18m 벨리곰… 5m 꽃동산… "인증샷 성지로 봄소풍 가요"

유통가, 엔데믹에 행사·축제 다채

롯데홈쇼핑 롯데월드타워 광장에 작년보다 더 커진 '어메이징 벨리곰'

롯데百 노티드월드 플래그십 오픈

신세계 코엑스몰 별마당 도서관에 튤립·수선화 등 활용 '봄의대화'

서울 강남구 코엑스 별마당 도서관 '시가 불러온 봄'을 찾은 시민들이 조성된 꽃동산에서 사진을 찍고 있다. 4월4일까지 행사를 진행한다. /뉴시스

봄꽃이 만개하고 나들이 하기 좋은 온화한 기운이 계속되면서 유통가도 나들이객 잡기에 나섰다.

지난해 3, 4월 방역규제 해제가 시작되면서 유통가는 야외 초대형 구조물 전시로 엔데믹(풍토화) 초입 흥행몰이를 했다. 올해는 장기화한 경기 불황에 적응한 고객들이 팬데믹의 끝을 만끽하고자 나들이에 적극적으로 나서고 있어 행사를 준비한 유통기업들은 전년보다 더 많은 고객을 유치할 것으로 전망하고 있다.

29일 유통업계에 따르면 올봄 다양한 행사와 축제가 열릴 예정이다.

롯데는 지난해 초대형 조형물 전시 붐을 일으킨 만큼 대대적인 야외 행사를 준비했다. 롯데홈쇼핑은 4월 1일부터 서울 잠실과 광화문, 동대문 등 서울 곳곳에서 벨리곰 공공전시를 진행한다. 벨리곰은 지난해 4월 서울 잠실 롯데월드타워 앞 광장에 높이 15m에 달하는 초대형 조형물로 초대형 캐릭터 전시 붐을 일으킨 바 있다.

롯데홈쇼핑은 1일부터 23일까지 서울 잠실 롯데월드타워 메인광장에서 초대형 공공전시 '어메이징 벨리곰 해피 B-DAY'를 열고 지난해보다 더 커진 18m 규모의 벨리곰 조형물을 전시한다. 댄스파티, 깜짝 카메라 등 즐길거리는 물론, 전년보다 4배 더 커진 팝업스토어까지 함께 열린다.

공공전시는 30일부터 4월 3일까지 열리는 2030부산세계박람회 유치기원 행사 '광화에서 빛;나이다'와 4월 30일부터 5월 7일까지 열리는 서울시 대표 문화관광축제 '서울페스타 2023'에서 진행한다.

롯데백화점도 31일 잠실 롯데월드몰 5층과 6층에 약 1124㎡(약 340평) 규모의 '노티드 월드' 플래그십 스토어를 운영한다. '노티드'는 단순 디저트 브랜드를 넘어 2030세대에게 하나의 문화 아이콘으로 자리매김하며 두터운 팬층을 보유하고 있다. 지난해 8월 잠실 롯데월드몰에서 진행한 팝업에는 2주간 하루 평균 10만명의 고객들이 방문했다.

팝업스토어에서만 맛볼 수 있는 컵케이크와 40여 종의 인기 굿즈를 선보이며 복권 이벤트 등 즐길거리도 마련했다.

신세계도 오프라인 채널 곳곳에서 행사를 진행한다. 스타필드 코엑스몰은 다음달 4일까지 별마당 도서관에서 '시가 불러온 봄' 행사를 진행한다. 도서관 중앙에 거대한 꽃동산 '봄의 대화'를 설치해 봄 분위기를 살렸다. 봄의 대화는 플랜트 디자인 스튜디오 '마초의사춘기'가 튤립, 수선화, 무스카리, 그랑디바 등 봄꽃을 활용해 꾸민 5m 대형 꽃동산이다.

매주 수요일에는 라이프스타일 클래스가 열린다. 손유리 신경과 전문의, 박준 시인이 삶의 행복을 키워주는 라이프스타일을 전수한다.

신세계사이먼은 신세계까사와 함께 5월 14일까지 경기 여주시 신세계사이먼 여주 프리미엄 아울렛 야외에서 까사미아 굳홈 캠페인 팝업스토어를 운영한다. 이번 팝업은 영국 출신 현대 예술가 리차드 우즈의 대표작인 '홀리데이 홈'을 모티브로 만들어졌다. 까사미아 서래마을점에서 진행 중인 빅가든 전시회의 작품 10여점을 옮겨와 전시하고 대형 거울 소재의 벤치를 설치해 인증샷을 남길 수 있도록 꾸몄다. 리차드 우즈의 예술관을 담아 만든 굿즈와 까사미아의 인테리어 소품도 만날 수 있다.

이밖에 휠라코리아는 4월 7~8일 이틀간 서울 광화문 광장에서 테니스 축제 '2023 화이트오픈 서울(2023 WHITE OPEN SEOUL)'을 개최한다. 휠라는 이번 행사를 사전 신청을 통해 참여 가능한 테니스 마니아 전용 '화이트 아레나'와, 광화문 광장을 찾은 이들 누구나 참여 가능한 '화이트 가든' 두 가지 테마 아래 다양한 프로그램으로 구성했다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

전면에 MZ 배치… 롯데홈쇼핑, 모델·인플루언서 키운다

임직원 사내모델 10명 뽑아 화보촬영 1년간 홍보사진·브이로그·숏폼 활동

가상인간 '루시' 마케팅직원 4명 선발 민지네 반상회 운영 할 직원도 뽑아

롯데홈쇼핑의 임직원 사내모델 10명이 벨리곰을 안고 사진 촬영에 임하고 있다. /롯데홈쇼핑

"대리님, 이쪽 보고 환하게 웃어주세요!"

서울 양평동 롯데홈쇼핑 본사 스튜디오에서 지난 13일 이색 화보 촬영 행사가 열렸다. 롯데홈쇼핑의 임직원 사내모델로 선발된 10명이 화보의 주인공이다.

롯데홈쇼핑은 회사의 주축이 될 2030 MZ세대 직원을 전면에 배치하고 다양한 시도를 이어나가고 있다고 29일 밝혔다. 사내모델들의 이색 화보 촬영도 그 일환이다.

롯데홈쇼핑이 사내 모델을 선발한 것은 이번이 처음으로, 전 임직원을 대상으로 지원 및 추천을 받아 모집 인원의 2배가 넘는 지원자가 몰렸다. 내부 평가를 통해 친근감과 신뢰감을 기준으로 남녀 5명씩 총 10명의 직원을 선발했다. 선발된 사내모델들은 1년간 언론 홍보용 사진촬영을 비롯해 브이로그, 숏폼 등 다양한 활동을 펼칠 계획이다.

박재홍 롯데홈쇼핑 마케팅본부장은 "고객 신뢰를 높이고, 직원들의 자긍심을 고취하기 위해 대외홍보, 마케팅 활동에 임직원 참여를 확대하고 있다"며 "재능과 개성을 갖춘 직원들의 기업 홍보 활동을 통해 롯데홈쇼핑의 가치와 긍정적인 이미지가 전달되길 기대하고 있다"고 말했다.

사내 모델 외 신사업 마케팅을 위해 선발한 직원들도 있다. 롯데홈쇼핑이 자체 개발한 가상인간 '루시'의 사내 팬클럽 '루시 서포터즈'와 '민지(MZ)네 반상회'가 대표적이다.

20대 1의 경쟁률을 뚫고 SNS 구독자 7500명의 셀럽, 여행 크리에이터, 룩북 모델 등 '부캐' 활동이 활발한 임직원 4명이 선발됐다. 이들은 인플루언서로서 경험과 노하우를 바탕으로 '루시' 관련 콘텐츠 기획, 홍보 등을 진행할 예정이다.

지난해부터 MZ세대 전용 상품 개발을 위한 신상품 품평회 '민지(MZ)네 반상회'도 선발한 직원들을 통해 운영하고 있다. 최신 트렌드에 밝은 디지털 네이티브 세대 직원 5명이 임직원 고객으로 선발됐다. 이들은 매월 아이디어 회의를 통해 상품 제안, 마케팅 전략 등을 협의하며 올해 상반기 내 신상품 출시를 앞두고 있다. /김서현 기자

유네스코와 함께 '소녀교육 2차 프로젝트' 출범식에서 감사장을 받고 있는 민희경(오른쪽) CJ제일제당 사회공헌추진단장. /CJ

CJ, 베트남 소수민족 지원 교육·여성 고용 확대 앞장

CJ가 베트남 소수민족의 교육 접근성과 여성 고용 기회 확대에 앞장선다. CJ는 양질의 교육에서 소외돼 있는 베트남 소수민족을 위한 '베트남 소녀교육 2차 프로젝트'를 출범했다고 29일 밝혔다.

이번 프로젝트는 닌투언·까오방·꼰뚬 성 학생들의 자신감 증진, 교사 및 교직원 대상 역량 강화, 교육의 필요성을 강조하는 지역사회 인식 개선 프로그램으로 2년 동안 운영된다.

'CJ-유네스코 소녀교육 캠페인'으로 조성된 기금 중 25만 달러(약 3억원)를 지원할 예정이며, 교육정책 책임자 및 정책 입안자 대상으로 범국가적 수준의 캠페인을 펼쳐 각 학교 별 구체적인 실행 방안과 협약을 이끌어낸다는 목표다.

앞서 2019년부터 3년 동안 펼친 1차 프로젝트는 베트남 현지에서 건강한 교육 환경 조성과 여성 교육 인식 개선에 크게 기여했다는 평가를 받고 있다. 특히 교육 프로그램은 베트남 전역으로 확산되기도 했다. CJ는 이러한 공적과 공로를 인정받아 전날 출범식에서 베트남 교육부 교원정책국과 민족위원회, 유네스코 본부로부터 각각 감사장을 전달받았다. /신원선 기자

쿠팡 '월 매출 2억' 여성 창업가 육성

정미선 ㈜서번트 대표 '이국주 버너'로 매출 상승세

쿠팡은 쿠팡을 통해 성공가도를 달리는 여성 창업가 정미선 ㈜서번트 대표의 일화를 29일 소개했다.

㈜서번트는 블럭버너 브랜드로 인테리어와 캠핑 등에 관심이 많은 이들이라면 한 번쯤 들어본 회사다. '이국주 버너'로 불리는 특별한 가스버너가 주력 상품이다. 서번트의 가스버너는 일반 가스버너와 달리 블럭 장난감 모양의 디자인에 톡톡 튀는 색감을 입혔다. 국내에서 일반 가스 버너가 주로 저가에 초점을 맞춘 것과 다르게 품질과 디자인에 중점을 뒀다.

블럭버너를 고안해 월 2억원의 매출을 올리고 있는 정미선 ㈜서번트 대표는 과거 경북 포항 대기업에서 일하던 재원이었지만 임신과 출산, 육아로 경력이 단절됐었다. 쌍둥이를 육아하며 쿠팡을 통해 고추장, 귤, 장난감 등을 판매하며 소소한 돈벌이를 하다가 2021년 남편이 혈액암에 걸린 것을 계기로 부업으로 하던 사업을 본격화했다. 정 대표는 마켓플레이스뿐 아니라 제트배송과 로켓배송에 상품을 등록하고, 트너스 담당자에게 전문 컨설팅도 받았다. /김서현 기자

홈플러스, 오늘부터 '이너웨어 페스티벌'

신영와코루와 '와우브라' 기획 등 30개 브랜드 상품 1500여종 할인

홈플러스가 30일부터 다음 달 12일까지 '이너웨어 페스티벌'을 열고 30개 브랜드 상품 1500여종을 할인 판매한다. 상반기 이너웨어 페스티벌은 행사 상품 2장 이상 구매 시 30% 할인 혜택을 제공한다.

홈플러스는 이번 행사에서 기능성 상품 라인업을 확대하고 신영와코루와 단독으로 기획한 '와우브라'를 선보인다.

홈플러스 고객 소비 데이터에 따르면, 지난 1~2월 이너웨어 매출이 지난해 같은 기간 대비 15% 증가한 것으로 나타났다. 야외활동과 '오운완(오늘 운동 완료)' 트렌드가 확대되면서 '컴포트핏' 상품을 비롯한 기능성 속옷을 구매하는 소비자가 늘었다는 분석이다. 이에 홈플러스 측은 쿨 기능성 소재와 UV차단 기능성원단을 활용한 골프 이너웨어와 프리터치 노와이어 심리스 브라 등 다양한 기능성 이너웨어를 확보했다.

신영와코루와 기획한 와우브라는 고객 니즈에 맞춰 심리스 노라인으로 개발해 편안함을 강조한 것이 특징이다. 쾌적함을 살린 쿨 기능성 이너웨어 '쿨 플러스' 상품도 새롭게 선보인다. /김서현 기자