



유통 오퍼들의
미술 사랑
사업 시너지 극대화
04



Life

비비고 김스낵
영국 본격 상륙
K-푸드 영도확장
니



쫄득한 빵에 폭신한 크림 가득... “빵집 대신 편의점 가요”

메가히트 브랜드 탄생스토리

‘연세우유 생크림빵’

편의점 CU에서 판매하는 100여종의 디저트 중 매출 절반 이상을 차지하는 크림빵이 있다. 바로 ‘연세우유 생크림빵’이다.

편의점 CU와 연세우유의 합작 제품인 ‘연세우유 생크림빵’ 시리즈는 우유·단팥·초코 등 3종으로 출시됐으며 출시 직후 디저트상품 매출 1~3위를 싹쓸이했다. 현재도 CU의 전체 디저트 매출 비중의 50.8%를 차지할 정도로 높은 인기를 구가하고 있다.

지난해 1월 출시한 ‘연세우유 생크림빵’은 베이커리 전문점 못지않은 품질로 별도의 마케팅 없이 오로지 상품력 하나만으로 편의점 최고 히트 상품에 등극했다.



연세우유 생크림빵 시리즈의 인기 비결은 단연 소비자의 식감을 만족시키는 품질이다.

연세우유가 만든 연세우유 생크림빵 시리즈는 모두 빵 속에 전체 중량의 약 80%를 차지할 정도로 푸짐한 생크림이 들어있으며, 빵도 쫄득하고 촉촉한 식감을 자랑한다.

상품을 구매한 고객들이 자발적으로 SNS에 반갈샷(반을 갈라 내용물을 보여주는 사진)을 업로드하면서 입소문을 타고 품귀 현상을 빚기도 했다.

수개월 동안 품귀 현상이 이어지자 온라인에서는 연세우유 크림빵을 구매할 수 있는 방법으로 멤버십 앱 포켓CU의 재고찾기 서비스와 예약구매 이용 방법이 공유되기도 했다. 이에 따라 작년 포켓CU 예약구매 이용량은 전년 동기대비 약 20배 늘어났다.

특히 CU가 지난 4월 출시한 연세우유 말차 생크림빵은 출시 전부터 고객들 사이에서 화제를 불러 일으키면서 예약구매 오픈 하루만에 1만개가 판매되기도 했다. 전작인 솔티카라멜보다 30%나 빠른 속도다.

‘연세우유 생크림빵’이 큰 인기를 끌면서 지난해 연세우유업은 1962년 창사 이래 최초로 연매출 3000억원을 돌파하기도 했다.

올해 창립 61주년을 맞은 연세우유업은 오랜 업력에도 불구하고 2012년 연매출 2000억원을 처음 돌파한 이후 지난 10년간 3000억원 선을 넘어서지 못했다.

생크림빵 열풍에 연세우유 브랜드 인지도가 크게 높아지면서 우유, 가공유 등 제품의 전반적인 매출 상승으로 이어진 것이다. 특히 출산을 하라과 원재료비 상승 등으로 유가공업체가 저성장의 뒷에 갇힌 가운데서도 지난해 매출액이 전년 대비 무려 33% 이상 증가해 눈길을 끈다.

연세우유 관계자는 “연세우유 생크림빵의 인기 덕분에 전반적인 브랜드의 인지도나 품질 신뢰도가 크게 개선되면서 연세우유 제품을 찾는 소비자가 늘어난 것으로 보인다”고 말했다.

유가공 업계에 따르면, 연세우유업은 지난해 3053억원의 매출을 기록한 것으로 확인됐다. 전년도인 2021년 매출 규모(2292억원)와 비교하면 33.2% 증가한 수준이다.

편의점 CU를 통해 지난해 1월 출시된 연세우유 생크림빵은 현재까지 누적 판매량 4000만개를 돌파했다. 편의점 CU에 따르면 연세우유 생크림빵의 올해 1~8월까지 전년 대비 매출 신장률은 138.4%다.



연세우유 생크림빵 시리즈(위)와 한라봉 생크림빵. /CU

편의점 CU와 연세우유 합작 제품 ‘생크림빵’ 품질 하나로 입소문... 디저트 매출 절반 넘어 중량 80% 차지하는 생크림에 쫄득한 빵까지 단면 비주얼에 SNS ‘반갈샷’ 유행 시키기도

연세우유업은 이러한 기세를 몰아 지속적인 성장을 이끌어내겠다는 계획이다. 지난 5월 31일에는 충남 아산 공장의 대규모 증설을 마무리하고 연면적 6631㎡(약 3000평) 규모의 자동화 참고 준공식을 갖기도 했다.

CU의 인기 디저트 순위를 살펴보면, 1위 연세우유 말차 생크림빵, 2위 연세우유 생크림빵, 3위 연세우유 초코생크림빵, 4위 연세우유 한라봉생크림빵 순이다.

CU를 운영하는 BGF리테일 측은 “편의점은 트렌드가 빠른 만큼 상품의 순환 주기가 짧는데 연세우유 생크림빵 시리즈의 경우 꾸준히 매출이 상승세를 타고 있어 이례적”이라며 “향후 CU에서만 만날 수 있는 고품질의 차별화 상품을 개발해 가맹점의 경쟁력과 소비자 만족도를 높일 것”이라고 말했다.

한편, 1962년 사업을 시작한 연세우유업은 연세대학교가 운영하며 수익금 전액을 교육재원으로 환원하는 비영리 사회공헌 기업이다. 1993년 아산공장을 준공하고, 연세대 교수진들과 차별화되고 혁신적인 제품 개발을 진행 중이다. 우유, 두유, 발효유, 음료, 디저트 등을 생산하며 모든 제품이 식품안전관리인증기준(HACCP)을 취득했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

생크림빵▶



단팥생크림빵▶



초코생크림빵▶



메론생크림빵▶



비스티비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲다시 돌아온 유인촌 장관 “마지막 소명이라 생각” /사진 뉴시스
▲인천공항공사, 우천 예보에 2023스카이페스티벌 연기

▲KBO 신인 드래프트, 장충고 황준서 전체 1순위 한화로
▲화사, ‘아이 러브 마이 바디’ 유튜브 2000만뷰 돌파



▲서울 송파구, 다음주 ‘한성 백제 문화제’ 개최 /사진 뉴시스
▲중국, 항저우 아시안게임에 금메달리스트 36명 등 886명 파견