

올 봄 평균기온 3°C 상승... 유통가 '여름맛이' 앞당겼다

롯데온 온앤더뷰티 행사 앞당겨 3~4월 '선키어' 매출 50% 늘어 CJ온스타일 여름침구류 편성 확대 인터파크 해외여행 상품 순차특가

여느 해보다 빨랐던 봄꽃 만개 만큼 유통가의 여름맛이 앞당겨졌다.

올해는 평년보다 더운 봄이 이어지고 있다. 지난 3월부터 8일까지 서울 기준 평균 기온은 12.32도, 평균 최고 기온은 18.0도다. 같은 기간 지난 10년 평균 기온은 9.45도로, 올해 봄은 평년보다 3도 가량 더운 날씨로 지난해(평균 기온 11.77도)보다도 덩다.

더운 날씨에도 팬데믹이 끝나 특히 외출 수요가 높은 만큼 유통가는 관련 상품과 기획전을 서둘러 준비하고 있다.

9일 업계에 따르면 롯데온은 온앤더뷰티의 여름 행사를 전년 대비 한 달여 앞당겨 8일부터 14일까지 진행한다. 올해 이상고온으로 화장품 브랜드들이 여름 신상품을 서둘러 낸 점과 여름 뷰티 상품 매출이 빠르게 오르는 점을 감안한 결정이다.



한봄같은 날씨가 이어진 3월을 지나 4,5월부터 이른 더위가 찾아오면서 유통가의 여름맛이 한 달여 빨라졌다. 사진은 서울 낮 최고기온이 26도를 기록한 지난 3일 서울 종로구 광화문광장 분수에서 사람들이 더위를 식히는 모습. 지난 10년간 5월 3일의 평년 최고기온은 23.2도다. /뉴시스

자유정 롯데온 뷰티마케팅담당은 "올해 이상고온, 엔데믹, 긴 장마 예보 등이 맞물리며 여름 시즌 상품에 대한 수요가 빠르게 늘고 있어 행사를 앞당겨 준비했다"고 말했다.

실제로 화장품 브랜드들은 4월부터 빠르게 여름 컬렉션을 선보이고 있다. 크리스찬 디올 뷰티는 지난 1일 여름 신상품 '2023 썸머룩 메이크업 컬렉션' 14

개 상품을 온앤더뷰티에서 선보였다. LG생활건강과 LF는 광택으로 건강미를 강조할 수 있는 신제품들을 선보였다. LG생활건강은 글린트 바이 비디보브에서 하이라이터 '피치문'을, LF는 아떼에서 광채를 강조한 '글레이즘 라인'을 신규 론칭했다.

롯데온에 따르면 3월부터 4월까지 두 달간 자외선 차단을 위한 '선키어' 매출

은 전년 대비 약 50% 늘었다. 5월부터는 실시간 가장 많이 팔린 상품 순위에서 자외선 차단제와 '파우더' 등의 여름 관련 뷰티 상품이 상위권을 차지하고 있다.

CJ온스타일은 아직 열대야가 시작된 않았으나 지난 1일부터 여름침구류 편성을 120% 늘렸다. 냉감 기능성 소재를 활용한 쿨링 침구류들을 중점 선보인다.

CJ온스타일 관계자는 "올해 여름도 무더울 것으로 전망되면서 고밀도 수면을 도와주는 제품에 대한 고객 수요가 커지고 있다"며 "3년만에 돌아온 엘니뇨 현상으로 무더위와 폭우가 예상되는 만큼 수요 대응을 위해 편성했다"고 밝혔다.

날씨에 민감한 아웃도어 패션 기업들도 4월 말부터 쿨링 기능을 강조한 신제품을 쏟아내고 있다. 저마다 냉감과 흡열, 자외선 차단 등 다양한 기능을 보유한 신소재 원단을 적용한 컬렉션을 출시하며 대체로 쿨링을 넘은 '아이스'를 캐치프레이즈로 삼았다.

블랙야크는 상변환물질과 콜라겐, 유칼립투스, 자일리톨 등 냉감 소재를 활용한 '아이스 레이더 시리즈'를, 네파는 하이테크 우븐소재를 적용한 '아이

스텍셀 컬렉션'을 출시했다. K2는 '얼음실'로 불리는 신소재 초냉감 나일론 원사를 적용한 '코드10 시리즈'를 선보였으며 아이더는 냉감과 피부 열 흡수 기능을 보유한 '온더락 아이스 시리즈'를 냈다.

여행 수요가 여느해보다 높은 만큼 여행 플랫폼 업계와 호텔업계도 두 달여 남은 휴가철을 겨냥한 여름 기획전, 패키지로 경쟁하고 있다.

인터파크는 8일부터 7월 26일까지 대대적인 여름 캠페인을 진행한다. 미주, 유럽, 동남아, 대양주 등 전 세계 7개 권역 30개 인기 도시 여행상품을 순차 특가로 선보인다. 인터파크 관계자는 "올 여름 성수기 기간 중 고객 만족을 극대화하는 과격적인 프로모션으로 엔데믹 시대의 급증하는 해외여행 수요를 선점할 것"이라고 밝혔다.

티몬도 28일까지 3주간 1500여 개의 국내/해외여행 특가 딜을 확보해 '2023 티몬투어 여행박람회'를 연다. 여가어때도 다음달 4일까지 선착순 해외 숙소 추가혜택 20% 할인 쿠폰을 제공하는 '해외여행 최저가 박람회'를 진행한다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

롯데월드몰에 150평 체험형 테니스매장

'테니스메트로' 13일 정식 오픈 22m×8m 규모 테니스코트 설치

롯데백화점이 12일부터 13일 서울 송파구 잠실 롯데월드몰에 새롭게 문을 여는 150평 규모 체험형 테니스 매장 '테니스메트로' 그랜드 오픈 행사를 진행한다. 12일 선개점한 뒤, 13일 정식 개점한다.

이번에 문을 여는 체험형 매장은 국내 최대 테니스 유통사인 '테니스메트로'와 협업한 것으로 상품 판매 중심의 기존 테니스 매장들과 달리 실제 테니스 코트를 설치하고 체험 요소를 강화했다.

강우진 롯데백화점 스포츠부문장은 "2030세대를 중심으로 불어온 테니스 열풍이 일시적인 유행을 넘어, 하나의 스포츠 문화로 자리잡을 수 있도록 지난 1년여간 입점 브랜드부터 매장 구성까지 심혈을 기울여 준비했다"고 밝혔다.

매장은 유명 브랜드부터 한정판까지 다양한 제품을 선보이고 1:1 맞춤 서비스를 제공한다. 총 세 가지(에센셜, 셀렉티브, 아카이브) 라인으로 상품을 구분했다. '에센셜 라인'은 기본 용품과 의류류, '셀렉티브 라인'은 롯데백화점 MD본부와 PB본부가 협업해 국내서 쉽게 보기 어려운 브랜드들을 선보인다. 미국 테니스스타 비너스 윌리엄스가 선

보인 '일레븐'이나 휴고보스의 '마테오 베리니' 등이 대표적이다.

'아카이브 라인'에서는 시중에서 구하기 어려운 라켓을 한정 수량으로 판매한다.

매장내 독립된 공간의 '라켓 라운지'를 마련해, 라켓 컨설팅과 스트링 케어 등의 1:1 맞춤 서비스도 제공한다.

설치한 테니스 코트를 통해 다양한 체험형 콘텐츠도 선보인다. 가로 22m, 세로 8m 규모의 테니스 코트에서는 고객들이 직접 테니스 용품을 사용해볼 수 있을 뿐 아니라, 전문가로부터 높은 수준의 테니스 레슨도 받을 수 있다. 어린이를 위한 수업도 마련했다. /김서현 기자

'아버이 날' 홈플러스, 어르신에 보양식 대접

전북서 400명에 카네이션 선물도

홈플러스가 지난 8일 전라북도노인복지관에서 아버지날을 맞아 전북 지역 내 어르신 400여명에 보양식을 대접하고 카네이션을 선물했다.

이번 '아버이날맞이 어르신 보양식 나눔행사'에는 본사, 전자 근로자 협의기구인 '한마음협의회'와 전북권 홈플러스 5개 점포 임직원들이 참여했다. 지난 2월 (사)전라북도자원봉사센터와 진행한 변산반도 해안가 환경정화에 이은 두 번째 연합 봉사활동이다.

홈플러스는 임직원 릴레이 봉사활동을 활발하게 진행하고 있다. 오는 6월 말까지 전국 50여 개 점포에서 취약계층 여름나기 물품 지원, 화재 피해자 물



전라북도노인복지관에서 8일 진행된 아버지날맞이 보양식 나눔행사에서 홈플러스 직원이 어르신에게 카네이션을 전달하고 있다. /홈플러스

품 지원, 환경 정화 활동 등을 계획 중이다. /김서현 기자

11번가, 이용자 온라인 쇼핑트렌드 서비스

'머니한잔 소비 연구소' 선보여

11번가가 9일 마이데이터 서비스 '머니한잔'의 소비분석 서비스 '머니한잔 소비 연구소'를 선보였다.

'머니한잔 소비 연구소'는 마이데이터 서비스에 축적된 쇼핑 데이터를 분석해 나온 온라인 쇼핑 트렌드를 이용자들에게 제공하는 서비스다.

11번가 김중호 페이먼트기획담당은 "아직은 소비자들에게 낯설고 멀게 느껴질 수 있는 마이데이터 서비스를 소비생활에 밀접한 11번가가, 쉽고 친근하게 느껴질 수 있도록 준비한 서비스"라며 "앞으로도 소비자 관점에서 유익한 쇼핑 정보 콘텐츠를 지속적으로 제공할 계획"이라고 밝혔다.

처음 선보이는 콘텐츠는 건강기능식

품 관련 쇼핑 트렌드다. 유산균, 콜라겐, 루테인, 홍삼, 비타민 등 인기 성분별로 가장 구매가 많은 상품을 1위부터 5위까지 알려주고, 20~60대까지 연령대별, 성별로 많이 구매한 상품도 인포그래픽으로 나타났다. 다양한 건강식품들을 기능별로 각각 어떤효과를 기대할 수 있는지, 카테킨, 세라마이드, 아르키닌, 아스타잔틴 등 성분 별 도움되는 것들을 알기 쉽게 정리했다. 다음 트렌드는 올 여름 시즌바캉스, 피서, 장마 등 여름 필수 아이템에 대한 소비 트렌드가 될 예정이다.

한편, 11번가는 지난해 10월 e커머스 사업자로서 마이데이터 서비스 '머니한잔'을 출시했다. 11번가의 마이데이터 서비스는 은행이나 카드사의 서비스와 비교해 고객들의 소비분석에 특화된 것이 특징이다. /김서현 기자

오뚜기 13일 가족요리 페스티벌

㈜오뚜기가 오는 13일 과천 서울랜드 피크닉장에서 국내 최대 요리축제인 '스위트홈 제26회 오뚜기 가족요리 페스티벌'을 개최한다.

13일 오전 11시부터 오후 2시까지 진행되는 이번 행사는 전년 대비 참가자 규모를 2배 늘려 총 100개팀이 열린 요리 경연을 펼칠 예정이다.

수상자에게는 ▲오뚜기상 500만원(1개팀) ▲오뚜기상 200만원(2개팀) ▲사랑상 100만원(3개팀) 등 총 1200만원 상당의 전자제품 교환권이 주어지며, 올해 신설된 ▲특별상 20만원(5개팀) 수상자에게는 총 100만원 상당의 오뚜기 물품쿠폰을 제공한다. 여기에 300만원 상당의 홍콩여행 상품권이 걸린 행운권 추첨 이벤트도 준비돼 있다. /신원선 기자 tree6834@

롯데홈쇼핑, 김지애의 '리빙 에센스' 론칭

14일 다이슨 에어랩 롱베럴 소개

롯데홈쇼핑이 매주 오전 10시 김지애 쇼호스트의 리빙 전문 프로그램 '리빙 에센스'를 선보인다.

최근 상품 판매를 넘어 최신 트렌드, 상품 활용 비법 등을 전하는 분야별 전문 프로그램이 고객들의 좋은 반응을 얻고 있다. 일반 방송 대비 50% 이상 높은 주문액을 기록 중이다.

진행을 맡은 김지애 쇼호스트는 2021년 입사 이후 리빙, 생활, 식품 등을 주로 담당하고 있다. 자극적이지 않은 진솔하고 편안한 진행, 상품에 대한 꼼꼼한 분석과 정보 전달이 장점이다. 김지애 쇼호스트는 리빙에센스

에서 직접 사용한 뒤 깐깐한 기준으로 고른 상품을 트렌드와 함께 소개할 예정이다.

오는 14일에는 다이슨의 에어랩 롱베럴을 소개할 예정이다. 7월 첫방송에서는 프리미엄 쇼파 브랜드 자코모의 미엘르 하이 쇼파를 단독으로 선보여 주문금액 20억원을 기록했다.

한편, 롯데홈쇼핑은 최유라쇼(리빙), 엘쇼, 영스타일(패션), 테이스티:맛(식품) 등 분야별 전문 프로그램을 다양하게 운영하고 있다. /김서현 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공