

# “흑백요리사 ‘동파육’ 맛보고, 오징어게임 체험해 보세요”

## 현장르포

### 컬리푸드페스타 2024

‘모두를 위한 컬리크리스마스’ 주제 128개 파트너사 등 총 400여곳 참여 독일 슈톨렌, 이탈리아 파네토네 등 컬리베이커리존에 디저트들 마련

크리스마스 장식으로 꾸며진 내부는 작은 크리스마스 마을을 연상케 했다. 컬리가 개최한 ‘컬리푸드페스타 2024’는 시식, 체험, 이벤트가 어우러진 복합 문화 공간으로, 연말 분위기를 가득 담은 행사였다.

19일 리테일 테크 기업 컬리가 서울 코엑스 마곡 르웨스트에서 연말 오프라인 미식 축제인 ‘컬리푸드페스타 2024’를 개최했다. 이번 행사는 ‘모두를 위한 컬리크리스마스’라는 주제로, 이달 19일부터 22일까지 나흘간 진행된다. 지난해 7월 열린 첫 번째 컬리푸드페스타 행사 성



19일 서울 강서구 코엑스마곡 르웨스트에서 열린 컬리 푸드페스타 2024 방문객들이 다양한 F&B 브랜드 부스를 관람하고 있다. /뉴시스



컬리 푸드페스타 2024 방문객들이 다양한 F&B 브랜드 부스를 관람하고 있다. /뉴시스

원에 힘입어 이번 행사 규모를 약 두 배로 확장했다는 게 컬리 측 설명이다.

행사에는 간편식, 메인 요리, 수산물, 축산물, 주류, 샐러드, 베이커리, 식료품, 커피 등 다양한 제품군이 준비됐다. 컬리 브랜드를 비롯해 128개 파트너사와 230여 개 식음료 브랜드가 참여했다.

특히, ‘컬리브랜드존’은 컬리의 식재료 철학을 엿볼 수 있는 차별화된 공간

으로 주목받았다. 빵과 디저트 위주의 상품군이 배치된 ‘컬리베이커리존’에서는 독일의 슈톨렌, 이탈리아의 파네토네와 광도르, 프랑스의 부쉬드노엘 등 전 세계 크리스마스 디저트들이 다채롭게 마련됐다.

무엇보다 행사장은 맛과 재미가 어우러진 복합 문화 공간으로 꾸며졌다. 중화요리 브랜드 ‘차오차오’는 셰프들이 직접 행사장에 참여해 넷플릭스 예능

‘흑백요리사’로 화제가 된 동파육과 차오엔 소스를 활용한 요리 과정을 선보였다. 셰프들의 현장 요리를 보기 위해 몰려든 방문객들로 부스는 북적였다.

참여형 이벤트도 큰 호응을 얻었다. 건강식품 브랜드 ‘바름’의 룰렛 이벤트는 많은 방문객이 줄을 서서 기다릴 정도로 인기를 끌었다. 오후기는 피자 시식과 함께 진행한 퀴즈 이벤트로 상품을 증정하며 방문객들의 발길을 사로잡았다.

콘텐츠를 활용한 이색 이벤트를 선보이는 곳도 있었다. CJ제일제당은 넷플릭스 드라마 ‘오징어게임’을 테마로 행사장 외관을 꾸미고, 행사 참여자가 직접 훔칠리는 돈을 잡아 상품을 받는 이색적인행사를 선보였다. CJ제일제당은 컬리와 공동으로 기획한 ‘제일마켓컬리’ 상품을 주력으로 선보였다.

행사에 참여한 이모 씨는 “먹고 즐길 수 있어 더 좋다. 단순히 음식을 맛보는 것뿐만 아니라 퀴즈를 풀고 상품을 받는 등 다양한 즐길 거리가 있어 재밌다”고 말했다.

최재훈 컬리 최고커머스책임자(CC O)는 “고객의 뜨거운 성원에 힘입어 두 번째로 진행되는 컬리푸드페스타는 고객이 자신만의 취향을 찾는 경험을 오프라인에서도 체험할 수 있도록 세심하게 기획했다”며 “컬리와 128개 파트너사가 함께 만든 연말 축제의 장에서 가족, 연인, 친구와 함께 풍성한 추억을 만드시길 바란다”고 밝혔다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

## 포카리·나랑드·오란씨 등 100원씩 인상

동아오츠카, 제품가격 평균 6.3%↑ 데자와 캔은 유지, 이카리아는 인하

동아오츠카는 지속적인 원부자재 가격 상승과 물류비 증가로 인해 2025년 1월 1일부터 자사 제품 가격을 평균 6.3% 인상한다고 19일 밝혔다.

포카리스웨트 250ml 캔은 편의점 기준 1600원에서 1700원으로 6.3% 인상되며, 620ml 페트는 2500원에서 2600원으로 4.0%, 1.5L 페트는 3800원에서 3900원으로 2.6% 인상된다.

나랑드사이다 250ml 캔은 1400원에

서 1500원으로 7.1%, 350ml 캔은 1700원에서 1800원으로 5.9% 상승하며, 포카리스웨트와 마찬가지로 각 100원씩 인상된다.

오란씨와 데미소다도 동일하게 제품별로 100원씩 인상된다. 오란씨 250ml 캔은 1400원에서 1500원으로 7.1%, 350ml 캔은 1700원에서 1800원으로 5.9% 조정된다. 데미소다 250ml 캔 4종(애플·복숭아·레몬·청포도)은 모두 6.3% 상승해 1600원에서 1700원으로 가격이 오른다.

오로나민C는 1400원에서 1500원

로 7.1%, 캔이나 페트 대비 원재료비인 상투이 50% 이상 상승한 컨피던스 230ml 병 제품은 1800원에서 2000원으로 11.1%, 200원 오른다.

한편, 데자와 캔 제품은 현 가격 유지, 커피 브랜드 ‘이카리아’는 가격 인하를 단행한다. 최근 새 단장을 한 이카리아는 2400원에서 2100원으로 12.5% 내린다. 사용하는 원두는 같지만 추출 방식을 콜드 브루 방식에서 핫 브루로 바꾸고, 사용 페트를 변경해 가격 인하를 결정했다.

/신원선 기자 tree6834@

## 11번가 오픈마켓 9개월 연속 흑자 달성

누적 영업이익 전년 대비 250억 증가

SK스퀘어의 자회사인 11번가가 오픈마켓 부문에서 지난 3월부터 11월까지 9개월 연속으로 영업이익 흑자를 달성했다고 19일 밝혔다. 같은 기간 오픈마켓 부문의 누적 영업이익도 전년 동기 대비 250억원 이상 증가했다.

11번가에 따르면, 지속적인 고정비 절감 노력과 연중 최대 소풍 행사인 ‘그랜드 11절’의 효과가 흑자 달성의 주요인으로 작용했다. 특히 지난달 진행된 ‘그랜드 11절’에 맞춰 다양한 할인 행사와 상품 혜택을 제공하고, 고객 유입 활성화를 위한 마케팅에 집중했다는 게 11번가 측 설명이다.

실제 모바일 앱 분석 서비스 ‘모바일 인덱스’에 따르면, 지난달 11번가의 월간 활성 사용자 수(MAU)는 923만 명으로 전월 대비 18% 증가했다.

특히 서비스와 전문관도 성장세를 보였다. 11번가에 따르면 생활용품 특화 서비스 ‘홈즈’의 11월 거래액은 전월 대비 2배 증가했으며, 패션 전문관 ‘오오티디’, 명품 전문관 ‘우아력스’ 11월 거래액이 역시 전월 대비 약 20% 올랐다.

한편, 11번가는 이달에도 수익성 중심의 내실 경영에 집중하고, 연말 할인 행사와 프로모션을 강화해 더 많은 고객을 확보하고 실적 개선세를 이어간다는 방침이다.

/안재선 기자

## 롯데홈쇼핑, 리빙·뷰티 등 홈파티 용품 확대

31일까지 ‘뽕스 2024 연말선물대전’

롯데홈쇼핑이 크리스마스와 연말 시즌을 맞아 해외 유명 테이블웨어, 인기 뷰티 아이템 등 홈파티 및 선물용 상품 판매를 확대한다고 19일 밝혔다.

롯데홈쇼핑에 따르면 이달 31일까지 ‘Thanks(뽕스) 2024 연말선물대전’ 특집전을 열고, 선물하기 서비스를 이용한 모든 고객에게 롯데 모바일상품권을 증정한다.

글로벌 리빙 브랜드, 뷰티 아이템 등 연말연시 홈파티 용품과 선물로 각광받는 상품 편성도 확대한다.

이달 21일 대표 프로그램 ‘최유라쇼’에서는 500년 전통의 프랑스 유리 제품 브랜드 ‘다로쉐’의 ‘아베오 컬렉션’을 선보인다. 나폴레옹 황제의 상징인 쥘별 패턴이 새겨져 있으며 접시, 그릇 등 총 8종으로 구성됐다.

22일에는 뷰티·라이프스타일 브랜드 ‘키스’의 연말 선물 패키지 상품을 소개한다. ‘컬러드키스 핑크 마그넷 쿠션’을



롯데홈쇼핑 기획전 라이브 방송모습. /롯데홈쇼핑

포함해 톱업 프라이머, 컨실러 파운데이션 등 총 6종 구성이다.

이번 기획전은 지난 5일 간 하루 평균 주문액 상승에 따른 기획전이라는 게 롯데홈쇼핑 측 설명이다. 실제 롯데홈쇼핑에 따르면 지난 14일부터 18일까지 롯데홈쇼핑의 하루 평균 주문액은 직전 5일과 비교해 20% 이상 증가했다.

모바일 선물하기 서비스 이용 건수 역시 30% 가량 증가했다. 특히 이달 모바일 선물하기를 통한 명품 주문 건수는 지난달 같은 기간과 비교해 50%, 패션은 30% 늘었다.

/안재선 기자

## 도미노피자

### ‘콩콩팔팔 크림치즈 스틱’ 오늘부터 겨울 간식 판매

도미노피자가 겨울에 딱 어울리는 간식 메뉴인 ‘콩콩팔팔 크림 치즈 스틱’을 20일부터 판매한다고 19일 밝혔다.

콩콩팔팔 크림 치즈 스틱은 지난 10월 출시한 ‘콩콩팔팔 크림 치즈 옛지’를 스틱 형태로 만든 것으로 피자의 옛지를 즐기는 소비자는 물론이고 기존 치즈스티크를 즐기는 소비자들에게 제격이다.

이번 콩콩팔팔 크림 치즈 스틱은 겉은 바삭한 썬 크러스트로 감싸고, 속은 달콤하면서도 부드러운 콩팍 무스와 카망베르 크림 치즈 무스로 채워 달달한 간식이 끌리는 겨울에 잘 어울리는 메뉴다. 특히 도미노피자 주문시 사이드 메뉴로 코카-콜라 1.25L와 함께 구매 시 5000원 할인된 가격에 구매 가능하다.

이와 함께 도미노피자는 피자와 함께 즐길 수 있는 ‘콩콩팔팔 동지 특집’ 프로모션도 진행한다.

/신원선 기자

## ‘우리동네GS’ 앱 월간이용자 389만명

GS리테일, 2년만에 244만명 증가

GS리테일이 자사 전용 모바일 애플리케이션 ‘우리동네GS’의 월간 활성화 이용자 수(MAU)가 출시 2년 만에 244만명 증가하며 역대 최고치를 기록했다

고 19일 밝혔다. 앱 분석 서비스 ‘모바일 인덱스’ 자료에 따르면 ‘우리동네GS’ 애플리케이션의 MAU가 지난 10월 기준, 역대 최고치인 389만명으로 집계됐다.

GS리테일에 따르면 ‘우리동네GS’ 애플리케이션에 GS25와 GS더프레스를 연계한 차별화된 O4O 서비스를 도입하고, 온·오프라인 통합 마케팅을 전개한 점이 성장의 주요 요인으로 작용했다. 특히 ▲배달 서비스인 퀵커머스 ▲주류 스마트더 서비스인 와인25플러스 ▲마감 할인 등이 우리동네GS 앱의 성장을 이끈 주력 O4O 서비스로 꼽힌다.



고객이 GS25에서 GS페이를 이용하고 있는 모습. /GS리테일

O4O 서비스는 온라인과 오프라인을 연계하여 두 환경의 강점을 결합한 비즈니스 모델로, 온라인 데이터를 기반으로 오프라인 서비스를 강화하거나 반대로 오프라인 경험을 온라인과 연결해 고객에게 통합적인 서비스 경험을 제공하는 것을 뜻한다.

GS리테일은 오는 2025년에도 모바일 애플리케이션 기반 O4O 서비스 강화에 집중한다는 방침이다.

/안재선 기자