

G마켓-브랜드사, 가성비·친환경에 공동기획상품 ‘히트’

‘빅스마일데이’ 기획상품 인기
바디워시·물티슈 등 새롭게 출시
고객 니즈 파악해 패키지 디자인
타임딜 형태 깜짝 판매 모두 소진



아이러브베베 물티슈. /G마켓

11월 쇼핑 대목을 겨냥해 G마켓이 브랜드사와 협업해 내놓은 ‘공동기획상품’이 연일 히트를 치고 있다.

15일 업계에 따르면 G마켓과 옥션이 ‘빅스마일데이’에서 브랜드사와 공동 기획으로 제작한 단독 상품들이 히트상품 대열에 이름을 올리고 있다. ‘빅스마일데이’에는 G마켓과 옥션이 오는 19일까지 진행하는 연중 최대 쇼핑 축제다.

G마켓은 아모레퍼시픽과 손잡고 ‘빅스마일데이’ 전용 공동기획상품 ‘해피바스 필쏘굿 바디워시(760g)’를 출시했다. 기존 G마켓에서 판매되던 해피바스 바디워시 베스트상품이 과일향이 났던 것과 차별점을 두기 위해 라벤더향과 프리지아향 2종을 선보였다. 이는 G마켓과 아모레퍼시픽이 판매 데이터를 분석해 고객 선호도를 적용한 결과라는 것이 회사 측 설명이다.

아울러, 쟁여두기용 중저가상품이 인기가 많은 ‘빅스마일데이’의 행사 성격도 반영했다. 기존 해피바스 바디워시 용량을 900g이 아닌 760g으로 조정하면서 판매가를 1만원 대로 낮췄다. 해당 제품은 빅스마일데이를 시작한 지난 6일 하루 동안 약 1300개가 판매됐다.

물티슈 브랜드 ‘베베숲’과도 빅스마일데이 전용 신상품 ‘뉴(new) 베베숲

프리미어’를 출시했다. 통상 약 2~3년 주기로 신제품을 출시하는 물티슈 제조사에서 빅스마일데이의 브랜드 파워를 믿고 행사 전용 상품을 새롭게 출시한 사례다.

‘new 베베숲 프리미엄’은 기존 베베숲 자사물의 스테디셀러였던 ‘프리미어’ 제품의 리뉴얼 버전이다. 70gsm(Gram Per Meter·평량)의 고평량 제품에 4겹 프리미엄 엠보싱 원단을 사용해 넉넉한 사이즈에 물기를 많이 머금고 있는 것이 특징이다. 사용하기 편리한 ‘캡’ 상품으로 20팩 묶음을 쿠폰 활용 시 2만990원에 구입할 수 있다.

이번 베베숲 신상품은 고객의 ‘짹’ 목소리가 반영된 맞춤형 상품이기도 하다. 빅스마일데이를 상징하는 보라색 계열 색상이 패키지에 적용했고 채도를 낮춰 심미성을 높였다. 최근 친환경을 강조하는 ESG 경영에 대한 소비자들의 관심이 높아지는 것도 반영해 라벨이 없는 무라벨 캡이다. 이로써 연간 15톤의 플라스틱을 절감할 수 있는 것으로 알려졌다. 분리배출도 쉬워졌다.

G마켓 관계자는 “물티슈 고객들의 구매후기를 분석해 고객들이 감각적인 패키지와 고급스러운 디자인을 선호하는 것을 확인했다”고 말했다.

이밖에 제조사가 먼저 빅스마일데이를 위한 전용 신제품을 출시한 사례도 있다. 중소기업인 ‘아이러브베베’는 G마켓, 옥션을 공략하기 위한 전용 물티슈인 ‘시그니앙 오가든’을 특별 제작해 빅스마일데이 행사 날짜에 맞춰 판매를 시작했다. 해당 제품은 제조사에서 빅스마일데이를 위해 제작한 상품으로, 행사 이후에도 오직 G마켓과 옥션에서만 판매할 예정이다.

이번 ‘빅스마일데이’는 단독 판매상품도 다양하게 선보이고 있다. G마켓은 오리온과 함께 빅스마일데이에 맞춰 단독 플레이버 상품 ‘다이에 샌드 초코스프레드’를 판매하고 있다. 지난 7일 G마켓에서 타임딜 형태로 깜짝 판매해 3시간 만에 준비물량 약 700개를 모두 소진했다.

한국마즈와 기획 제작한 반려동물용 영양식 세트 ‘시저 쇠고기12팩+바이트미 2종 프로모션팩’ 역시 단독 판매 상품이다. 온라인에서는 G마켓과 SS G닷컴에서만 판매한다.

G마켓 관계자는 “이번 빅스마일데이 전용 상품은 기존 상품의 품질을 유지하면서 가성비 높게 제작하기로 브랜드사와 협의한 것이 고물가 속 고객의 요구와 잘 맞았다”며 “가치 있는 상품을 찾는 고객을 위한 빅스마일데이 전용 기획상품을 꾸준히 출시할 계획”이라고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseou

빈대 물림 “냉찜질·병원 방문하세요”

과도하게 긁으면 2차 감염 이어져



낙필락시스 알레르기 반응이 나타나기도 한다.

이대서울병원 피부과 노주영 교수(사진)는 “빈대에 물렸다고 해서 큰 불안에 떨 필요는 없다”며 “하지만 가려움증의 정도가 매우 심할 수 있고 가려움증 때문에 피부를 과도하게 긁다보면 2차 감염이나 상처가 생길 수 있어 이어질 수 있어 주의가 필요하다”고 설명했다.

40여 년 전 완전히 사라졌던 빈대가 전국에서 출몰하며 ‘빈대 주의보’가 내려졌다. 피부과 전문의는 빈대에 물렸다면 냉찜질을 하고, 만일 가려움증이 심하거나 소아라면 병원을 찾아 진료를 받을 것을 권했다.

국내 빈대 연구에 따르면 2009년부터 2019년까지 약 10년간 전국에서 접수된 빈대 관련 신고는 약 20건에 그친다. 그런데 최근 단 한 달만에 전국에서 30건이 넘는 빈대 신고가 잇따랐다. 서울에서도 절반 이상의 지역에서 빈대 신고가 접수된 가운데, 당분간 빈대 ‘안전지대’는 없을 것으로 보인다. 사우나, 기숙사뿐 아니라 지하철에서도 빈대가 나타나며 언제 어디에서 빈대에 물려도 이상하지 않은 상황이 지속되며 공포감이 함께 확산되고 있다.

빈대에 물렸을 때는 어떤 증상이 나타날까. 빈대에 물렸다고 곧바로 심각한 질병으로 이어지는 것은 아니다. 우선 물린 피부가 빨갱게 부어오르면서 가려움증이 생기는데, 이 가려움증의 정도가 심해 수면 장애 등 일상생활에서 크고 작은 불편함을 초래할 수 있다. 사람에 따라서는 매우 드물지만 아

이어 노 교수는 “빈대에 물렸을 때 빨갱게 부어오르고 가려운 증세를 가라앉히는 간단한 방법으로는 물린 부위에 얼음팩을 부드럽고 얇은 수건으로 싸서 냉찜질을 하고, 가려움증이 심하다면 의사의 권고에 따라 국소 스테로이드를 바르거나 항히스타민제를 복용하는 것이 도움이 될 수 있다”며 “빈대에 물린 상처는 대부분 시간이 지남에 자연스럽게 치료되지만 피부가 약하고 가려움에 예민한 소아나 기저 피부질환이 있는 경우에는 피부과 전문의의 진료를 받고 상처가 2차 피부염 등으로 이어지지 않도록 주의를 기울이는 것이 좋다”고 조언했다.

/이세경 기자 seilee@

3분기 영업이익 13억... 전년비 2배 ‘썰렁’

에이블씨엔씨

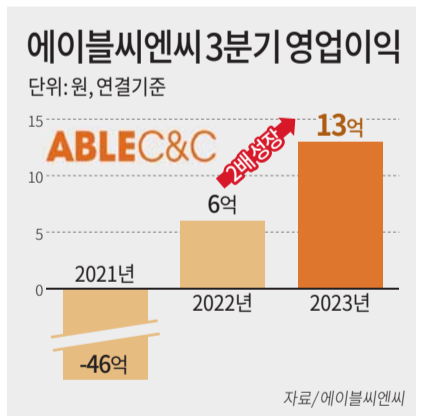
올 3개 분기 ‘연속 흑자’ 기록해
해외·국내 온·오프라인 성장세

글로벌 뷰티 기업 에이블씨엔씨가 올해 3분기 해외 및 국내 온·오프라인 시장 모두에서 성장하고 있다.

에이블씨엔씨는 올해 3분기 연결기준 영업이익이 13억원으로 기록했다고 지난 13일 공시했다. 지난 2022년 동기 대비 2배 이상 증가한 수치다.

올해 3분기 연결기준 매출은 653억원, 상각 전 영업이익은 41억원으로 지난 2022년 동기 대비 각각 11.4%, 35.1% 증가했다.

에이블씨엔씨는 올해 3개 분기 연속 흑자를 기록하며 두 자릿수 매출 성장률을 이어오고 있다. 특히 자사 브랜드



‘미샤’의 해외 마케팅을 비롯해 광고비 등에 지난 2022년 대비 2.6배 이상을 투자했다. 에이블씨엔씨에 따르면 이 같은 투자가 브랜드 가치를 증대시키고 매출 성장을 이끌었다.

해외 시장 매출은 올해 3분기 기준에 이블씨엔씨 전체 매출의 57%를 차지하

고 있다. K-뷰티의 불모지로 여겨졌던 유럽에서도 3분기 누적 기준 매출이 지난 2022년 동기 대비 131.1% 증가했다.

국내 시장에서는 점포 재정비, 신규 매장 추가, 멤버십 확대 등을 통해 경쟁력을 강화해 왔다. 이와 관련 관광 특구이자 K뷰티 1번지로 알려진 서울 명동에 위치한 점포를 ‘명동 메가스토어’로 새롭게 단장했다. 또 상반기에는 서울 미사플러스 행복한 백화점, 미사 초공진 이마트 인천연수점, 미사플러스 홈플러스 부산정관점 등 신규 매장을 선보이기도 했다.

이에 따라 오프라인 매장의 성과를 나타내는 주요 지표인 ‘동일매장매출’ 성장률이 지난 2022년 동기 대비 평균 18.1% 증가해 가파른 성장세가 나타났다.

/이청하 기자 mlee236@



도미노피자 “육즙 가득 스테이크 토핑”

피자 프랜차이즈 도미노피자가 육즙이 가득한 프리미엄 스테이크인 브리스킷 스테이크를 토핑으로 얹은 ‘브리스킷 바비Q’를 오는 17일 출시한다. 이번에 선보이는 ‘브리스킷 바비Q’는 부드럽게 익힌 차돌 양지에 4가지 페퍼(블랙, 핑크, 화이트, 그린)를 시즈닝한 브리스킷 스테이크를 주요 토핑으로 사용해 부드럽고 깊은 풍미를 자랑한다.

/신원선 기자

조아제약
“어린이 면역력 챙기세요!”

조아제약이 어린이 면역력과 구강 건강을 챙길 수 있는 신제품을 선보인다. 조아제약은 ‘젤리잘크톤 튠튼&항균 프로폴리스’를 출시했다고 15일 밝혔다. ‘젤리잘크톤 튠튼&항균 프로폴리스’ 아연, 그린프로폴리스 등을 함유하고 있다.

탱글탱글한 젤리 제형으로 어린이들이 흘리지 않고 편하게 섭취할 수 있다. 스틱포 형태로 휴대하기 쉬운 것도 특징이다.

/이청하 기자

매일유업
“어메이징 오트” 체험 캠페인

매일유업의 오트(귀리) 음료 브랜드인 ‘어메이징 오트’가 신제품 ‘커피’와 ‘초콜릿’ 출시를 기념해 10만명을 대상으로 대규모 캠페인 ‘어메이징 오트, 어메이징 초이스’를 펼친다고 15일 밝혔다.

이번 캠페인은 총 두 개의 이벤트로 진행된다. 첫 번째 이벤트는 28일까지 진행되며, 참여자가 개인별 성향을 알아보는 테스트에 참여하면 이에 어울리는 어메이징 오트 제품을 추천받을 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@

대웅제약, 자체 개발신약 등 中 진출 속도

대웅제약이 중국 내수 시장 진출에 속도를 내고 있다.

대웅제약은 지난 6일 중국 상하이에서 열린 ‘제6회 중국 국제수입박람회’에서 중국 의약품 수출입 전문기업 메

헤코 인터내셔널과 업무협약을 체결했다고 15일 밝혔다.

이번 업무협약을 통해 대웅제약의 자체 개발 신약과 세계적 수준의 경쟁력을 갖춘 전체 품목들이 중국에 진출하게 된

다. 앞서 지난 8월에도 대웅제약은 메헤코와 중국 요녕 공장에서 생산하는 현지 의약품 뉴란타(제산제)에 대한 중국 지역 유통과 판매 총판 계약을 맺은 바 있다. 메헤코는 의약품 수출입을 전문으로 하는 중국 내 첫 기업이다. 메헤코와 협력 관계를 맺은 대형 의료 기업은 중국 내외에 60개 이상 있다.

/이청하 기자