

한우 50%, 아우터 80% 특가 진행 유통업계, 가을맞이 대규모 할인전

블랙프라이데이 전초전

신세계 30일부터 11일간 ‘썬데이’
18개 계열사 참여 2조 물량 준비
쿠팡 26일까지 ‘세일 페스타’
탐텐 연중 최대할인 ‘텐텐데이’

유통업계가 가을을 맞아 블랙프라이데이의 전초전 격인 대규모 할인 행사를 일제히 펼치며 4분기 소비 심리 공략에 나섰다. 신세계그룹이 역대 최대 규모의 ‘썬데이’를 예고한 가운데, 쿠팡과 SSG닷컴, 신성통상 탐텐 등도 대대적인 할인 행사를 열고 가을 쇼핑 대전에 참전했다.

올해 6회차를 맞는 ‘2025 대한민국 썬데이’는 이달 30일부터 다음 달 9일까지 11일간 역대 가장 기간, 2조원 이상의 최대 물량으로 열린다. 이마트, 신세계백화점, SSG닷컴, G마켓 등 18개 주요 계열사가 참여하며, 마법 같은 힐링을 주제로 다양한 상품과 문화 이벤트를 선보인다.

특히 그룹 시너지를 집약한 썬데이 시그니처 Top 20 상품이 주목된다. 이마트는 한우 전 품목을 최대 50% 할인하고, G마켓과 옥션은 로보락 로봇청소기, 에버랜드 종일권 등을 단독 특가로 선보인다.

신세계까사는 인기 소파 캄포시리즈

를 최대 50% 할인하며, 스타벅스는 크리스마스 시즌 굿즈 25종을, 신세계푸드는 NBB 골든 카츠 버거 등 썬데이 전용 상품을 내놓는다. ‘신세계 창고 대방출의 날’이라는 키워드 아래 파격적인 클리어런스 세일도 진행한다. 이마트는 아이폰15를 3000대 한정으로 30% 할인하며, 이마트24는 스마트TV를 최대 50% 할인해 선보인다.

쿠팡은 이달 26일까지 와우회원을 대상으로 ‘가을맞이 세일 페스타’를 연다. 가전·디지털, 홈인테리어, 패션·뷰티 등 15개 카테고리에서 1000여 개 브랜드의 6만여 개 상품을 선보인다. 집단장템, 훈수필수템, 가을먹거리 등 시즌 트렌드를 반영한 테마관을 운영하며, 해피콜 티타늄 IH 공중팬, 파로마트리니 무빙 리클라이너 소파 등 다양한 상품을 할인가에 내놓는다.

SSG닷컴은 이달 20일부터 26일까지 ‘패션·명품 썬세일’을 진행한다. 이번 행사는 시간대별로 혜택을 달리 구성한 것이 특징이다. 매일 오전 10시부터 오후 2시까지 열리는 타임딜에서는 아미 맨투맨, 구찌 울 머플러, 어그 클래식 미니 부츠 등을 한정으로 선보인다.

자정부터 하루 동안 진행되는 원데이딜에서는 내셔널지오그래픽키즈 다운재킷, 아디다스 운동화 등을 내세운

다. 오후 8시 쓱라이브 방송에서는 주얼리, 명품 특가전이 이어진다. 이 외에도 EnC의 아우터를 최대 80%, 나이키, 아디다스 등 스포츠 브랜드 겨울 상품은 최대 50% 할인한다.

신성통상의 SPA 브랜드 탐텐은 이달 17일부터 연중 최대 할인 행사인 ‘텐텐데이’를 시작했다. 10월=텐텐데이라는 공식으로 자리 잡은 이번 행사에서는 신제품부터 베스트셀러까지 1+1 혜택과 최대 80% 릴레이 특가를 적용한다. 특히 에어테크 경량 패딩, 발열 내의 온어어, 프리미엄 메리노 라인 등 혁신 기술을 적용한 상품들이 주목받고 있다. 온어어는 흡습발열 기술을 적용했으며, 가을용 라이트웜부터 흑한 기용 익스트림웜까지 네 가지 라인업으로 세분화했다.

이러한 유통업계의 대대적인 행사는 3분기 회복세에 대한 기대감과 4분기 소비 심리 선점 경쟁이 맞물린 결과로 풀이된다.

대한상공회의소에 따르면 3분기 소매유통업 경기전망지수(RBSI)는 102로, 4년 만에 기준치(100)를 넘어서며 경기 회복에 대한 기대감을 나타냈다. 하지만 이어진 4분기 전망지수는 87로 다시 하락하며 연말 소비 심리가 위축될 수 있다는 우려를 낳았다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr



현대백화점이 업계 최초로 선보였던 AI 쇼핑 어시스턴트 ‘헤이디’를 본격 확대해 국내 고객도 이용할 수 있도록 한다.

/현대백화점

“AI가 고객취향 따라 매장·맛집 추천”

현대백, 쇼핑 어시스턴트 ‘헤이디’
내국인 대상 확대·정식으로 론칭

현대백화점이 인공지능(AI) 쇼핑 어시스턴트 ‘헤이디(HEYDI)’를 내국인 대상으로 정식 론칭하며 서비스 본격 확대에 나선다고 19일 밝혔다. ‘헤이디’는 생성형 AI가 최적의 오프라인 쇼핑 콘텐츠를 추천해주는 서비스로, 지난 7월 외국인 전용으로 먼저 선보인 지 3개월 만이다.

‘헤이디’는 현대백화점과 아울렛의 실시간 운영 정보를 활용해 고객 취향에 따라 매장, 식당, 팝업스토어 등을 맞춤형으로 제안하는 대화형 AI 서비스다. 외부에 공개된 정보만 활용하는 일반 생성형 AI와 달리, 내부 정보를 기반으로 해 정확하고 시의성 있는 안

내가 가능한 것이 특징이다.

앞서 외국인 고객을 대상으로 3개월간 운영한 결과, 월평균 이용 건수는 9000건을 기록했으며 ‘선물’, ‘팝업’, ‘식당’ 등의 키워드 검색이 많았다. 현대백화점은 이러한 반응을 바탕으로 내외국인 통합 버전의 주요 기능을 한층 업그레이드했으며, 특히 선물 추천 기능을 고도화하는 데 주력했다. 통합 버전에서는 고객의 선물 목적과 가격대, 받는 사람의 취향 정보 등을 바탕으로 추천 상품과 이유를 상세하게 알려준다.

또한, 헤이디가 추천한 브랜드 상품을 ‘더현대닷컴’에서 즉시 주문할 수 있는 O4O(Online for Offline) 기능도 마련해 오프라인 경험과 온라인 구매의 편의성을 연결했다.

/손종욱 기자

GS25, 건강기능식품 누적판매량 80만개

전국 5000여개 매장에서 30여종 판매

편의점 GS25의 건강기능식품(건기식) 누적 판매량이 80만개를 돌파하며 밀리언셀러 등극을 눈앞에 두고 있다. GS25는 근거리 구매 편의성과 소용량·가성비 상품이 ‘건기식 입문자’의 수요를 끌어들이는 결과라고 19일 밝혔다.

GS25는 지난 8월부터 5000원 이하 소용량 건기식 상품군을 중점적으로 전개해왔다. 현재 전국 5000여 개 매장에서 30여 종의 상품을 운영 중이며, 이중 500여 곳은 ‘건기식 특화 매장’으로 꾸며졌다. 이러한 노력에 힘입어 이달 말까지 누적 판매량 100만개를 넘어설 것으로 전망된다.

판매 데이터를 분석한 결과, 비타민이 전 연령대에서 고른 소비를 보이며 판매량 1위를 기록했다. 그 외에는 연령대별로 선호하는 품목에 뚜렷한 차이가 나타났다. 1020 세대는 단백질 셰이크 등 ‘이너뷰티’ 상품을, 3040 세대는 밀크씨슬 등 ‘피로 개선’ 상품을, 5060 세대는 루테인 등 ‘저속 노화’ 관련 상품을 주로 구매했다.

퀵커머스를 통한 건기식 소비라는 새로운 트렌드도 확인됐다. GS25 측 자료에 따르면 GS25의 퀵커머스 앱 ‘우리동네GS’에서 건기식 출시 후 건강 관련 카테고리 매출은 지난해 같은 기간보다 60% 급증했으며, 특화 매장의 경우 2.5배나 뛰었다.

/손종욱 기자



롯데백화점의 러닝행사 ‘2025 스타일런 with 송파구’에 참가한 참가자들의 모습.

/롯데백화점

롯데백-마케팅 ‘스타일런’ 6000명 달렸다

‘2025 스타일런 with 송파구’ 성황
2017년부터 8년 누적 4만여명 참가

롯데백화점이 송파구청과 공동 주최한 러닝 축제 ‘2025 스타일런 with 송파구’를 이달 19일 6000여 명의 참가자와 함께 성황리에 마쳤다.

잠실롯데월드몰 잔디광장에서 열린 이번 행사는 K-패션 브랜드 ‘마케팅’과의 대규모 협업과 함께, 단순 러닝 이벤트를 넘어 ‘프리미엄 러닝 컬처 플랫폼’으로의 확장을 알리는 첫걸음으로 진행됐다.

롯데백화점은 올해부터 스타일런을 단기성 행사를 넘어 러닝을 배우고 문화를 경험하는 플랫폼으로 새롭게 리브랜딩했다. 이는 러닝이 전 세대를 아

우르는 일상 스포츠로 자리 잡은 트렌드에 발맞춘 것으로, 2017년부터 누적 4만명이 참가한 대표 시그니처 행사를 독보적인 ‘러닝 컬처 콘텐츠’로 키우겠다는 의지를 담았다.

특히 이번 스타일런은 글로벌 K-패션 대표 브랜드 ‘마케팅’과 대규모 협업을 진행해 이목을 끌었다. 6000명의 참가자에게 제공된 ‘컬래버레이션 러닝 키트’는 볼캡, 기능성 티셔츠, 타월 등으로 구성됐으며, 참가자들은 이를 활용해 개성 넘치는 ‘러닝코어룩’을 선보이며 축제를 즐겼다.

러닝이 끝난 후에도 롯데월드몰 잔디광장에서는 축제 분위기가 이어졌다. 참가자들은 ‘마케팅’ 브랜드 부스를 비롯해 ‘엔제리너스’, ‘롯데호텔’,

스포츠 세탁세제 ‘런드리 서핑’ 등 10여 개 협찬사가 운영하는 다채로운 브랜드 부스를 체험했다. 또한 자신의 러닝 기록이 표시된 모니터 앞에서 인증 사진을 찍는 등 높은 참여 열기를 보였다.

롯데백화점 장혜빈 시그니처이벤트 팀장은 “올해로 7회째를 맞는 스타일런이 안전 사고 없이 성황리에 종료되었으며, 단순한 러닝 행사를 넘어 ‘스타일 리시한 러너들의 일상’을 제안하는 문화 플랫폼으로서의 가능성을 성공적으로 확인했다”며, “앞으로도 고객들에게 새로운 경험을 드릴 수 있는 독보적이고 트렌디한 러닝 문화를 지속적으로 기획하는데 노력하겠다”라고 말했다.

/손종욱 기자 handbell@