

“음료·디저트에 벚꽃 활짝... 봄 한정판 식음료 맛보세요”

주류·음료업계 ‘봄 마케팅’

호가든 ‘여의도 봄꽃축제’ 후원 ‘벚꽃사진관’ 콘셉트 포토존 운영

무학 ‘좋은데이 벚꽃 한정판’ 출시 벚꽃 디자인 소주 100만병 판매

스타벅스 봄 시즌음료 선보여 피스타치오 크림 라떼 등 3종



호가든이 벚꽃명소 여의도에 호가든 브랜드 부스를 운영한다. /오비맥주



좋은데이 벚꽃 한정판 /무학



스타벅스가 봄 시즌 음료를 선보였다. /스타벅스



체리 블라썸 디저트 /투스셈플레이스

최근 날씨가 한층 포근해지며 주류 및 음료업계에도 봄이 찾아왔다. 업계는 봄 시즌에 가장 잘 어울리는 상품을 제안·출시하거나 패키지에 봄을 담아 선보이고 있다. 특히 봄을 대표하는 벚꽃을 활용, 시즌 한정 벚꽃 에디션 및 메뉴를 출시해 희소성으로 소비자들의 구매 욕구를 자극한다.

31일 업계에 따르면 호가든은 올해로 18번째를 맞은 ‘여의도 봄꽃축제’의 단독 후원사로 참여해 봄 나들이 방문객들에게 호가든 맥주와 다채로운 이벤트를 제공한다.

방문객들은 여의도 봄꽃축제가 열리는 4월 2일까지 영등포구 축제 현장 곳곳에서 다양한 호가든 즐길거리를 경험할 수 있다.

먼저, 벚꽃길이 시작되는 지점에 ‘벚꽃 사진관’ 콘셉트의 포토존을 운영한다. ‘호가든 로제’의 상큼한 핑크빛을 담은 구조물을 활용해 벚꽃나무 배경으로 사진촬영을 할 수 있다. 촬영한 사진을 지정해 시타그와 함께 SNS에 업로드하는 방문객에게는 호가든 비어버스 방문 시 사용할 수 있는 쿠폰을 제공한다.

벚꽃길을 따라가다 보면 나타나는 ‘호가든 비어버스’에서는 ‘호가든 로제’, ‘논알코올 음료 호가든 0.0 로제’, ‘호가든 오리지널’, ‘호가든 애플’을 만날 수 있다. 호가든 맥주를 구매한 방문객을 대상으로 GS25 및 축제 현장 인근 호가든 판매업장 연계 프로모션도 전개한다.

종합주류회사 무학은 봄꽃 개화시기에 맞춰 소주 ‘좋은데이 벚꽃 한정판’을 출시했다. 좋은데이 벚꽃 한정판은 벚꽃을 상징하는 분홍색을 목상표와 주상

표, 보조상표 등에 입혀 제품 패키지 전체에 벚꽃 디자인을 적용해 기존 제품과 차별화했다.

상표에는 무학캐릭터가 벚나무 아래에 자리를 잡고 봄을 즐기는 모습을, 보조상표에는 전국 최대 봄꽃 축제인 진해군항제 개최 소식을 담았다. 좋은데이 벚꽃 한정판은 음식점용으로 100만병 한정 출시돼 주요 상권에서 판매된다.

커피 프랜차이즈 업계도 봄 특수를 노린다. 스타벅스 코리아는 봄 시즌 음료 3종을 선보였다. ‘슈크림 라떼’는 천

연 바닐라 빈이 들어간 슈크림의 달콤함과 진한 바닐라 풍미를 느낄 수 있는 음료로 2017년 첫 출시 이후 스타벅스에 봄이 왔음을 알리는 대표 음료로 자리 잡았다.

올해에는 초록 빛깔의 봄철 새싹을 담은 ‘피스타치오 크림 라떼’와 달콤한 딸기의 색감이 더해진 ‘카스텔라 크림 블 딸기 블렌디드’도 새롭게 출시했다.

투스셈플레이스는 벚꽃 개화철을 맞아 ‘체리 블라썸’ 테마의 봄 시즌 한정 디저트 2종을 출시했다. 벚꽃 한 송이를 형상화한 프리미엄 미니 케이크인 ‘체리 블라썸 요거트 생크림 케이크’와 벚꽃 모양의 블라썸 초콜릿이 올라가는 ‘체리 블라썸 아이스크림’을 내놨다. 해당 디저트는 벚꽃 시즌에만 한시적으로 선보인다.

업계 관계자는 “봄 한정 패키지나 메뉴 등 그 계절에만 만나볼 수 있는 신제품 출시는 이제 업계 공식처럼 자리 잡았다”며 “올해 전국 벚꽃 개화시기가 평년보다 빨라질 전망을 보이며 업계 또한 평소보다 발 빠르게 봄 시즌 마케팅을 준비한 것으로 보인다”고 설명했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

현대백, 패션브랜드·엔터 등 K-콘텐츠 세계에 알린다

‘더현대 글로벌’ 론칭

경쟁력 있는 韓 토종 브랜드 소싱 해외 리테일 매장서 운영 플랫폼 수수료 등 부담 덜어 비용 30% ↓ 日 파르코와 협약, 시부야에 팝업



일본 파르코 시부야점 전경 /현대백화점그룹

현대백화점이 해외 현지 리테일과 손잡고 한국 토종 패션 브랜드와 엔터테인먼트 등 K콘텐츠의 글로벌 진출을 지원하는 플랫폼 사업을 추진한다.

현대백화점은 경쟁력 있는 한국 토종 브랜드를 소싱해 해외 유명 리테일에서 매장을 운영하는 신개념 K콘텐츠 수출 플랫폼 ‘더현대 글로벌’을 론칭한다고 31일 밝혔다.

더현대 글로벌은 현대백화점이 ▲해외 시장에서 선보일 국내 브랜드 및 콘텐츠 발굴 ▲통관을 포함해 내륙 운송과 창고 운영, 재고 관리 등 상품 수출입 및 판매에 관한 제반 사항 총괄 ▲매장 위치, 운영 방식 등을 해외 유명 리테일과 직접 협상하는 형태로 운영된다.

특히 현대백화점은 더현대 글로벌 매장 대부분을 경쟁력 있는 토종 중소

·중견 브랜드로 채울 방침이다. 이렇게 되면 국내 브랜드는 공간 대여, 인테리어, 별도 판매 수수료 계약 체결 등의 부담을 덜게 돼 직접 해외 리테일에 입점하는 것보다 30% 이상 비용을 절감할 수 있을 것으로 기대된다.

글로벌 리테일 입장에서 현대백화점의 검증된 신진성 있는 브랜드로 MD 경쟁력을 강화할 수 있게 돼서로 원원할 수 있는 구조다.

현대백화점이 더현대 글로벌을 론칭하게 된 건 현대백화점 특유의 K콘텐츠

바탕이 글로벌 시장에서도 통할 것이라 판단에서다. 현대백화점은 지난해부터 더현대 서울 등에서 K패션·K엔터·K웹툰 등 기존 백화점과는 차별화된 콘텐츠를 잇따라 선보이며 국내는 물론 글로벌에서도 큰 주목을 받고 있다. 여기에 세계적으로 K콘텐츠에 대한 관심이 높아지면서 일본·중국·동남아 등 해외 유명 리테일 기업들이 현대백화점에 협업을 요청하는 일이 이어지고 있는 상황이다.

마케팅, 이미지 등 현대백화점을 통해 오프라인 리테일 진출에 성공한 토종 브랜드들의 해외 진출 니즈와도 무관치 않다. 글로벌 브랜드로 도약할 잠재력을 가지고 있지만 비용과 리스크 때문에 주저하는 이들을 위해 현대백화점이 해외 진출을 윈스톱 지원하는 전초기지 역할 수행에 나서려는 것이다.

더현대 글로벌의 첫 번째 무대는 일본이다. 이와 관련, 현대백화점은 다음달 일본 대형 유통 그룹 파르코와 더현대 글로벌 운영을 위한 업무협약을 체결한다. 1953년 설립된 파르코는 일본 다이마루와 마츠자카야 백화점 운영사인 J.프론트리테일링의 자회사로 시부

야점 등 총 16개 점포를 운영하고 있다. 현지에서 파르코 점포는 ‘아트&컬처’를 키워드로 하는 복합 문화 공간으로도 유명하다.

이번 협약에 따라 현대백화점과 파르코는 일본 도쿄 최고의 ‘MZ 쇼핑몰’로 꼽히는 파르코 시부야점을 시작으로 일본 주요 도시에서 팝업스토어를 운영할 계획이다.

오는 5월 시부야점에서 1호 팝업스토어로 노이스 매장을 오픈하며, 이후 이미지, 마케팅, 미스치프 등 11개 브랜드에 대한 단독 팝업스토어를 총 660㎡(약 200평) 규모로 순차적으로 운영한다.

정지영 현대백화점 사장은 “더현대 글로벌 론칭은 기성 패션 MD에 머무르던 기존 백화점의 틀을 깨고 오프라인에서 만나볼 수 없던 브랜드와 콘텐츠를 끊임 없이 제안하는 역량을 국제적으로 인정받았다는 점에서 의미가 깊다”며 “앞으로도 K패션 브랜드 등과 동반성장하며 더 많은 고객에게 인상적 경험을 제공할 수 있는 글로벌 네트워크 플랫폼이 되도록 노력하겠다”고 밝혔다. /신원선 기자 tree6834@

나라셀라-롯데마트 가성비 사케 출시

나라셀라가 롯데마트와 협업해 가성비 사케를 선보인다.

나라셀라는 롯데마트 창립 26주년을 기념해 ‘시치켄 후린비잔 준마이’를 출시했다고 31일 밝혔다.

나라셀라에 따르면 ‘시치켄 후린비잔 준마이’는 롯데마트가 국내 1호 사케 디플로마 차진선 소믈리에와 함께 동서양을 막론한 모든 음식과 어울리는 사케를 찾아 테이스팅 후 선정한 제품으로 특히 한식과 일식에 함께 즐기기에 적합하다.

또 이 제품은 인터내셔널 와인 챌린지 사케 준마이 부문에서 금상 등을 2017년부터 7년 연속 수상, 쿠라 마스터는 3년 연속 수상해 품질을 인정받아 왔다.

‘시치켄 후린비잔 준마이’는 일본 야마나시현 카이코마가타케산의 정수 ‘하쿠슈’와 쌀을 사용해 빚은 사케로 준마이 다이진조 양조 방식으로 만든 최상의 준마이이다. 천도 복숭아 풍미와 상쾌한 산미, 그리고 귀리, 견과류를 연상시키며 입안 가득 퍼지는 감칠맛이 드라이하고 깔끔하게 마무리된다. /이청하 기자



시치켄 후린비잔 준마이 /나라셀라

롯데하이마트, 창립 24주년 ‘연중 최대혜택’

이달 한달간 최대 500만원 캐시백

롯데하이마트가 봄 인기 가전부터 이사 및 혼수 가전, 자체브랜드 ‘하이메이드’ 상품까지 고객 수요가 높은 품목을 중심으로 창립 기념 행사를 기획했다.

롯데하이마트는 오는 4월 한 달간

‘창립 24주년 페스티벌’을 연다고 31일 밝혔다. 상품 할인, 캐시백, 롯데 모바일 상품권 증정 등 연중 최대 혜택을 제공한다. 롯데하이마트는 다품목 구매 혜택으로 삼성전자와 LG전자의 냉장고, 세탁기, TV 등 행사 품목에서 2개 이상 구매 시 각각 엘포인트, 캐시백으로 최대

500만원을 증정한다.

단품 구매 시에는 최대 30만원 모바일 상품권을 지급한다. 단품 행사 상품에는 삼성전자 비스포크 4도어 냉장고(870L), 네오 QLED TV, LG전자 오브제 김치냉장고, 위시타워 세탁기(25kg)·건조기(20kg) 등이 있다.

공기정정기와 에어컨 구매 행사로는 최대 15만원 모바일 상품권을 마련했다. ‘하이메이드’ 인기 상품과 신상품

도 최대 40% 할인해 판매한다.

이와 함께 롯데하이마트는 클리닝 서비스도 연중 최대 혜택으로 선보인다. 에어컨과 세탁기 클리닝 서비스를 최대 15% 할인한다.

아울러 신규 및 휴면 고객들에게는 웰컴 쇼핑머니 1만원을 지급한다. 오는 4월 28일까지 새롭게 회원 가입한 모두에게 적용, 매장과 온라인 쇼핑물에서 10만원 이상 구매 시 즉시 사용 가능하다. /이청하 기자 mlee236@