

유통·식품업계, '오징어2' 한정판 봇물... 연말 즐거움 더한다

**CJ제일제당 오징어 활용 신제품
하이트진로 참이슬 한정판 출시
GS리테일 도어투성수 팝업 운영
하림 '더미식 오징어라면' 광고 공개**

유통·식품업계가 오는 26일 넷플릭스 시리즈 '오징어게임 시즌2' 공개를 앞두고 관련 마케팅 전개에 속도를 내고 있다.

'오징어게임'은 2021년 처음 공개됐으며 한국 작품 최초로 미국 넷플릭스 인기 순위 1위를 기록한 바 있다. 미국 로컬 시상식인 '제75회 프라임타임 에미상' 6개 부문을 석권하기도 했다.

15일 유통업계에 따르면 넷플릭스 공식 지식재산권(IP)파트너사인 GS리테일을 비롯해 식품 기업들이 '오징어게임 시즌2' 협업 상품을 속속 선보이고 있다. 세계적으로 잘 알려진 작품의 인기를 바탕으로 국내외 시장 입지를 강화하고 소비자들에게 즐거움까지 안겨 주기 위함이다.

CJ제일제당은 자사 브랜드 비비고와 '오징어게임 시즌2'가 함께 한 글로벌 캠페인을 한국·미국·유럽·호주·일본 등 전세계 14개국에서 진행 중이다. 협업 제품은 K-스트리트 푸드와 만두, 김치, 김스낵 등 비비고의 핵심 전략 상품을 중심으로 현지 소비자의 니즈 등에 맞춰 국가별로 구성을 차별화



비비고X오징어 게임 시즌2 글로벌 캠페인 이미지 /CJ제일제당

했다. 국내에서는 비비고 냉동떡볶이, 컵떡볶이 3종, 왕교자, 통새우만두 등을 선보였다.

오징어를 활용한 신제품도 선보였다. 한국에서는 '비비고 통오징어만두'와 '버터오징어 김스낵'을, 태국에서는 '비비고 무말랭이 오징어 김치'를 출시했다. 신제품 출시 외에도 각 나라별로 오프라인 매장에 캠페인 특별 매대를 마련하고, 굿즈 이벤트 등 다양한 온·오프라인 소비자 프로모션도 진행한다.

하이트진로는 '참이슬 오징어 게임 에디션'을 지난 9일부터 전국 가정 채널과 일반 음식점, 술집 등 주류 판매업소에서 선보였다. '오징어 게임' 팬들에게 익숙한 영희, 핑크가드, 프론트맨 캐릭터와 참이슬의 이슬방울을 조합해 완성한 라벨을 적용했다. 참이슬 로고의 'ㅁ, ㅅ, ㅈ'에만 오징어 게임

대표 색상인 핑크 색상을 입혀 핑크가드의 등급을 상징하는 원형, 삼각형, 사각형을 표현, 디자인적인 재미를 배가시켰다.

또한 에디션 제품과 함께 오징어 게임 캐릭터를 활용한 굿즈 4종도 선보였다. 영희 게임기와 핑크가드 두꺼비 피규어는 업소 내 전시와 함께 소비자 참여형 이벤트로, 컬러잔과 앞치마는 음용 접점에서 소비자들에게 특별한 경험을 제공할 것으로 기대된다. 특히 '오징어 게임' 인기가 높은 일본, 호주, 멕시코 3개국에도 동시 출시해 의미를 더했다.

오투기는 '뿌셔뿌셔 버터구이오징어맛'과 '열 뿌셔뿌셔 화끈한 매운맛' 2종을 출시했으며, 하림은 '더미식' 브랜드 모델인 배우 이정재와 함께 신제품 '더미식 오징어라면' 광고를 공개했다.

GS리테일은 오징어 게임 시즌2 공개



'조니워커 블랙 오징어 게임 에디션' /디자이너코리아

에 맞춰 서울 성수동의 주류 및 팝업 특화 GS편의점 '도어투성수'에서 'GS25 x 조니워커 블랙 오징어 게임 에디션' 팝업을 운영하고 있다. 또 전국 매장에서 달고나라떼, 랜덤달고나, 에너지멜론, 오징어게임 교통카드 등을 판매하며 간편식·디저트·굿즈 등 넷플릭스 협업 오징어 게임 상품을 선보일 계획이다.

유통업계 한 관계자는 "오징어게임 시즌2' 공개 시점이 다가오면서 다양한 협업 상품을 출시하고 있다"며 "국내를 넘어 해외에서도 '오징어게임'의 인기가 높았던 만큼 관련 마케팅을 펼쳐 인지도 상승 효과를 노리는 것"이라고 말했다. 이어 "탄핵이 가결되고 조금이나마 연말 분위기가 조성되고 있는 것 같아 적극적으로 마케팅 활동을 펼칠 것으로 보인다"고 덧붙였다.

외식업계는 위축된 소비심리 완화를

위해 과격적인 가격을 내걸고 프로모션을 전개한다.

다이닝브랜드그룹의 아웃백은 연말을 맞아 자사 앱 내 '선물하기'에서 기프트카드 5종을 5% 할인된 가격에 판매하며, 요일별로 각기 다른 인기 메뉴를 최대 25% 할인된 가격에 구매할 수 있는 모바일 메뉴권도 판매한다.

CJ푸드빌의 패밀리 레스토랑 '빽스'도 연말을 맞아 '홀리데이 그리팅스' 콘셉트의 겨울 신메뉴를 출시했다. 또 연말 프로모션 기간 동안 스테이크와 샐러드바를 세트 구성한 2인용 커플세트와 3인용 패밀리세트를 20% 할인된 가격에 이용할 수 있으며, 세트 주문 고객을 대상으로 100% 당첨 혜택이 담긴 '행운의 랜덤 포춘 카드'를 선착순으로 제공해 샐러드바 무료 이용권 등의 경품을 증정한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



참이슬x오징어게임2 참이슬 병 3종 /하이트진로

SSG닷컴 "패션, 완구 등 최대 90% 할인"

20일까지 '쇼핑 익스프레스' 행사
매일 오전 10시 장바구니 쿠폰 증정

SSG닷컴이 크리스마스를 앞두고 연령대별 인기 제품을 특가에 제안하는 '쇼핑 익스프레스' 행사를 연다고 15일 밝혔다. 이달 20일까지 가전, 리빙, 패션, 뷰티, 여행, 완구 상품을 최대 90% 할인한다.

SSG닷컴에 따르면 이번 행사에는 20대~30대 연인을 위한 선물로 패션 상품 400여 종을 준비했다. 마이클코어스의 지갑, 스니커즈, 코트 등 공식 브랜드 상품 최대 90% 할인가에 제공한다.

부모님을 위한 선물로 해외여행 상품



'쇼핑 익스프레스' 행사 이미지 /SSG닷컴

과 한우 세트도 마련했다. 일본 북해도, 중국 장가계 패키지여행 상품을 비롯해 지중해 3개국을 일주하는 크루즈 여행

상품을 특가에 선보인다. 농협 1등급 한우 선물 세트는 45% 할인가에 만나볼 수 있다.

어린 자녀를 둔 고객을 위해 크리스마스 완구 상품도 선보인다. 캐치 티니핑, 헬로카봇, 토봇, 콩순이 등 아이들이 좋아하는 인기 장난감이 준비됐으며, 키보드 관련 상품을 최대 25% 할인한다.

할인 쿠폰 혜택도 있다. 행사 기간 매일 오전 10시부터 신세계 몰과 신세계 백화점 몰 상품 구입 시 추가 할인되는 8% 장바구니 쿠폰을 선착순 증정한다. 이 외에도 SSG닷컴에서 사용할 수 있는 7% 상품 쿠폰을 제공한다.

/안재선 기자 wotjs4187@

롯데백, 본점 지하 1층 '뷰티관' 재단장

헬레나 루빈스타인, 스쿠 등 오픈

롯데백화점이 지난 13일 본점 지하 1층에 국내 백화점 최대 규모의 '뷰티관'을 재단장했다고 15일 밝혔다.

롯데백화점은 이번 '뷰티관' 재단장을 통해 향수 전문 브랜드 '로에베퍼품'을 강북상권 최초로 선보인다. 또, 스킨케어 브랜드 '헬레나 루빈스타인'과 고급 메이크업 전문 브랜드 '스쿠' 등도 새롭게 오픈한다.

전용 스킨케어룸 공간 서비스도 확대했다. 기존 '시슬리', '라프레리', '디올' 등에 더해 '발몽', '데코르테', '아모레퍼시픽뷰티'에서도 사적인 공간에서 맞춤형 서비스를 제공하는 전용 스킨케어룸을 새롭게 선보인다.

재단장 기념, 고객 행사도 준비됐다. 롯데백화점은 이달 25일까지 본점 뷰티관 구매 고객을 대상으로, 구매



롯데백화점 본점 지하1층 뷰티관 전경 사진 /롯데백화점

금액의 최대 7%를 롯데상품권으로 증정한다.

김종환 롯데백화점 본점장은 "본점 뷰티관은 면적과 브랜드 수뿐 아니라, 올해 매출까지 전국 최고 수준을 자랑하며 고객들로부터 큰 사랑을 받고 있다"며 "이번 리뉴얼을 통해 더욱 많은 고객들의 방문이 예상됨에 따라 혜택도 올해 최대 수준으로 준비했다"고 밝혔다.

/안재선 기자

파이브가이즈, 내년 갤러리아 광고점 오픈

경기 남부권 대표 거점매장 기대

한국 파이브가이즈가 갤러리아백화점에 입점한다. 에프지코리아는 파이브가이즈 6호점을 내년 3월 갤러리아 광고에 오픈한다고 밝혔다. 갤러리아백화점 점포에 파이브가이즈가 들어선 건 이번이 처음이다.

파이브가이즈 광고는 총 면적 384.2㎡(116평), 120석 규모로 오픈한다. 앞서 지난 9월 서울 외 첫 지역으로 오픈한 파이브가이즈 판교보다 더 큰 규모

로 경기 남부권을 대표하는 거점 매장으로 자리잡을 전망이다.

특히 갤러리아백화점 내 첫 입점으로 한화갤러리아의 리테일 부문과 F&B 부문 간의 시너지 효과가 기대된다. 갤러리아 광고는 파이브가이즈를 통해 수원 및 용인 지역에서 가장 경쟁력 있는 F&B 콘텐츠를 갖추게 됐다.

갤러리아 광고는 경기 남부의 핵심 상권에 자리잡고 있다. 인근 광고호수공원과 대형 아파트 단지, 오피스 빌딩 등 배후 상권을 고려할 때, 가족, 연인,

직장인 등 다양한 방문객이 찾을 것으로 기대된다.

김동선 한화갤러리아 미래비전총괄 주도로 2023년 론칭한 한국파이브가이즈는 오픈 1년만에 전 점포가 글로벌 매출 톱10에 오르는 등 큰 성과를 냈다. 국내 점포 확장과 함께 글로벌 시장공략에도 나서고 있다.

에프지코리아는 지난 7월 '파이브가이즈의 일본 시장 진출'을 골자로 한 양해각서(MOU)를 파이브가이즈 인터내셔널과 체결했다. 2025년 하반기 첫 점포 오픈을 시작으로 향후 7년 간 도교를 포함한 일본 곳곳에 20개 이상의 매장을 연다는 계획이다.

/신원선 기자

CJ푸드빌, '빽스 마곡 원그로브점' 오픈

CJ푸드빌이 운영하는 빽스가 서울 강서구 마곡동에 '마곡 원그로브점'을 오픈했다.

빽스마곡원그로브점은 지난 11월로 영업을 종료한 '등촌점'의 리로케이션 이전 오픈에 따른 것으로 등촌점은 빽스 1호점으로서 의미를 지닌 곳이다.

빽스마곡원그로브점이 위치하는 원그로브는 지하철 5호선 마곡역과 직접

연결되고, 연면적 약 46만㎡로 축구장 3배 규모의 대형 복합 상업시설로 마곡지구 내 최대 상권으로 부상하는 곳이다.

빽스마곡원그로브점은 보다 현대적이고 프리미엄한 공간과 서비스를 선보일 계획이다. 약 300여 평의 규모에 274석의 좌석을 이용할 수 있어 여유로운 매장 이용이 가능하다.

/신원선 기자