

“저와 ‘셀카’ 찍으시면 1년 치 ‘사랑과 행복’ 드릴게요”

팝업 산책

여의도 더현대百貨 서울, ‘힌디스’
사운즈포레스트와 연계해 열어
굿즈 판매 대금 ‘카라’ 기부
위기 동물구조 활동 등 사용
하트윈디와 사진 찍고 전시관람

평화롭고 사랑스러운 강아지 ‘힌디’가 더현대 서울에 사랑을 전하러 왔다.

현대백화점은 다음달 1일까지 서울 영등포구 여의도 더현대 서울 5층에서 자사 캐릭터 힌디의 굿즈를 선보이는 팝업스토어 ‘힌디스(HEENDY’S)’를 운영한다.

힌디는 현대백화점이 2019년 흰색 강아지를 모티브로 내놓은 자체 캐릭터로 ‘순간의 행복을 기억하자’는 메시지를 전한다. 행복을 전하는 캐릭터인 만큼 이번 팝업스토어의 굿즈 판매 대금은 전액 동물 행동권 단체 ‘카라’에 기부돼 위기 동물 구조 활동과 350여마리의 보호가 필요한 강아지 치료비에 사용될 예정이다.

팝업스토어 힌디스는 더현대 서울의 상징인 ‘사운즈포레스트’와 연계해 열



팝업스토어 ‘힌디스’에서 모델들이 굿즈를 소개하는 모습.

/현대백화점그룹

린다. 현대백화점 측은 팝업스토어에 다양한 힌디의 서사를 부여했다.

현대백화점 관계자는 “이색 경험과 재미를 추구하는 고객들과 소통하기 위해 자체 캐릭터 힌디를 활용한 팝업스토어를 기획했다”며 “앞으로도 힌디 캐릭터를 통해 다양한 콘텐츠와 차별화된 고객 경험을 제공할 것”이라고 밝혔다.

사운즈포레스트 전체는 힌디가 사는 웨스티 행성의 하트랜드를 콘셉트로 꾸며졌다. 사운즈포레스트 중앙에 선 15m 높이에 달하는 힌디는 하트랜드 행성 랜

드마크 ‘하트 힌디’라는 설명이다.

전설도 만들었다. 천천히 회전하며 관람객들에게 인사하는 하트윈디 앞에서 사진을 찍으면 일 년치 사랑과 에너지가 충전된다는 내용이다. 주변은 10여 개의 대형 빨간 하트 풍선이 장식됐다. 하트 윈디 앞은 사진을 찍으려는 사람들로 인산인해인데, 6층에서 내려다보는 방식으로 구경할 수도 있다.

하트 힌디뿐 아니라 팝업스토어는 강렬하게 빛나는 빨간색으로 꾸며 곳곳이 무척 포토제닉하다. 특히 인기를 끄는 ‘하



더현대 서울 5층 사운즈포레스트에 전시된 15m 높이의 대형 구조물 ‘하트 힌디’. /현대백화점그룹

트풀 멜로디(Heartful Melody)’는 거울과 빨간 하트로 6면의 공간을 꾸며 현실적이지 않은 환상적인 풍경을 자랑한다.

다만, 바닥까지 거울인 만큼 짧은 바지와 치마를 입은 관람객들은 주의가 필요하다. 하트 힌디 구조물 옆에 빨간색의 작은 집으로 만들어져있다.

‘힌디가 바라보는 세상전(展)’이라는 이름으로 명화 주인공이 된 힌디도 전시한다. 힌디가 지구여행을 하며 감상했던 예술작품을 힌디가 자화상으로 오마주한 컬렉션이다. 전시회가 콘셉트일

뿐, 자유롭게 사진을 찍으며 즐길 수 있다. 피키픽 포토부스를 설치해 세컷사진도 촬영할 수 있다.

하트아케이드 게임은 오후 12시부터 5시까지 진행하며 참여하면 귀여운 굿즈를 증정한다. 게임방법은 병에 하트 링을 던져 넣으면 되는 간단한 방식이다.

팝업스토어에서 판매하는 굿즈는 총 40종으로 대표상품은 ‘힌디와 젤리씨앗 단 인형’, ‘힌디 웨스티 고속충전무드등’ 등이 있다. 운영 기간 동안 다양한 프로모션도 진행한다.

해당 매장에서 3만원 이상 구매한 고객에게 현대백화점그룹 통합멤버십 H 포인트 3000점과 당일 구매 고객에게는 더현대 서울 카페 H에서 사용 가능한 무료 음료 쿠폰을 증정 한다.하트랜드와 팝업스토어의 운영기간은 상이하다.

15m 대형 구조물 하트 힌디를 포함해 사운즈포레스트에서 운영하는 하트랜드는 25일까지, 팝업스토어 힌디스는 다음달 1일까지 운영한다. 이와 함께 오는 14일까지 더현대 서울 3층 K-POP 굿즈 전문샵 ‘에버라인’ 매장에서도 힌디와 보이 그룹 ‘아이콘’의 컬래버레이션 굿즈 10여 종을 판매한다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

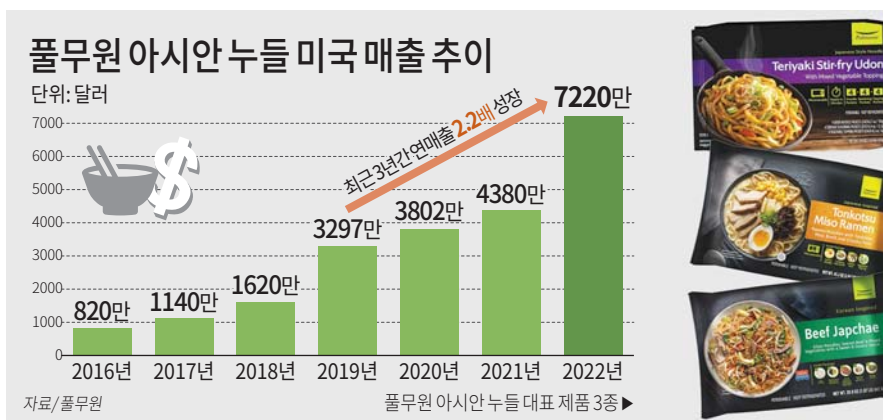
풀무원, 美 생면 매출 65% ↑… 인프라 확충

캘리포니아주 길로이 생면 공장 증설
데리야끼 볶음우동, 돈코츠 라멘
美 전역서 총 180만 개 이상 판매

풀무원이 프리미엄 생면 기술로 만든 아시아인 누들 제품이 미국 소비자들의 입맛을 사로잡으며 초고속 매출 성장을 이어감에 따라 연내 현지 생산 인프라를 확충하고 판로 확장에 나선다.

풀무원은 미국법인 풀무원USA가 현지 시장에서 판매 중인 아시아인 누들 매출이 지난해 약 7200만 달러를 기록하며 전년 대비 65% 증가했다고 14일 밝혔다.

풀무원은 저가형 건면과 냉동면이 주류였던 미국 아시아인 누들 시장에 지난 2015년 진출하여 아시아인 레스토랑에서 즐길 수 있는 맛과 조리 편의성을 두루 갖춘 프리미엄 냉장 생면을 출시하고 현지 시장을 개척해왔다. 그 결과 2016



년 820만 달러로 시작한 연 매출을 6년 만에 약 10배로 성장시키며 미국 아시아인 누들 시장을 지속적으로 확대하고 있다.

풀무원의 프리미엄 생면 대표 제품은 달달한 간장소스 베이스에 채소 토핑을 곁들인 ‘데리야끼 볶음우동’과 진한 육수에 돼지고기와 야채를 곁들인 ‘돈코츠 라멘’이다. 두 제품은 각각 전자레인

지 3, 5분 간편 조리로 아시아인푸드 레스토랑 수준의 맛을 즐길 수 있어 미국 현지 소비자들에게 꾸준히 선택받고 있다.

‘데리야끼 볶음우동’과 ‘돈코츠 라멘’은 각각 지난해 1월과 2월에 미국 창고형 할인매장 코스트코가 진행하는 MVM(월간 쿠폰북 할인 행사) 품목에 한국 식품 기업 냉장 제품으로는 최초로

두 달 연속 선정되어 이 기간 동안에만 미국 전역에서 총 180만 개 이상 판매됐다.

풀무원은 올해 안으로 미국 서부 캘리포니아주 길로이에 위치한 생면 공장의 면과 포장재 설비 증설을 통해 현지 대응력을 높이고 매출을 본격 확대하는 한편, 물류 효율화를 통해 수익성 제고까지 달성하여 현지 아시아인 누들 시장의 주도권을 확고히 할 예정이다. 풀무원은 현재 완제품 및 반제품을 국내에서 수출하여 미국 현지 공장에서 조립하는 형태로 아시아인 누들 제품을 판매하고 있다.

길로이 생면 공장의 증설이 연내 완료되면 빠르게 늘고 있는 아시아인 누들 수요에 대응하고 물류 효율화를 통한 수익 개선까지 달성할 수 있을 것으로 기대된다. 이를 기반으로 풀무원 USA는 전통 아시아인 메뉴를 기반으로 한 전략적 신제품 출시와 공격적인 마케팅, 채널 및 판매 영역 확대를 통해 고성장세를 이어 나갈 계획이다.

/신원선기자 tree6834@metroseoul.co.kr

SSG닷컴 ‘뷰티 쓱세일’ 열어 1만명 무료 체험단

SSG닷컴이 1만 명의 뷰티 무료 체험단을 모집한다.

SSG닷컴은 15일부터 21일까지 ‘뷰티 쓱세일’을 연다. 행사 중 피부 미용에 관심있는 고객 누구나 지원할 수 있는 뷰티 무료 체험단도 모집한다.

체험단으로 선정되면 ‘랩시리즈’, ‘조르지오 아르마니 뷰티’, ‘젤랑’을 비롯한 30여개 뷰티 브랜드의 1만여개 상품을 무상 제공 받으며, 체험 후 솔직한 사용 경험담을 모바일 앱에 리뷰 형태로 등록하면 된다.

체험단 제공 제품에는 SSG닷컴에서 만 만날 수 있는 국내외 유명 뷰티 브랜드의 단독 신상품이 다수 포함된다. 15일 SSG닷컴에 국내 단독 론칭하는 ‘질스튜어트 뷰티’의 향수를 비롯해 국내 종합몰 최초로 쓱닷컴에 입점한 K뷰티 브랜드 ‘힌스’의 블러셔 등이 그 대상이다.

체험단 모집 외에도 SSG닷컴 뷰티 바이어가 엄선한 브랜드 상품을 단독 특가 구성에 제안하는 명품 뷰티 브랜드 워크드 열린다. 상품 구매시 최대 2만원까지 할인 가능한 12% 상품 할인 쿠폰도 발급한다.

자체 라이브커머스 채널인 쓱라이브에서도 뷰티 프로그램 편성을 늘려 일주일 동안 총 5차례 송출한다.

온라인 관계사인 G마켓, W컨셉도 별도의 기획전 페이지를 열고 시너지를 낸다. SSG닷컴에서 준비한 행사 상품을 G마켓, W컨셉에서도 구매할 수 있도록 대표 상품을 연동하고, 플랫폼별로 자체 마련한 상품과 특가 혜택도 추가로 제공한다.

/김서현 기자 seoh@

/김서현 기자 seoh@

롯데마트, ‘수박’ 검수 절차 7단계 강화

2차 추가 선별, 물류센터 검수 등 더해

롯데마트가 판매 수박의 검수 절차를 기존 4단계에서 7단계로 강화했다고 14일 밝혔다.

통상, 수박은 하우스 재배, 불량 상품 선별, 당도 및 중량 기계 선별, 무작위 샘플링 절차 등 4단계를 거쳐 입고된다. 여기에 롯데마트는 산지 재배 일지 관리, 2차 추가 선별, 물류센터 추가 검수 등 단계를 더했다.

산지 재배 일지 관리의 영호남 지역

상주 상품기획자(MD)들이 모종 종류와 모종 심는 시기, 적정 수확 시기 등을 농장별 관리·작성하는 초기 단계다. 2차 추가 선별은 산지 전문 MD가 농산물산지유통센터(APC)를 돌면서 물류 집기에 적절할 때의 수박 외관·꼭지 신선도를 재확인하는 절차다.

물류센터 추가 검수 단계에선 ‘휴대용 비파괴 당도 선별기’가 활용된다. 수박 100개를 무작위 선정해 품질을 매일 확인한다. 7단계 검수를 거친 수박은 현재 전국 매장에 배치된 상태다.

/김서현 기자

강남 신세계百貨, ‘꾸레쥬’ 첫 매장 선포

유통 계약 맺고 올 9월 매장 오픈

프랑스의 럭셔리 브랜드 ‘꾸레쥬(Courreges)’가 올 9월 신세계백화점 강남점에 첫 정식 매장을 연다.

신세계인터내셔널은 꾸레쥬와 국내 유통 계약을 맺고 올 하반기부터 사업을 본격 시작한다고 14일 밝혔다.

신세계는 꾸레쥬를 시작으로 올해만 최소 4개 이상의 업선된 수입 패션 브랜드를 신규 확보하며 해외 패션 사업을 강화한다는 계획이다.

꾸레쥬는 디자이너 앙드레 꾸레쥬가 1961년 프랑스 파리에서 설립한 패션하우스다.

미니스커트의 아버지, 퓨처리즘 아이콘, 스페이스룩 창시자 등의 평을 받고 있다. 2020년 디자이너 니콜라 디펠리체 부임 후 브랜드 전통을 계승하면서도 젊은 감성으로 재해석이 이뤄졌단 게 업계 평가다. 젊은층 접근이 쉬운 가격대 책정 등도 주목 지점이 다.

/김서현 기자 seoh@