

# 연말 행사·모임 취소 줄이어... 주류업계, 흡술족 마케팅 전략

## 하이트진로

참이슬 오징어 게임 에디션 등 출시  
오비맥주 홀리데이 스페셜 패키지  
롯데칠성 새로·크러시 채널 확대

‘12·3비상계엄’ 사태 여파로 시민들이 연말 모임 대신 집회에 참석하면서 주류업계의 고민도 함께 커지고 있다.

통상 연말에는 단체 모임이나 행사가 많아 유흥 시장 주류 판매량이 대폭 늘기 마련인데 올해는 연말 특수를 기대하기 어려운 분위기다.

지난 2016년 박근혜 전 대통령의 탄핵 시위가 펼쳐졌을 때에도 소비심리 지수가 급감하면서 주류업계도 영향을 받은 바 있다.

당시 102.7이었던 10월 소비자심리지수는 탄핵 정국이 시작된 11월 96까지 떨어졌다. 이어 12월 94.3, 이듬해 1월 93.3, 2월 94.5, 3월 97이었고 박 전 대통령 탄핵이 결정되고 나서야 100을 넘겼다.

소비자심리지수가 100보다 높으면 평균보다 경기가 낙관적이고, 100보다 낮으면 비관적이라는 뜻이다.

국내 주류업계는 연말 단체 모임 수요 감소를 일정 부분 완화하기 위해 유



11일 서울 시내 대형마트 주류 매대가 한산한 모습을 보이고 있다. 내수 소비가 침체와 비상계엄령 여파로 정치적 불안정성이 확대되며 유통업계는 연말 특수를 맞은 주류 판매 신장률이 지난해 대비 감소하거나 미미한 수준이라고 밝혔다. /뉴시스

흥 시장 대신 가정용 시장 공략에 나서고 있다. 주요 상권에서 흔히 볼 수 있었던 현장 관촉행사는 줄이고, 가정에서 술을 마시는 소비자를 겨냥한 마케팅을 전개한다.

하이트진로는 ‘데라·진로·일품진로 크리스마스 에디션’, 참이슬 오징어 게임 에디션’을 출시했다.

오비맥주의 라거 브랜드 ‘한맥’은 캔

맥주 12개와 업그레이드된 거품 생성기가 포함된 홀리데이 스페셜 패키지를 4000개 한정 수량으로 판매된다. 또 다른 브랜드 스텔라 아르투아의 경우 20일부터 3일 간 성수동 인기 레스토랑 6곳과 협업한 미식 페어링을 즐길 수 있는 ‘스텔라 테이스트 로드(Taste Road)’ 팝업 행사를 개최한다.

롯데칠성음료는 ‘새로’와 ‘크러시’

입접채널 확대, ‘청하’ 판매 활성화 등 기존 전략을 유지한다.

업계 한 관계자는 “코로나19 당시 회식 문화가 크게 축소된 뒤 술 소비 자체가 전반적으로 줄었다”며 “연말을 맞아 술 판매량이 좀 회복되나 싶었는데 아쉬운 상황이다”라고 토로했다.

수입 주류 업계도 한숨이 깊어지고 있다. 이미 주류 수입량이 감소세를 띠고 있는 상황에서 소비 주축인 MZ세대들이 주말 시위에 참여하면서 더욱 매출이 줄어들 전망이다.

통계청에 따르면 1~10월 누적 와인 수입량은 3만3177톤으로, 지난해(3만5598톤) 대비 약 7% 감소했다. 와인 수입금액 기준으로는 3억2490만달러에서 2억9663만달러로 약 9% 떨어졌다.

같은 기간 위스키 수입량은 올해 2만2236톤으로 전년 대비 약 17% 쪼그라들었다. 수입금액 또한 2억188만달러로 지난해 대비 약 9% 줄었다.

업계 한 관계자는 “혼란스러운 탄핵 정국에 주류 수입량과 매출은 추가 하락이 예상되고 있다”며 “연말 마케팅은 물론이고, 내년 판매 전략을 어떻게 해야 할지 고민이 많다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



코카콜라, 신제품 ‘올림워터’ 선보여

코카-콜라사가 12일 서울 강남구 갤러리아 명품관에 마련된 ‘올림워터’ 출시 기념 팝업 스토어에서 신제품 ‘올림워터’를 선보이고 있다. /손진영 기자 son@

## bhc, 태국서 인기 방콕 등에 매장 11개 누적 주문량 70만건

치킨 브랜드 bhc가 태국 시장에서 괄목할 만한 성과를 기록하며 K-치킨의 글로벌 위상을 드높이고 있다.

올해 1월 태국에 첫 진출한 bhc는 최근 랑สิต 지역에 위치하고 있는 퓨처 파크몰에 11호점을 여는 등 1년도 되지 않아 방콕과 주요 위성 도시에 11개 매장을 개점하는 성과를 올렸다.

12월 현재 기준으로 태국 매장 주문량은 70만 건을 넘었으며, 50만명이 넘는 고객이 매장을 방문한 것으로 집계됐다. 연말까지 누적 주문 건수는 100만 건에 이를 것으로 예상되며 이는 bhc가 태국 내 대표 K-푸드 브랜드로 자리매김했음을 보여준다.

bhc는 대형 쇼핑몰에 매장을 입점시키는 전략을 통해 고객 접점을 확대하며 현지 고객뿐 아니라 외국인 관광객의 발길을 끌고 있다. 방콕 최대 쇼핑 단지 메가방나에 위치한 8호점은 태국 내 매출 1위를 기록하며 성공적으로 자리 잡았고, 센트럴월드 입점한 1호점은 평일과 주말 모두 긴 웨이팅이 있을 정도로 인기 매장으로 떠오르고 있다. /신원선 기자

## 아영FBC 클래식 싱글몰트 위스키 ‘벤로막 50년’ 선보여

종합주류기업 아영FBC는 유명 위스키 산지인 스코틀랜드 스페이사이드(Scotland Speyside) 지역 클래식 싱글몰트 위스키 벤로막 50년(Benromach 50 Years Old)을 선보인다고 12일 밝혔다.

국내에 첫 공개되는 벤로막 50년은 스코틀랜드 포레스에 있는 벤로막 증류소에서 50년 동안 숙성 후 공개된 싱글몰트 위스키다.

1898년부터 시작된 벤로막 위스키의 역사와 전통을 담은 기념비적인 작품으로 1972년 12월 숙성을 시작해 전 세계 248개 한정수량으로 공개한다. /신원선 기자

## “잠실에서 ‘피카츄’ 만나요” 롯데백화점 ‘포켓몬 팝업’

오늘부터 잠실 롯데월드몰서 오픈  
오리지널 굿즈, 한정판 상품 등 준비

롯데백화점이 크리스마스 시즌을 맞아 ‘포켓몬 팝업스토어’를 연다고 12일 밝혔다. 이달 13일부터 오는 2025년 1월 6일까지 잠실 롯데월드몰에서 운영된다.

롯데백화점에 따르면 ‘포켓몬 팝업스토어’를 통해 ‘포켓몬 오리지널 굿즈’, ‘크리스마스 한정판 상품’ 등 총 1000여 종의 포켓몬 제품을 최대 물량으로 선보인다.

특히 ‘포켓몬 오리지널 굿즈’는 매출시마다 오픈런, 조기 품절 현상이 이어졌던 만큼 올해는 물량을 전년 대비

약 15% 늘려 준비했다는 게 롯데백화점 측 설명이다.

크리스마스 시즌 한정으로 만나볼 수 있는 50종 ‘포켓몬 오리지널 굿즈’로 구성된 뽑기 머신 ‘오리지널 캡슐 토이’도 마련됐다. 이 외에도 약 200여 종의 크리스마스 제품을 만나볼 수 있다.

롯데백화점은 체험형 콘텐츠와 이벤트도 진행한다. 팝업스토어에서 구매한 상품을 ‘커스텀 MD존’으로 가져가면 추가 장식을 활용해 나만의 포켓몬 상품을 만들 수 있다. 또, 구매 금액에 따라 ‘스탬프 북’, ‘포켓몬 냅지 세트’, ‘포켓몬 팝업스토어 슬로건 티셔츠’ 등을 증정한다. /안재선 기자 wotjs4187@

## 홈플러스, 리퍼브매장 반품제품 할인판매

식품·생활용품 등 최대 70% 할인

홈플러스가 고객 접근성이 뛰어난 매장에 생활밀착형 환경·사회·지배구조(ESG) 콘텐츠 도입을 지속한다고 12일 밝혔다.

홈플러스에 따르면 제로웨이스트 실천을 위해 홈플러스 리퍼브 매장 내 미사용 반품 제품과 매장 전시 제품을 할인가에 판매한다. 리퍼브 매장은 반품이나, 전시 상품, 이월 상품 등을 할인된 가격으로 재판매하는 매장을 뜻한다.

특히 식품과 생활용품·가전, 스포츠·캠핑, 패션 등의 제품을 정가가 대비 최대 70%, 평균 30% 할인가에 제공한다.

앞서 홈플러스는 지난 10월, 제로웨이스트 콘셉트 매장인 ‘베러얼스’ 팝업스토어도 진행했다. 행사 기간 천연 수세미, 천연 세안 비누, 비건 치약 브랜드 제품을 선보였다.

이 외에도 재활용 가방 브랜드 ‘프로젝트 1907’과 협업해 페트병 기부 시 제



홈플러스 ‘베러얼스’ 제로웨이스트 팝업스토어에서 방문 고객이 물건을 살펴보고 있는 모습. /홈플러스

로 웨이스트 제품을 제공하는 고객 참여형 행사도 함께 진행했다는 게 홈플러스 측 설명이다.

홈플러스는 ‘커피박 환전소’와 같은 캠페인을 통해 자원 재활용 의미를 계속해서 전파한다는 방침이다. ‘커피박 환전소’는 고객에게 커피 찌꺼기로 만든 연필을 제공하는 친환경 행사다. 현재 홈플러스 면목점, 북수원점에서 운영 중이며, 이달 18일부터는 포천송우점까지 확대 진행할 예정이다. /안재선 기자

## CJ올리브영, 준법정책 국제표준 ISO 취득

글로벌 공정경쟁 정책 등 구축

CJ올리브영이 글로벌 대표 인증기관인 로이드 인증원으로부터 준법 경영 시스템을 인증하는 ‘ISO 37301’을 취득했다고 12일 밝혔다.

ISO 37301은 지난 2021년 국제표준화기구(ISO)가 제정한 것으로, 기업의 준법 정책과 위험 관리 활동 등이 세계적 수준에 부합하고 효과적으로 운영되는지를 평가해 수여한다.

올리브영은 2019년 8월부터 준법 윤리 정책을 기반으로 자율 준수 프로그램을 운영해 왔다. 임직원 행동 강령을 통해 가치 판단 기준을 세우고, 글로벌

공정 경쟁 정책도 구축했다. 같은 해 구성된 준법경영위원회는 정기 회의를 통해 연 1회 준법 경영에 대한 주요 사항을 점검하고 있다.

올리브영은 이번 인증 취득을 기점으로 준법 경영 시스템을 더욱 강화한다는 방침이다. 올리브영은 올해 안에 준법지원인과 준법통제기준을 제정해 컴플라이언스 활동 수준을 높일 계획이다. 준법지원인은 기업의 준법 활동 총괄 관리자, 회사의 규범 준수 사항에 대한 점검·수립·강화 등을 담당한다. 특히 올리브영은 기업의 사회적 책임과 조직별 윤리수준이 더욱 향상될 것으로 기대하고 있다. /이청하 기자 mlee236@

## 신세계라이브쇼핑 ‘건강 플러스’ 오픈

모바일 앱 내 건강식품 전문관

신세계라이브쇼핑이 모바일 애플리케이션 내 건강식품 전문관 ‘건강 플러스’를 새롭게 연다고 12일 밝혔다.

신세계라이브쇼핑에 따르면 ‘건강 플러스’에 ▲정관장 ▲대상웰라이프 ▲여에스터 ▲에버플라겐 등 건강식품 브랜드들이 참여해 인기 상품을 선보인다.

애플리케이션 내 ‘건강 플러스’ 화면도 전면 재정비했다. 기존 성분별로 복잡하게 이곳저곳 나뉘어 있던 건강식품들을 위 건강, 장 건강, 성장발육 등 카테고리로 분류해 고객이 쉽게 접근할 수 있도록 했다는 게 신세계라이브쇼핑 측 설명이다.

아울러, 인공지능(AI)을 활용해 제작한 건강식품 콘텐츠 관련 쇼츠 영상도 제공한다. /안재선 기자