

와인병 휘감고, 금메달에도 ‘쑥’... “푸른뱀 기운 받으세요”

유통업계, ‘뱀의 해’ 신년 마케팅 와인병에 뱀 새겨넣은 에디션 선택 편의점업계, 푸른뱀 골드바 판매 뱀 형상화 한 디저트·음료 출시

2025년 을사년 푸른 뱀의 해를 맞아 유통업계가 신년 마케팅을 전개한다. 탄핵 정국에 이은 전남 무안국제공항 제주항공 여객기 참사 분위기를 반영해 예년보다는 축소된 규모로 진행한다.

주류 업계와 편의점 업계는 지혜와 신중함을 상징하는 뱀과 푸른색을 패키지에 형상화했다. 국내 와인 유통업계 1호 상장사인 나라셀라는 ‘몬테스 알파 카버네 소비뇽 뱀피 에디션’을 출시했다.

‘몬테스 알파 카버네 소비뇽’은 국내에서 처음으로 누적 판매 1600만 병을 돌파한 칠레 최

초 프리미엄 와인으로, 와인 입문자부터 전문가까지 모두 즐기 좋은 레드 와인이다. 적당한 무게감과 정교한 구조 덕분에 바로 즐기기도 좋고, 5년 이상의 숙성을 거치면 더욱 깊고 풍부한 맛을 경험할 수 있다.

‘몬테스 알파 카버네 소비뇽 뱀피 에디션’은 1만8000병 한정판으로 출시되며 신세계백화점과 이마트, 이마트트레이더스, 이마트 에브리데이, 이마트24 등에서 만나볼 수 있다.

아영FBC도 국민 와인 디아블로 ‘청사 에디션’을 출시했다. ‘와인창고를 지키는 악마’라는 디아블로 고유의 전설을 모티브로 한국 특유의 전통 풍속인 ‘심어간지’와 연결해 기획했다. 병 디자인은 궁궐 단청 문양을 배경으로 도깨비의 얼굴과 푸른 뱀이 조화를 이룬다.

편의점 업계는 푸른 뱀을 담은 골드바 판매에 나섰다. 이마트24는 한국금거래소의 골드바 뱀 골드바 1돈(3.75g), 뱀 골드바 10돈(37.5g), 뱀 하트골드바(1g), 굴비세트 골드바 1돈, 뱀 미니피규어(3g) 등 5종

을 판매한다. 세븐일레븐도 한국금거래소 뱀 하트 골드바 1g을 비롯해 뱀 골드바 1돈과 골드바 10돈 등 다양한 순금 상품을 준비했다.

GS25는 금·은메달 세트와 골드바 4종을 준비했다. 금 제품은 GS25 매장이나 전용 애플리케이션(앱) 우리동네GS를 통해 구매하고 원하는 장소에서 배송받을 수 있다. 이와 함께 ‘12년 숙성 마계로의 초대 푸른뱀 라벨(고구마 소주)’을 필두로 ‘화요53% 청사 에디션’ ‘디아블로 청사 에디션’ ‘조니워커 블루 청사 에디션’을 주류 스마트더 ‘와인 25플러스’를 통해 판매된다.

커피 프랜차이즈도 띠마케팅을 속속 펼치고 있다. 스타벅스 코리아는 새해를 맞아 1월 1일부터 2월 2일까지 워너브라더스 디스크버리 글로벌 컨슈머 프 로덕트사(WBDGCP)와 손잡고 해리포터에서 영감을 얻은 음료, 푸드, MD 등 컬래버레이션 상품들을 선보인다.

스타벅스는 새해 첫 프로모션의 슬로건을 ‘새해, 마법같은 경이로움(NEW YEAR, MAGICAL WONDERS)’으로 정하고 친근한 해리포터의 콘텐츠로



몬테스 알파 카버네 소비뇽 뱀피 에디션. /나라셀라



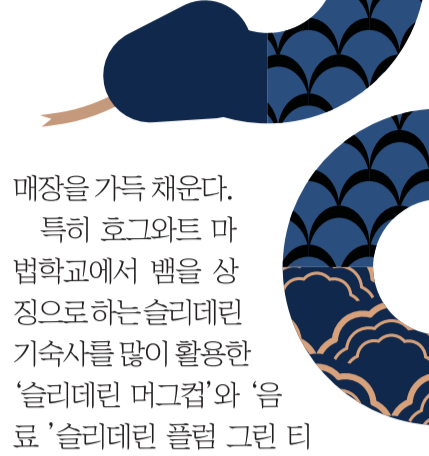
GS25 2025년 뱀의 해 에디션 상품. /GS25

‘슬리데린 플럼 그린 티’는 호그와트 슬리데린 기숙사의 마스코트인 ‘초록뱀’을 형상화한 음료다.

롯데GRS가 운영하는 크리스피크림 도넛은 새해를 맞아 소원을 함께 나누는 콘셉트로 ‘뉴이어 위시’(New Year Wish) 도넛 4종을 출시했다.

‘리치 푸른뱀’ ‘복주머니’ ‘럭키 클로버’ ‘웰컴 2025’ 총 4종으로 행운을 상징하는 심볼을 적용했으며 고객 선호도가 높은 원재료를 활용해 새해의 희망찬 분위기를 도넛에 표현했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



매장을 가득 채운다. 특히 호그와트 마법학교에서 뱀을 상징으로 하는 슬리데린 기숙사를 많이 활용한 ‘슬리데린 머그컵’과 ‘음료 슬리데린 플럼 그린 티’ 등을 마련했다.

롯데GRS가 운영하는 크리스피크림 도넛은 새해를 맞아 소원을 함께 나누는 콘셉트로 ‘뉴이어 위시’(New Year Wish) 도넛 4종을 출시했다.

‘리치 푸른뱀’ ‘복주머니’ ‘럭키 클로버’ ‘웰컴 2025’ 총 4종으로 행운을 상징하는 심볼을 적용했으며 고객 선호도가 높은 원재료를 활용해 새해의 희망찬 분위기를 도넛에 표현했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

부담 덜고 혜택 늘리고... 새해 물가 잡아라 NS홈쇼핑, ‘푸른뱀 골드바’ 경품 등 이벤트

유통업계, 새해 맞아 물가안정 나서 홈플러스 빅데이터 활용 알뜰 장보기 이마트 ‘고래잇’ 새해 대규모 할인행사 롯데마트 PB상품 할인·공구할딜 등

유통업계가 새해를 맞아 물가안정에 초점을 맞춘 행보를 이어가고 있다. 물가 상승 우려에 소비자들의 부담을 덜고 매출 상승을 노리고자 하는 전략으로 풀이된다.

1일 통계청에 따르면, 12월 소비자물가지수 전월 대비 0.4%, 전년동월대비 1.9% 각각 상승했다. 이에 마트들은 새해맞이 물가 안정을 위한 다양한 행사를 전개하고 나섰다.

홈플러스는 소비자 물가 부담을 완화하기 위해 ‘2025 AI 물가안정 프로젝트’를 시작하고, 이달 2일부터 8일까지 올해 첫 할인 행사를 진행한다고 밝혔다.

‘AI 물가안정 프로젝트’는 홈플러스의 인공지능(AI) 기술과 구매 빅데이터

를 활용해 소비자들에게 최적의 상품을 제안하고 가격을 낮추는 물가안정 캠페인이다. ▲AI 가격혁명 ▲물가안정 365 ▲홈플러스 단독 상품 등으로 구성됐다.

홈플러스 김상진 트레이드마케팅총괄은 “그간 진행해 온 각종 물가안정 노력들을 하나로 묶고, 빅데이터를 통해 더욱 치밀하게 상품, 가격, 혜택을 기획해 합리적인 장보기 경험을 선사하고자 한다”라며 “AI 물가안정 프로젝트를 통해 답을수록 남는 장보기를 하시기 바란다”라고 말했다.

이마트 역시 새해맞이 이달 1일부터 5일까지 물가 안정 행사 ‘고래잇 페스타’를 진행한다.

‘고래잇 페스타’는 이마트가 2025년 새롭게 선보이는 대규모 할인 행사다. ‘고래잇’은 ‘훌륭한(Great)’과 ‘아이템(Item)’을 결합한 표현으로, 이마트는 행사 기간 동안 특별히 선정된 14종의 ‘고래잇템’을 최대 반값에 제공한다.

특히, 이달 2일까지는 ‘브랜드 한우 전품목’을, 3일과 4일에는 ‘국내산 삼겹살·목심’을 행사카드 전액 결제 고객을 대상으로 50% 할인가에 제공한다.

롯데마트·슈퍼도 2025년 신년 맞이 물가잡기 캠페인 ‘더 핫’을 진행한다. ‘더 핫’은 ‘이번주 핫프라이스’ ‘이달의 핫 PB’ ‘공구할딜’ 세 가지 카테고리 구성됐다.

특히, 인기 상품을 선보이는 ‘이번주 핫프라이스’ 코너 상품을 매주 1개에서 매주 3개 내외로 늘려 운영한다. 오프라인 매장 전용 멤버십 서비스인 ‘롯데마트GO’ 애플리케이션 특가 서비스도 확대한다. ‘이달의 핫 PB’ 코너에서는 ‘요리하다’와 ‘오늘좋은’ 등 자체 브랜드 상품(PB)을 한 달간 8개 내외로 선정해 선보인다. 롯데마트와 롯데슈퍼가 파트너사와 협업해 단독으로 기획 제작한 ‘공구할딜’ 상품은 한 달간 연중 최저가로 고객에게 제공한다는 방침이다.

/안재선 기자 wotjs4187@

1일부터 ‘을사년 복 받아웃’ 프로모션

NS홈쇼핑이 NS몰 모바일앱에서 2025년 새해를 맞아 ‘을사년 복 받아웃’ 프로모션을 진행한다고 1일 밝혔다.

이번 프로모션은 골드바, 적립금, 할인쿠폰 등 다양한 혜택으로 구성되어 있으며, 2025년 1월 1일부터 시작되어 각각의 이벤트별 일정에 따라 진행된다.

먼저, ‘푸른 뱀 골드바 18.75g’을 제공하는 경품 이벤트를 진행한다. 1월 1일부터 1월 4일까지 진행하며 푸시 수신 동의 후 이벤트 페이지에서 응모한 고객 중 추첨을 통해 단 한 명에게 행운의 기회가 주어진다. 고객은 ID당 하루 한 번씩 응모할 수 있으며, 응모 횟수가 많을수록 당첨 확률이 높아진다.

같은 기간 동안 방송상품을 구매한

고객을 대상으로 한 5000원 적립금 이벤트도 함께 진행한다. TV홈쇼핑과 NS샵플러스(T커머스) 방송상품을 모바일로 구매 후 이벤트 페이지에서 적립금 신청을 완료한 고객은 ID당 하루 한 번 5000원 적립금을 받을 수 있다.

이 외에도 프로모션 기간 동안 이벤트 페이지에서 매일 다운로드 가능한 5% 모바일 할인 쿠폰도 제공한다. ID당 하루 한 번 다운로드 및 사용이 가능하며, 최대 1만원까지 할인받을 수 있다.

1월 1일부터 1월 12일까지는 100% 당첨 확률의 ‘웃놀이 이벤트’에도 참여할 수 있다. 참여 고객은 푸시 수신 동의 후 이벤트 페이지에서 웃놀이를 통해 골드바 1g, 식용유 세트, 후라이팬 세트 등 다양한 실물 경품과 적립금, 쿠폰 혜택을 받을 수 있다.

/신원선 기자

CJ푸드빌, 국내 넘어 해외서도 인재 육성

인도네시아 현지 학생 16명 선발 베이커리 전문가로 육성, 채용도

CJ푸드빌이 지속 가능한 사회적 가치 창출 노력을 확대하며 ESG 경영 실천에 앞장서고 있다.

CJ푸드빌은 ▲청년채용 ▲양성평등 ▲장애인 고용 확대 등 사회(S) 분야에서 괄목할 만한 ESG 활동을 펼치고 있으며, 특히 청년채용의 경우 국내를 넘어 해외로까지 활동 영역을 넓히며 고객이 신뢰하는 글로벌 기업으로 성장하

고 있다고 1일 밝혔다.

CJ푸드빌은 지난해 9월 베이커리 전문가를 꿈꾸는 인도네시아 현지 학생 16명을 선발하여 청년 채용 프로그램을 운영했다. 국내에서 운영중인 다양한 산학협력 채용 프로그램을 처음으로 해외로까지 확대한 것이다.

선발된 산학계 고교 학생들은 약 3개월간 인도네시아의 푸레주르 매장에서 점포 실습 및 인턴십 기회를 거치며 평가를 통해 최종 14명이 직원으로 채용됐다. 이들은 앞으로 인도네시아의 푸

레주르 매장에서 베이커리 제품을 생산하고 매장 스태프로서의 업무를 수행할 예정이다.

이러한 인도네시아에서의 산학협력 채용 연계 프로그램은 CJ푸드빌이 지난 2022년부터 진행한 자카르타 기술국 공립고등학교 SMKN27과의 ‘푸레주르 베이킹 드림스’ 업무협약의 범위를 확장한 것이다. 이를 통해 학생들에게 제과제빵 관련 기술 습득 및 취업 기회를 제공해왔다. CJ푸드빌의 활동은 푸레주르가 인도네시아 현지에서 프리미엄 No.1 베이커리로 자리하며 그에 걸맞은 사회적 책임에 앞장서고 있다는 평가를 받고 있다.

/신원선 기자

세븐일레븐-카브루, 명화 담은 하이볼 선택

앙리 마티스 명화 패키지로 분위기

세븐일레븐과 카브루(KABREW)가 새해를 맞아 고급스러운 분위기가 물씬 풍기는 앙리 마티스 명화를 제품명과 패키지에 담은 프랑스산 리얼 와인인 담긴 ‘와인 하이볼 2종(사진)’을 선보였다.

와인 하이볼은 ‘카티아 레드 와인 하이볼’, ‘나디아 화이트 와인 하이볼’ 2종으로 출시되며 포도 알갱이가 들어 있어 단순히 마시는 즐거움을 넘어 씹는 재미까지 더했다. 500ml에 도수는 5도다.

앙리 마티스의 미니멀한 인물드로잉 시리즈가 그려진 제품들은 젊은 층을 중심으로 감성 인테리어 소품으로 사랑받고 있다.

이와 더불어, ‘믹솔로지’ 트렌드와 지



속해서 인기를 끌고 있는 ‘과일릭(과일+holic)’ 트렌드에도 주목해 와인 하이볼에 포도 알갱이를 추가했다. 포도 알갱이를 편하게 마실 수 있도록 풀 오픈 탭도 적용했다.

카브루의 와인 하이볼 2종은 카브루 브루어리에서 직접 양조한 원주를 베이스로 하고 프랑스 남부 론 지역의 중요 품종인 ‘그르나슈’와 ‘시라’를 블렌딩한 레드와인과 ‘콜롬바드’, ‘위니블랑’, ‘알리코페’를 적절히 블렌딩한 화이트 와인을 원료로 사용해 깊고 풍부한 맛과 청량감을 함께 맞출 수 있다.

/신원선 기자