

올 겨울 '역대급 한파' 예고... 보온·발열 기능성 패션 경쟁

무신사 '히텐다드' 출시, 할인행사 스탠다드 브랜드 구매시 '100원'

울포유 '머스코비 다운' 제품 출시 유니클로 인공충전재 '퍼프테크' 선보

올겨울 한파가 예상되면서 패션업계 가 보온 경쟁에 나섰다. 특수 기능성 원단을 활용해 보온성을 강화하고, 착용감과 가벼움으로 소비자들의 관심을 끌겠다는 전략으로 풀이된다.

27일 업계에 따르면, 올해 겨울에 초강력 한파가 예고된 가운데 주요 패션 브랜드들이 겨울철 보온성을 강조한 기능성 소재 상품을 출시하고 있다.

패션업계들의 보온 경쟁에는 역대급 한파가 예고된 상황이 한몫했다. 실제 기상청은 최근 3개월 기상 전망 자료를 통해 12월 기온이 평년 기온(0.1~1.7도)보다 낮고 건조할 것으로 예상된다고 발표한 바 있다.

이에 무신사는 발열내의 상품인 '히



유니클로 퍼프테크 이미지(처음부터 시계방향), 울포유 머스코비 충전제 사용한 경량패딩, 무신사 히텐다드 상품 이미지. 각사

텐다드' 출시하고 관련 할인 행사에 나섰다. 무신사에 따르면 '히텐다드' 상품에는 보온성 기능을 위해 에어로히트 소재가 사용됐다. 에어로히트 소재는



기능성 섬유 전문기업인 효성에서 제작한 섬유 소재로 빛 에너지를 열에너지로 변환하는 특수 미세알 성분을 함유하고 있다. 에어로히트 섬유 소재가 평

균 2.9도부터 최대 5도까지 체온 상승 기능을 제공한다는 게 무신사 측의 설명이다.

한편, 무신사는 스탠다드 브랜드 상품을 하나 구매하면 '히텐다드' 상품을 100원에 제공하는 특별 할인 행사를 진행하고 있다.

무신사 측 관계자는 "본격적인 겨울 날씨에 대비해 기존 발열내의 외에도 슬랙스, 데님 등의 일반 상품으로도 히텐다드 제품군을 확장해 겨울철 기능성 패션 대표로 자리매김할 것"이라 전했다.

한성에프아이의 캐주얼 브랜드 '올포유' 역시 역대 한파에 대비해 머스코비 다운 소재를 활용한 제품을 선보인다. 머스코비 다운 제품은 일반적으로 러시아 머스코비 지역의 오리털 또는 거위 털을 사용한 충전제를 말한다. 머스코비 제품은 솜털이 크고 풍성해 보온성이 뛰어나고 알려져 있다.

울포유 관계자 역시 "급격히 추워진 날씨에 따라 가을 겨울 시즌 기능성 경

량 소재 패딩을 선보이게 됐다"며 "머스코비 소재로 보온성을 강화해 겨울 내내 활용도가 높다"고 말했다.

유니클로는 인공 충전제 '퍼프테크'를 선보이며 보온 경쟁에 뛰어 들었다. 퍼프테크는 유니클로가 직접 개발에 참여한, 겨울용 외투에 사용되는 경량 보온 소재다. 일반적인 다운 소재와 비슷한 보온 효과를 제공하지만 동물성 소재를 사용하지 않았다는 점이 특징이다.

유니클로는 퍼프테크 소재 출시를 기념해 TV 및 디지털, 옥외 매체 등을 통해 '공기를 품은 새로운 테크놀로지'라는 슬로건으로 퍼프테크의 기술 및 기능성, 제품을 소개하는 캠페인을 진행하고 있다.

유니클로 관계자는 "보온성 강화를 위해 퍼프테크는 일본 섬유 기업 도레이의 최신 기술을 이용해 보다 많은 공기를 저장하고 독자적인 충전 구조를 설계했다"고 밝혔다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

롯데백, 70개 브랜드 중심 '슈퍼 엘데이'

오늘부터 내달 6일까지 구매혜택 나이키·하이마트·스토케 등 참여

롯데백화점이 11월 쇼핑 대전을 앞두고 롯데백화점몰에서 '슈퍼 엘데이' 행사를 처음으로 진행한다.

11월은 중국 광군제(11월 11일)와 미국 블랙 프라이데이(11월 29일) 등 전세계적으로 연중 최대 쇼핑 행사들이 집중되어 있어, 국내외 유통사들간 경쟁이 치열한 달로 꼽힌다.

이에 롯데백화점은 10월 말부터 선제적으로 연중 최대 규모의 온라인 행사를 기획해 11월 쇼핑 대전 수요 선점에 나선다. 오는 28일부터 내달 6일까지 롯데백화점몰에서 진행되는 '슈퍼 엘데이'

이'에서는 총 70개 브랜드를 중심으로 다양한 구매 혜택을 제공한다.

먼저, 매일 새로운 브랜드를 선정해 특가로 선보인다. 패션부터 뷰티, 가전에 이르기까지 전 상품군에 걸쳐 총 70개 인기 브랜드를 엄선하고, 10일간 매일 다른 7개 브랜드에 대해 중점적으로 프로모션을 진행한다. 대표 참여 브랜드로는 나이키·롯데하이마트·디올·플로랄프로렌·코오롱스포츠·어그 등이 있다.

특히 행사 첫날인 28에는 나이키를 중심으로 에스티로더·메이크업포에버·노스페이스키즈·스토케·디스커버리익스페디션·강골 등 7개 브랜드가 참여한다.

행사 기간(10/28~11/6) 중 전 구매

고객 대상 역대급 쇼핑 혜택을 제공한다. 기존 할인 혜택에 추가로 10%와 12%를 할인해주는 쿠폰을 매일 각 1매씩, 2매 제공한다. 또, 결제 카드사에 따라 10% 추가 할인 혜택을 제공하고, 스탬프 및 출석 체크 이벤트 등에 참여하면 1만원 상당의 엘포인트를 쇼핑 지원금으로 증정한다.

김연주롯데백화점 e커머스부문장은 "11월 쇼핑 대전 수요를 선점하기 위해 10월 말부터 롯데백화점몰 최초로 연중 최대 행사인 '슈퍼 엘데이'를 기획했다"며 "향후 '슈퍼 엘데이'를 정례화 시킬 것"이라며 고객 혜택 강화와 쇼핑 환경 개선 등에 심혈을 기울일 계획"이라고 밝혔다.

/최빛나 기자 vitna@

현대면세점, ESG공공전시 '에이치그램'

내달 3일까지 동대문점서 진행

현대면세점이 사회적 가치를 담아낸 ESG 공공전시를 선보인다.

현대면세점은 다음달 3일까지 동대문점에서 ESG 공공전시 '에이치그램'을 진행한다. 이번 전시는 문화체육관광부가 주최하는 '2024 공공디자인 페스티벌'의 일환으로, 현대면세점과 홍익대학교 공공디자인연구소가 협력해 제작했다.

이번 전시에서는 쇼핑을 즐기는 고객들과 노인, 임산부 등 사회적 약자를 위한 다양한 설치물을 선보인다.

우선, 면세점 내·외부에 고객들이 쉬어갈 수 있는 바이오필릭 벤치와 휴게 공간을 설치한다. 바이오필릭이란 자연 요소를 활용한 디자인으로, 해당 공간을 방문하는 전 고객이 무료로 이용할 수 있다.

또한, 단차로 인한 사고를 예방하기 위한 '아차, 단차' 표시 프로젝트도 진



현대면세점 동대문점 외관 전경. /현대면세점

행한다. 면세점 인근 지하도 출입구에 단차를 알리는 문구와 캐릭터 이미지를 부착해 혹시 모를 안전사고를 예방한다는 취지다.

이와 함께 면세점을 방문하는 고객의 물리적 특성에 따라 맞춤형 거리 정보를 제공하는 안내 그래픽도 설치한다. 그래픽에는 면세점 근처 주요 시설까지 도보로 이동하는데 소요되는 시간을 일반 고객·노인·임산부 등으로 나눠 표기해 고객별로 직관적인 거리 정보를 얻을 수 있도록 했다.

/최빛나 기자

BBQ "치킨과 위스키, 함께 맛 보세요"

BBQ빌리지 청계광장점서 페어링 행사

국내 최대 치킨 프랜차이즈 제너시스 BBQ그룹은 오는 11월 14일까지 서울 종로구에 위치한 'BBQ 빌리지 청계광장점'에서 치킨과 위스키를 함께 맛볼 수 있는 페어링 행사를 진행한다. 27일 밝혔다. MZ세대의 새로운 음주 문화 변화에 맞춰 치킨과 위스키라는 새로운 조합을 선보이게 됐다는 것이 BBQ측의 설명이다.

특히 BBQ는 다양한 소비자 입맛에 맞춰 와일드 터키, 러셀 리저브, 아페롤 스피릿 등과 페어링한 치킨 세트 메뉴를 선보인다.

BBQ에 따르면 '와일드 터키'는 버번 위스키로, 바닐라 꿀, 건포도향을 통해 40.5도의 도수에도 부드러운 목넘김을 갖췄다. '러셀 리저브'도 버번 위스키로 빛나는 호박색이 깊고 달콤한 여운을 전달한다. '아페롤 스피릿'은 혼성주인



서울 종로에 있는 'BBQ 빌리지 청계광장점' 전경. /제너시스BBQ그룹

데, 오렌지 껍질, 바닐라, 허브 향이 더해져 달콤쌉사름한 맛이다.

이와 함께 BBQ는 ▲자메이카 톡다리 치킨 ▲황금올리브 치킨 핫팅 ▲바사칸 왕 ▲핫베이크링 중 1개와 스파클링 레몬보이, 전용 글라스 2개를 함께 구성한 세트도 공개했다. 위스키와 BBQ 스파클링 음료 '레몬보이'를 조합하면 하이볼을 즐길 수 있다.

/이청하 기자 mlee236@

CJ제일제당 비비고 김장김치 사전예약

CJ제일제당이 오는 11월 6일까지 CJ더마켓에서 '비비고 김장김치 사전예약' 기획전을 진행한다. 27일 밝혔다.

CJ제일제당은 김장철을 맞아 이번 행사를 통해 제철 배추로 만드는 '비비고 제철배추 포기배추김치'와 간편하게 김장을 할 수 있는 양념소 제품 '비비고 포기김치양념'을 선보인다.

'비비고 제철배추 포기배추김치'는 맛 만든 김치의 맛을 제공하기 위해 지정된 출고일에 생산하는 방식으로 생산 당일 바로 출고된다.

지난 2023년 첫 선을 보인 '비비고 포기김치양념'은 절임배추만 있으면 집에서 버무리기만 해도 누구나 손쉽게 김장김치를 담을 수 있는 것이 특징이다.

사전예약 고객들 중 김치를 구매한 고객은 11월 13일부터 22일 중에, 양념소를 구매한 고객들은 11월 7일부터 22일 중에 제품 출고일을 원하는 날짜로 지정할 수 있다.

/이청하 기자

롯데쇼핑, ESG통합평가 7년연속 '우수'

다양성·인권경영 시스템 4년째 'A+'

롯데쇼핑이 한국ESG기준원에서 주관하는 ESG 통합 평가에서 '우수' 등급인 종합 A등급을 획득하며 7년 연속으로 '우수' 평가를 받았다고 27일 밝혔다.

유통업계에서 7년 연속으로 A등급 이상을 기록한 기업은 롯데쇼핑과 연결 자회사인 롯데하이마트 뿐이다.

국내 대표적인 ESG 평가 기관인 한국ESG기준원은 지난 25일 1001개의 상장회사와 비상장 금융회사 65개사를 포함 총 1066개 기업을 대상으로 한 2024년 ESG 평가 결과를 발표했다. 롯데쇼핑은 환경 A, 사회 A+, 지배구조 A 등급을

기록하며 종합 A등급을 받았다.

특히 사회 분야에서 롯데쇼핑이 시행하고 있는 다양성 및 인권경영 시스템에 대한 중장기 목표를 구체화한 점에서 높은 평가를 받으며 4년 연속 A+ 등급을 기록했다. 환경 부문에서는 2040년 탄소중립 목표 달성을 위한 감축 로드맵과 세부 전략 우수로 A등급을, 지배구조 분야에서 이사회의 독립성 확보 등 운영 개선 등으로 A 등급을 획득했다.

롯데쇼핑은 2021년 11월, ESG 위원회를 신설하며 ESG 경영 원년을 선포한 이후, 2022년부터 매년 지속가능경영보고서를 발간해 여러 이해관계자와 적극적으로 소통하고 있다.

/최빛나 기자