까지 ‘1주년 기념 감사제’를 진행한다.

베스트온은 2021년 2월 오픈한 쇼핑몰로 업종별 전문관과 브랜드관을 운영하고 있다. 고객 데이터 분석을 통한 맞춤형 서비스와 매장 바로배송 서비스 등으로 고객 편의성을 높였다.

대상(주)는 베스트온 1주년 이벤트 기간 동안 모든 회원에게 매일 1장씩 3000원 할인쿠폰을 지급하고, 매일 오전 10시 선착순 100명에게는 1만원 할인쿠폰을 제공한다. 문자 알림 수신에 동의한 고객 모두에게는 현금처럼 사용 가능한 1000원 쿠폰을 추가로 지급한다.

아울러 오후 3시에 진행되는 타임어택 이벤트를 통해 베스트온의 인기 제품을 최대 50% 할인가에 한정수량으로 판매한다.

이번 ‘1주년 기념 감사제’ 기간동안



10만원 이상 구매하고 고객은 ‘럭키박스 이벤트’에 참여할 수 있다. 제품 구매 후 럭키박스 이벤트 페이지에서 응모하기 버튼만 누르면 된다. 총 200명을 추첨해 베스트온 인기 상품으로 꾸린 럭키박스를 지급한다. 당첨자는 4월 13일 개별 통보될 예정이다.

이밖에도 베스트온은 할인율이 높은 ‘실속 장보기’, 새하기를 맞춘 자녀를 위한 ‘새학기 분식’ 등 기획전도 준비했다. 더 자세한 내용은 베스트온 홈페이지에서 확인할 수 있다.

/신원성 기자 tree6834@



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

설화수·닥터지 등 담은 ‘기획세트’ 선주문

쿠팡, 19일까지 주문 22일 출고

쿠팡이 13일부터 19일까지 설화수, 닥터지 등 국내 인기 뷰티 브랜드 상품을 묶은 ‘기획 세트’ 선주문을 받는다. 한정수량이며 22일부터 순차 출고된다.

기획세트는 지난 1년간 판매량이 높았던 뷰티 제품 13종 가운데에서도 소비자 반응이 가장 뜨거운 상품만 추려 구성했으며 정가 대비 50% 가량 저렴하다.

실내 마스크 착용이 해지되면서 피부 관리와 메이크업에 관심이 많아진 고객의 수요가 높아진 것을 증명하듯 이번 선주문 상품은 모두 얼굴 관련 제품

이다.

‘설화수’ 설린 아이크림 EX(20ml) 세트, ‘닥터지’ 브라이트닝 필링젤(120g) 세트, ‘닥터지’ 그린마일드업선플러스(35ml) 듀오 기획세트, ‘쏘내추럴’ 올데이 메이크업 픽서(100ml), ‘이니스프리’ 노세범 블러 프라이머(25ml), ‘피카소x함경식’ 메이크업 스키투라까지 총 6종의 제품이 ‘뷰티 어워즈 기획 세트’로 최종 선정됐다.

쿠팡의 뷰티 트렌드를 연구하는 ‘뷰티 데이터랩’은 지난 2월 27일부터 3월 5일까지 1주일간 쿠팡 고객을 대상으로 판매량 상위 13종의 뷰티 제품에 대한 인기투표를 실시했다. /김서현 기자

팔도비빔면 광고모델에 2년째 이준호 신규CF ‘오케스트라’ 공개

종합식품기업 팔도가 팔도비빔면(이하 비빔면) 모델로 배우 이준호를 2년 연속 발탁했다고 13일 밝혔다.

팔도는 모델 재발탁을 통해 긍정적 시너지를 이어가며 1위 브랜드로서 위치를 공고히 한다는 계획이다. 그간 이준호는 다정하고 청량한 이미지로 비빔면의 핵심가치를 효과적으로 전달해왔다.

팔도는 오는 22일 이준호와 함께하는 신규 CF ‘오케스트라’ 편을 공개한다. ‘삼(3)롭하게 맛있다’란 콘셉트로 매콤, 새콤, 달콤한 비빔면 고유의 아이덴티티를 강조했다. /신원성 기자

LF몰, 오늘 신예작가 로렌정 작품 소개

오후 9시 ‘스피크 인 캔버스’ 방송

LF몰 ‘OFM(Orange From Mars)’이 14일 오후 9시 신예 작가 로렌정과 함께 작품을 소개하는 ‘Speak in Canvas(스피크 인 캔버스)’ 방송을 진행한다.

LF몰 OFM은 지난 2월 진정성 있는 새로운 브랜드를 발굴해 각자의 취향의 깊이를 더해줄 상품을 소개한다는 방향성을 가진 프리미엄 라이브커머스다.

LF몰 OFM은 로렌정 작가의 사물의 양면을 바라보면서 일상적 물건들의 초현실적 배치를 통해 낭만적 풍경을 그려낸다는 작품 세계에 주목했다.

방송에서는 로렌정 작가의 작품 14점을 MZ 아트 컬렉터를 대상으로 작가가 추구하는 작품에 대한 생각, 영감을 받는 원천, 예술을 바라보는 시각 등 작품에 대한 심도 있는 소통을 이어간다.

방송 중 실시간 채팅에 참여하는 20명의 시청자를 선정해 로렌정 작가의 작품 이미지 스티커를 증정하고 그림을 구매하면 작품 이미지가 담긴 ‘LP 바이닐(Vinyl)’ 커버를 증정한다. /김서현 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공