

생크림 가득 '반갈샷' 열풍... 편의점, 디저트 빵 한판대결

〈빵을 반으로 갈라서 찍은 사진〉

CU 작년 연세우유 크림빵 인기에 올 '연세우유 말차 생크림빵' 출시

GS25 '빌로우크림까놀레' 입소문 앱 '우리동네 GS' 검색어 1위

홈플러스 '생크림폭탄단팥빵' 선보여 7일만에 누적판매량 3만개 돌파



모델이 홈플러스 몽블랑제에서 생크림폭탄단팥빵을 소개하고 있다. /홈플러스



연세우유크림빵이 편의점 업계의 '크림빵' 열풍을 주도했다. 디저트 인기에 재고를 확인할 수 있는 자체 앱 '포켓CU'의 이용자 수가 전년 대비 20배 늘기도 했다. /BGF리테일

MZ세대의 사회관계망서비스(SNS)를 통한 '반갈샷' (반을 갈라 내용물을 보여주는 사진) 인증으로 '크림 디저트' 열풍이 불고 있다.

편의점 단독 상품으로 공전의 히트를 친 'CU 연세우유 크림빵'에 이어 대형 마트도 크림 디저트를 출시하며 경쟁에 참전했다. 지난해 1월 CU는 전체 중량의 약 80%를 크림으로 채운 '연세우유 크림빵'을 출시했다. 이 제품은 출시 당해인 지난해에만 2500만개의 누적 판매량을 기록했으며, 올해 들어서도 약 500만개가 추가로 팔려나가면서 식지 않은 인기를 입증했다.

크림빵 인기로 힘입어 옥수수, 황치즈, 슬터 캐러멜 등 다양한 맛으로 MZ

세대의 입맛을 공략했으며 시리즈의 누적 판매량은 출시 16개월 만에 3000만개를 돌파했다.

이 여세를 몰아 CU는 이달 8번째 상품으로 '연세우유 말차 생크림빵'을 내놓았다. 보성과 제주산 찹쌀 분말을 함께 사용해 말차 특유의 쌉싸름한 맛을 구현해낸 것이 특징이다.

CU의 신제품 소식이 전해지면서 지난 달 21~27일 일주일간 CU 앱 '포켓CU'에서는 '연세 말차' 등 관련 키워드 검색량이 30만 건 이상을 기록하기도 했다.

CU 관계자는 "연세우유 말차 생크림 빵은 예약 구매 시작 하루 만에 1만개가 팔려나가면서 시리즈 내 일평균 최다 예약 구매 건수를 기록하기도 했다"며 "이는 전작인 슬터 카라멜 출시 당시보다 30% 정도나 빠른 속도"라고 전했다.

이에 질세라 GS25도 최근 디저트카페 '빌로우'와 손잡고 '빌로우크림까놀레' (오리지널·얼그레이·초콜릿)를 출시했다. 해당 제품은 SNS 입소문을 타고 폭발적인 인기를 끌었다.

실제로 지난 4월 GS25 디저트 매출

1~3위 모두 해당 상품들이 휩쓸었다. GS25 앱 '우리동네GS'에서도 크림까놀레는 검색어 순위 1위다. 지난달 출시한 휘낭시에에 크림을 더한 '크낭시에'도 디저트 판매 순위 상위권을 차지하고 있다.

업계 관계자는 "고물가 시대에 가성비 좋은 편의점 디저트가 상당한 인기를 끌고 있다"며 "이러한 기세를 몰아 업계가 다양한 양질의 크림 디저트를 출시할 것으로 기대된다"고 말했다.

편의점 디저트 열풍은 유통업계 전반

으로 확대되고 있다. 홈플러스 몽블랑제가 '생크림폭탄단팥빵'을 선보인 것. 지난 11일 판매를 시작한 해당 제품은 7일만에 누적 판매량 3만개를 돌파하며 완판 행진을 기록하고 있다.

홈플러스 측은 "1분마다 6개씩 팔린 셈"이라며 "일부 점포에서는 개점시간부터 빵이 나오는 시간까지 줄을 서는 '오픈런' 현상까지 발생했다"고 설명했다.

'생크림폭탄단팥빵'은 전체 중량을 경쟁사 대비 약 2배, 팥 중량을 약 3배 늘린 반면, 2800원이라는 합리적인 가격에 선보인 것이 특징이다. 특히 자체 개발한 레시피로 만든 생크림을 사용해 고소하고 진한 풍미를 높이고, 전체 중량을 크게 늘렸음에도 절반가량을 팔았다는 점으로 인기 요인으로 꼽힌다.

홈플러스의 강경수 베이커리상품본부장은 "가성비와 품질을 모두 갖춘 차별화 상품 개발에 집중하고 있다"며 "소비자들의 기대를 뛰어넘는 상품을 선보여 유통 트렌드를 주도해나갈 것"이라고 말했다.

/신원성 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

이른 더위에 음식물처리기·에어컨 등 '불티' '빅스마일데이' 12일간 2135만개 팔렸다

유통업계 '슈퍼엘니뇨' 예고에 샌들 팝업 한달이상 앞당기고 여름가전 구입시 상품권 증정 과일·뷰티 등 판매촉진 나서



이른 더위로 위생적인 음식물 처리를 위해 음식물처리기 판매가 늘고 있다. 17일 서울의 한 가전매장에 다양한 음식물처리기 제품이 진열돼 있다. /뉴스1

유통업계가 한여름 제품 판매에 벌써부터 바쁘게 움직이고 있다. 특히 올해 여름은 '슈퍼엘니뇨' 현상으로 여느 해보다 더위와 호우가 기승을 부릴 것이라 예고가 나와 이에 대비하기 위한 소비자들의 움직임이 분주하기 때문이다.

21일 업계에 따르면 신세계백화점은 여름 샌들 팝업을 이미 4월 말에 진행했다. 지난해 6월 열었던 것과 비교하면 한 달 이상 빨라진 것이다.

롯데하이마트는 5월 말까지 블렌더, 음식물처리기 상품을 할인하는 등 여름 주방 가전 수요 대응에 나서고 있다. 테

팔·필립스·뉴크리볼렛 믹서기 및 고속 블렌더, 쿠쿠전자·신일·에코체·스마트 카라 음식물처리기 행사 상품을 사면 롯데모바일 상품권을 주는 행사이다.

쿠광도 이달 28일까지 여름 가전을 최대 65%까지 할인하는 행사를 진행한다. 에어컨·선풍기·서큘레이터 등 냉방

가전, 냉장고·제습기·모기퇴치기 등 가전이 대상이다. 에어컨·냉장고 등 대형 가전 구매 시 설치해주는 로켓설치도 적용한다. 오후 2시 이전하면 익일배송이 가능하며, 직접 배송일을 정할 수도 있다.

홈플러스는 오는 24일까지 '수박유니버스' 행사를 열고 고당도 수박·까망꿀 수박·애플 수박·망고 수박 등 판매 촉진에 나섰다.

앞서 롯데온도 지난 8~14일 여름을 겨냥해 온앤더뷰티 워크를 진행한 바 있다. 이 행사는 전년 대비 약 3주 앞당겨 진행된 것이다.

이밖에 식품업체들의 여름 겨냥 먹거리, 패션업체들의 냉감 활용 의류 등 함께 상품 출시 등이 연이어 이뤄지고 있다.

/김서현 기자 seoh@

G마켓·옥션, 하루 170만개 팔린 셈

G마켓과 옥션이 진행한 상반기 최대 쇼핑 축제 '빅스마일데이'가 고물가에 더 크게 웃었다.

21일 G마켓에 따르면 지난 8~19일 열린 이번 빅스마일데이를 통해 총 2135만개의 상품이 팔렸다. 하루 평균 170만여개씩, 매시간 당 7만4000개씩 팔린 셈이다. 행사기간 판매량을 일반 택배상자 크기(34×25×21)로 비교해보면 그 규모를 실감할 수 있다. 높이 쌓을 경우 441만모, 에베레스트 산 약 500개를 쌓는 수준이다. 면적으로는 축구장 250개를 채울 수 있다. 길게 일렬로 두면 총 7140km에 달해, 서울에서 부산을 9번 왕복하는 거리다.

회사는 중소셀러의 스타상품을 발굴해 집중적으로 지원하는 동시에, 빅 브랜드사와의 상호협력을 강화해 경쟁

력 있는 상품을 선보인다는 전략이 적중했다고 평가했다. 또 인공지능(AI) 알고리즘을 활용, 이번 빅스마일데이에 새롭게 적용된 초개인화 기술과 할인쿠폰 적용가를 자동 계산해 번거로운 쇼핑 동선을 획기적으로 개선한 것도 주요 요인이다.

특히 가전·디지털 제품 판매가 많았다. 행사가 종료된 19일 밤 12시를 기준으로 G마켓 누적 매출 1위는 '로보락 S8 프로 울트라 로봇청소기'가 달성했다. 단일상품으로 매출 114억원을 넘기는 성과를 냈다. 이어 ▲에코백스 T10 옴니 로봇청소기 ▲LG 휘센 오브제컬렉션 타워에어컨 ▲아이폰14 프로 256GB ▲갤럭시S23 울트라 512GB가 차례로 순위에 올랐다. 이번 빅스마일데이를 통해 G마켓과 옥션의 신규 고객도 지난해보다 17% 늘었다.

/이세경 기자 seilee@

GS25, 계란·두부·와인·과일 등 '갯세일'

GS25는 가격적인 행사 운영을 통해 물가안정과 큰 혜택으로 인기가 높은 갯세일(GOD SALE)이 나들이가 많은 시즌을 고려한 상품 구성으로 5월 행사를 진행한다고 21일 밝혔다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 지난 2월부터 '매월 20일에서 말일까지'를 갯세일 기간으로 지정해 행사를 펼치고 있다. 갯세일은 최고를 뜻하는 갯(GOD)과 할인을 의미하는 세일(SALE)을 결합한 행사다.

5월 갯세일은 '5월에 더(THE) 재미있게 채움'이라는 캐치프레이즈로 감사함과 실속을 채울 수 있는 인기 상품들에 대해 1+1, 혜택가, 덤 증정 행사로 진

행된다. 물가안정을 위한 생활필수품 행사를 준비했다. 계란 신선특별시판단30입을 5900원, CJ 맛있는콩짜개용, CJ 맛있는콩부침용 두부와 델몬트 클래식바나나 2입은 1+1으로, 성주참외, 골드키위 등 과일류와 등은 알뜰한 가격으로 판매한다.

고객들의 더위를 날리기 위해 정사가 2만5000원인 넘버나인 크로이쳐 와인은 2병 구매시 2만원으로 병당 1만원, 하이네켄캔(4캔), 1664블랑캔(6캔), 클라우드생드래프트(8캔) 1만2000원 등 맥주 6종에 대해 번들 할인 가격으로 구입이 가능하다. /이세경 기자

SSG닷컴 1등급 여름가전 할인판매

SSG닷컴이 본격적인 여름철을 앞두고 에너지소비효율 1등급 여름가전을 할인 판매한다.

SSG닷컴은 22일부터 1주일간 '여름가전 첫 세일' 행사를 열고 에너지 소비효율이 높은 1등급 여름가전 제품 280여종을 할인 판매한다고 21일 밝혔다.

행사기간 동안 정사가 239만원인 '삼성그랑데세탁기+건조기세트'를 28%가량 할인한 170만원대에 판매하며, 정사가 199만원인 '삼성 비스포크 4도어 냉장고'는 약 24% 할인된 150만원대에 선보인다. 'LG전자 디오스 오브제컬렉션 875L 냉장고'는 정사가 220만원 대비 18% 할인된 181만원에 판매한다. /이세경 기자

CU, 특산물 활용 '청도 홍시빙수' 출시

편의점 CU가 본격적인 여름철을 맞아 경상북도 청도군의 특산물인 홍시를 활용한 빙수를 선보인다.

이달 22일 출시하는 '청도홍시빙수'는 청도산 홍시를 활용한 프리미엄 빙수다. CU는 낮 기온이 30도를 넘나드는 이른 더위가 시작되자 하절기 대표 상품인 빙수를 예년보다 보름 가량 빨리 출시하며 빙과 라인업을 강화했다.

실제로 이달(1~19일) CU의 아이스크림 매출은 전년 동기 대비 31.3%나 올랐다. 이는 지난해 5월 아이스크림 전체 매출성장률(25.6%)보다 높은 것으로, 이 중에서도 빙수만 따로 보면 빙수 매출은 지난해 같은 기간보다 21.4% 늘



었다. 청도홍시빙수는 최상단에 홍시 퓨레 시럽을 배치해 달콤한 맛을 강조한 상품이다. 그 아래로 홍시 과즙을 넣고 곱게 간 얼음 알갱이와 부드러운 식감의 우유 얼음이 2단과 3단으로 쌓인 구조가 특징이다. /신원성 기자