

거울보면 맥박·혈압 등 20개 정보가… 현대百, 헬스케어 확대

‘네슬레 헬스사이언스’ 협업
목동점에 헬스사이언스 스토어
영양상태 측정 전문기기 비치
상담가 상주… 건강관리 서비스

현대백화점그룹이 글로벌 헬스케어 기업 ‘네슬레 헬스사이언스’와 협업해 본격 헬스케어 사업 확대에 나선다고 24일 밝혔다. 네슬레 헬스사이언스는 프리미엄 비타민 브랜드 ‘솔가’, 콜라겐 브랜드 ‘바이탈 프로틴’, 드링크 브랜드인 ‘눈’ 등 25개 건강기능식품(이하 건기식)·메디컬 푸드 브랜드를 보유하고 있는 스위스 글로벌 헬스케어 그룹이다.

현대백화점그룹의종합헬스케어기업 ‘현대바이오랜드’는 이달 25일, 현대백화점 목동점 지하 2층에 ‘네슬레 헬스사이언스 스토어’를 연다. 이 매장은 네슬레 헬스사이언스의 주요 건강기능식품 브랜드를 한데 모은 신개념 토탈 헬스케어 전문 매장으로, 첨단 기기를 활용해 개인 건강 상태에 최적화된 건기식 상품을 제안한다.

매장에는 인공지능(AI) 기반 헬스케어 기기인 ‘아누라 매직미러’가 구비됐다. 거울처럼 생긴 화면에 약30초간 얼굴을 비추면, 광학 센서를 통해 생체 지표를 감지하고 인공지능이 이를 분석해 단 10여 초 만에 호흡, 맥박, 혈압,



네슬레 헬스사이언스의 ‘솔가’ 제품을 둘러보는 관계자 모습.

/현대백화점그룹

피부 나이뿐 아니라 당뇨, 뇌졸중, 고혈압 등의 발병 위험까지 총 20여 가지 건강 정보를 제공한다.

이 외에도 체성분·미량영양소·정신건강(스트레스) 등 종합적인 영양 상태를 측정할 수 있는 디지털 헬스케어 전문 기기가 추가로 비치됐다. 측정 비용은 무료이며, 희망 고객에 한해 유료로 유전자 검사 서비스도 제공한다는 계획이다.

매장에는 전문 교육을 이수한 헬스상담가가 상주한다. 전문 기기를 통해 측정된 건강 데이터를 바탕으로 필요한 영양 성분을 제안하며, 제품 추천은 물론 복용법과 혼합 복용 가능 여부까지 안내한다. 또, 고객별 데이터를 추적

해 건강 상태의 변화를 추적하는 등, 지속적인 맞춤형 건강 관리 서비스도 제공한다.

향후매장 내에서는현대그린푸드가 자체 개발한 인공지능(AI) 영양상담 솔루션 ‘그리팅X’를 활용한 서비스도 선보일 예정이다. 이를 통해 건기식은 물론, 개인의 영양 상태에 맞춘 신선·가공식품까지 추천하는 맞춤형 건강관리 서비스를 제공할 계획이다.

현대백화점그룹은 2021년 그룹의 지속성장 방향성을 담아 선포한 ‘비전 2030’에서 바이오·헬스케어 사업을 핵심 주력 분야로 선정하고, 2023년부터 네슬레 헬스사이언스와 전략적 업무 제휴 협약을 맺는 등 헬스케어 사업 확

대에 속도를 내왔다. 지난해 4월에는 뉴질랜드 마누카 꿀 전문 브랜드 ‘에그 몬트’를 비롯한 국내 건강식품 브랜드 4종을 수입해 선보이기도 했다.

지난해 10월에는 2025년 정기 인사를 통해 이희준 현대바이오랜드 대표가 그룹사 부사장으로 승진하면서, 현대백화점그룹의 헬스케어 사업 확대 기조가 뚜렷해졌다는 평가가 나온 바 있다.

현대백화점그룹은헬스케어사업 확대에 더욱 속도를 낸다는 방침이다. 우선, 현대백화점그룹은 헬스케어 역량을 결집한 ‘종합 헬스케어 플랫폼’ 오픈을 준비 중이다. 이 플랫폼은 현재 운영 중인 네슬레 헬스사이언스 매장의 업그レード 버전으로, 개인 맞춤형 건강기능식품 매장인 ‘핏타민’, 케어푸드 전문 플래그십 매장 ‘그리팅 스토어’, 디지털 헬스케어 스타트업 ‘킵더허들’의 기술력을 결합한 플랫폼이다.

현대백화점그룹 지주회사 현대지에 프홀딩스 관계자는 “건강기능식품 등 헬스케어 분야는 그룹 내 제조 및 유통 플랫폼과의 높은 시너지 효과가 기대되는 영역”이라며 “그룹 헬스케어 사업의 핵심 파트너인 네슬레 헬스사이언스와 협업을 통해 앞으로도 차별화된 헬스케어 비즈니스 생태계 구축을 위해 적극 나설 것”이라고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr



탕글 신제품 3종(청크토토마토 파스타, 갈릭오일 파스타, 머쉬룸크림 파스타) /삼양식품

삼양식품

글로벌 브랜드 ‘탕글’ 파스타 신제품 3종 선포

삼양식품은 글로벌 브랜드 ‘탕글’ 신제품 3종(청크토토마토 파스타, 갈릭오일 파스타, 머쉬룸크림 파스타)을 전세계에 출시한다고 24일 밝혔다.

4월 초 미국을 시작으로 일본, 유럽, 중국, 호주 등으로 수출출구를 확대중이며 국내에서는 이날부터 판매를 시작한다.

신제품 3종은 삼양식품만의 제조 공법으로 만든 건면에 병아리콩을 넣어 영양 성분을 강화했다. 국내 제품 한 봉지 기준 단백질 15g과 식이섬유 6g이 들어 있어 건강하게 즐길 수 있다. 또한 증숙 건조해 만드는 기존 건면 제품과 달리, 탕글의 건면은 물에 삶아 건조시켜 식감이 생면처럼 부드럽고 쫄깃하다.

차별화된 건면과 함께 제품별로 각각 토마토, 오일, 크림소스를 기본으로 각 소스에 어울리는 재료를 활용해 맛의 완성도를 높였다.

청크토토마토파스타는금작한토마토와 마늘, 양파로 클래식한 풍미를, 갈릭오일 파스타는 스페인산 올리브 오일에 마늘과 레드페퍼로 담백하면서도 알싸한 풍미를 살렸다.

/신원선 기자

대상웰라이프

브랜드 ‘헤이N’ 론칭 유기농 레몬즙 등 출시

대상웰라이프가 일상 속 건강한 루틴을 제안하는 브랜드 ‘헤이N’을 론칭하고, 신제품 3종을 출시했다고 24일 밝혔다.

‘헤이N’은 친근한 인사를 뜻하는 ‘HEY’와 새로움을 의미하는 그리스어 ‘Neo’의 합성어로 ‘따뜻한 인사와 함께, 당신과 건강하고 희망찬 내일을 연다’는 브랜드 철학을 담고 있다. 최근 MZ세대 소비자를 중심으로 확산되고 있는 ‘웰니스 라이프스타일’ 트렌드에 맞춰 누구나 일상 속에서 간편하게 건강 루틴을 챙길 수 있는 제품을 선보이고 있다.

대상웰라이프는 브랜드 론칭에 맞춰 ▲헤이N 100% 유기농 레몬즙 ▲헤이N 굿모닝 진저샷 스틱 ▲헤이N 100% 유기농 푸룬즙 총 3종의 신제품을 출시했다.

헤이N 100% 유기농 레몬즙은 EU 유기농 인증을 받은 스페인산 레몬만을 사용해 레몬 고유의 산뜻한 풍미와 영양을 살렸다.

/신원선 기자

동서식품

‘맥심플랜트’ 오픈 7주년 4일간 경품증정 이벤트

동서식품이 서울 한남동에 위치한 맥심 브랜드 체험공간 ‘맥심플랜트’ 오픈 7주년을 기념해 경품 증정 이벤트를 진행한다고 24일 밝혔다.

맥심플랜트는 ‘도심 속 정원, 숲 속 커피 공장’이라는 콘셉트로 지난 2018년 4월 문을 연 맥심의 브랜드 체험 공간이다.

이번 오픈 7주년 기념 이벤트는 오는 25일부터 28일까지 4일간 진행되며, 맥심플랜트 1층 팝업존에 방문하면 랜덤 뽑기를 통해 참여자 전원에게 다양한 경품을 정한다.

이벤트는 맥심플랜트 당일 구매 금액 1만원 당 1회씩 참여할 수 있으며, 홈페이지 신규 회원 가입 시 추가 1회 참여가 가능하다.

뽑기 기계 레버를 돌려서 나오는 캡슐에 따라 ▲카누 바리스타 캡슐커피머신 ▲맥심플랜트 선불카드 5만원권 ▲맥심 모카골드 제로슈거 커피믹스 등 다양한 경품을 제공한다.

맥심플랜트는맥심만의브랜드 경험과 차별화된 커피 문화를 제공하는 공간으로 자리잡아 왔다. 맥심 커피믹스를 활용한 맥심 인스턴트 연계 메뉴를 비롯해 ‘곰강각커피’, ‘커피클래스’ 등 다양한 커피 콘텐츠로 많은 사랑을 받고 있다.

2018년 오픈 이후 누적 방문객 수는 2025년 3월 말 기준 약 136만 명으로 연평균 약 20만 명이 방문했다.

/신원선 기자

롯데百, 가정의 달 맞이 ‘슈퍼해피’ 행사

삼화가 ‘브롤가’ 협업 ‘스티지’ 선포
식음료 매장 이용고객 할인권 발급

롯데백화점이 이달 황금연휴를 맞아 ‘슈퍼해피’를 주제로 한 행사를 진행한다고 24일 밝혔다. 슈퍼해피는 ‘고객의 일상에 행복을 더한다’는 의미를 담은 롯데백화점 가정의 달 대표 슬로건이다.

롯데백화점에 따르면, 올해 가정의 달을 맞아 세계적인 삼화가 ‘브롤가’와 협업해 ‘스티지’를 비롯한 다양한 캐릭터를 선보인다. 지난해에는 자체 개발한 ‘킨더유니버스’ 캐릭터로 전 지점을 장식했다.

연휴 나들이객 공략을 위한 다양



롯데백화점 ‘2025 슈퍼해피’ 포스터. /롯데백화점

한 이벤트도 준비했다. 이달 25일부터 30일까지 롯데백화점 식음료 매장에서 특정 금액 이상 결제 고객을

대상으로, 금액 할인권을 선착순 발급한다.

‘킨더유니버스페어’ 행사도 진행한다. 내달 1일부터 6일까지 키즈 브랜드에서 일정 금액 이상 구매한 고객 중, 롯데백화점 애플리케이션 내 ‘킨더유니버스 클럽’ 회원을 대상으로 롯데모바일 상품권을 제공한다.

또, 내달 1일부터 5일까지 롯데백화점 전 점 방문객에게 슈퍼해피 캐릭터 풍선 1만여 개를 선착순 무료 증정한다.

이 외에도 ‘타임빌라스 수원점 해피다이닝 워크’ 행사, 연중 최대 뷰티 행사인 ‘슈퍼 뷰티 기프트 페스타’가 마련됐다.

/안재선 기자

“와인 300여종과 페어링 먹거리 만나요”

아이파크몰 ‘와인킹 피크닉’ 팝업
용산점 더 루프탑서 내달 11일까지

HDC아이파크몰이 일반적인 와인 관련 팝업 행사와는 차별화 된 콘셉트의 와인 행사를 기획해 선보인다.

아이파크몰 용산점은 25일부터 내달 11일까지 7층 야외공간 더 루프탑에서 300여 종의와인과 각종페어링먹거리들을 만나 볼 수 있는 ‘와인킹 피크닉’ 팝업스토어를 진행한다고 24일 밝혔다.

이번 ‘와인킹 피크닉’은 아이파크몰이

와인 전문 유튜버 와인킹과 손잡고 선보이는 세 번째 팝업스토어로 와인, 위스키, 보드카 등을 비롯해 푸드 파트너사 180여 곳이 참여하는 대규모 행사다.

와인킹 팝업스토어의 시그니처인 ‘무제한 무료 시음’ 시스템을 그대로 적용해 입맛에 맞는 와인을 직접 찾아보는 재미와 함께 기존 실내 팝업 공간에서 벗어나 야외 파티&피크닉 형식으로 구성해 고객의 흥미와 참여를 이끌어낼 수 있도록 한 것이 특징이다.

팝업 기간 동안에는 와인 200여 종과

잔술 100여 종 등을 맛볼 수 있으며 피크닉 콘셉트의 텐트들과 식욕을 자극하는 퍼포먼스가 가미된 페어링 푸드쇼, 그리고 밤이면 은은하게 분위기를 띄워줄 조명 장식들로 가득 채워져 다양한 볼거리와 즐길거리를 제공한다.

최용화 HDC아이파크몰 영업본부장(상무)은 “두 차례의 와인 팝업스토어 경험과 성공 노하우를 바탕으로, 방문고객이 신나게 즐기며 시간을 보낼 수 있도록 한층 업그레이드 해 야외 피크닉 콘셉트로 기획하게 됐다”라며 “와인킹 현장 블라인드 테이스팅과 고객 참여형 와인 클래스 등도 진행하니 많은 참여 바란다”라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@