

트럼프 주문 ‘치즈버거’ 정식 메뉴로 경주 주요 호텔들 ‘APEC 마케팅’

소노캄 경주, 韓-캐나다 오찬진행
제공메뉴 고객용 재구성해 출시

힐튼경주 호텔, 美 트럼프 투숙
치즈추가 치즈버거 메뉴로 선택

최근 폐막한 아시아태평양경제협력체(APEC) 정상회의의 경제효과를 이어가기 위해 경주 주요 호텔들이 ‘APEC 마케팅’에 본격적으로 나섰다. 정상회의 기간 세계 각국 정상과 영부인들이 이용했던 식사와 객실을 관광 콘텐츠로 재구성해 경주에 쏠린 세계의 이목을 붙잡아 두겠다는 구상이다.

5일 관련 업계에 따르면, 한·캐나다 정상 오찬과 영부인 차담회를 진행한 소노캄 경주는 당시 제공했던 메뉴를 일반 고객용으로 재구성해 출시하는 방안을 검토 중이다. 오찬 메뉴는 캐나다산 바닷가재와 한우 안심 스테이크 등을 조화시켰으며, 특히 월명 케이크 등 시그니처 디저트는 이재명 대통령의 칭찬과 캐나다 총리의 “최고의 식사(the best meal ever)”라는 극찬을 받은 바 있다.

힐튼경주 호텔은 도널드 트럼프 미국 대통령이 투숙했던 점을 활용, 당시 룸서비스로 주문했던 ‘치즈버거’를 정식 메뉴로 선보일 예정이다. 트럼프 대



2025 경주 아시아태평양경제협력체(APEC) 회의가 열린 경북 경주화백컨벤션센터. /뉴스시스

통령 측은 아메리칸 치즈 추가, 야채와 소스 제외, 케첩과 감자튀김을 넉넉히 요청했던 것으로 알려졌다.

정상급 인사들이 묵었던 객실도 상품이 됐다. 라한셀렉트 경주는 다카이치 사나에 일본 총리 등이 머물렀던 객실을 어메니티까지 그대로 재현한 숙박 패키지를 준비 중이며, 시진핑 중국 국가주석이 투숙했던 코오롱호텔도 지역 식재료를 활용한 한식 코스 패키지를 선보일 예정이다.

APEC 효과는 K-디저트 업계로도 번졌다. 경주 명물 황남빵은 이재명 대통령이 시진핑 주석에게 선물한 뒤, 시

주석이 “맛있게 먹었다”고 화답한 사실이 알려지며 온라인 주문이 폭주하고 매장마다 긴 줄이 늘어서는 등 ‘품절 대란’을 빚고 있다. 인기가 치솟자 유사품과 고가 재판매 사례까지 등장해 황남빵 측은 “공식 홈페이지를 이용해달라”고 공지했다.

한 호텔업계 관계자는 “APEC을 계기로 경주에 세계의 이목이 집중된 만큼, 정상회의의 감동을 관광 콘텐츠로 확장하려는 시도가 활발하다”며 “경주의 문화·미식 자원과 결합한 상품들이 지역 관광 활성화에 기여할 것”이라고 기대했다.

/손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr

알리, ‘11초 장바구니 챌린지’ 팝업 운영

내일부터 3일간 성수동에 오픈
게임 체험존, 브랜드 전시존 등 준비

알리익스프레스는 오는 7~9일 서울 성수동에 체험형 팝업 ‘11초 장바구니 챌린지’를 운영한다고 5일 밝혔다.

이번 행사는 온라인 ‘11초 장바구니 챌린지’를 오프라인 공간에서 참여할 수 있는 것이 특징이다. 앞서 지난 4일부터 온라인에서 시작한 11초 장바구니 챌린지는 11초 동안 장바구니에 상품을 담은 이벤트다. 담은 상품의 총금액이 높을수록 당첨 확률이 높아진다.

이와 함께 성수동 팝업 행사장에서는 게임 체험존, 브랜드 전시존 등도 선보여진다. 현장에서 온라인 챌린지 참여 내역을 인증하면 우대 혜택도 받을 수 있다.

알리익스프레스는 11월 11일 광군제를 앞두고 오프라인 브랜드 경험을 확장해 소비자 접점을 확보한다는 방침이다.

아울러 알리익스프레스의 본격적인 광군제 세일은 이달 11~19일까지 열린다. 매일 10개 상품을 특별한 가격에 한정 판매하고 최대 80% 할인을

제공한다.

알리익스프레스 관계자는 “작년 운에 의존하던 이벤트와 달리 올해는 누구나 실력으로 도전할 수 있는 게임으로 광군제의 재미를 한층 높였다”며 “MZ세대가 선호하는 성수동에서 힙하고 트렌디한 공간을 마련해 온라인에서 오프라인까지 확장되는 통합 쇼핑 경험을 선사하고, 소비자가 직접 참여하고 즐기는 축제의 장을 준비했으니 많은 관심과 참여를 부탁드립니다”고 덧붙였다.

/손종욱 기자

대상, 종로 본사광장서 12일 ‘바자회’

사회적 기업 참여… 가치소비 확산

대상그룹이 오는 12일 서울 종로구 인의동에 위치한 대상 본사 광장에서 ‘2025 대상 존중 바자회’를 개최한다.

지난 2006년부터 시작한 ‘대상그룹 바자회’는 대상그룹이 지역 주민의 가계 부담을 덜고, 지역 사회와 연계한 공익활동을 전개하기 위해 마련한 행사다. 특히 올해부터는 바자회 명칭을 기존 ‘사랑나눔 바자회’에서 ‘대상 존중 바자회’로 변경해 진행한다. 그룹의 핵심 가치인 ‘존중’을 앞세워 가치 소비의 의미를 공감할 수 있는 기회의 장을

마련하고, 고객에게 다양한 브랜드 경험을 제공해 소통을 한층 강화한다는 의미를 담았다. 이와 함께 이번 바자회에서는 대상의 신규 사회공헌 슬로건 ‘RESPECT IN ACTION’을 적용해 ‘존중’을 행동으로 실천하겠다는 그룹의 의지를 강조했다.

먼저, 지난해에 이어 환경·장애인·청년 등 다양한 분야의 사회적 기업이 참여해 가치 소비 확산 및 상생 가치 실현에 앞장선다. 폐목재를 활용한 가구·소품을 판매하는 사회적협동조합 ‘우드어스’, 청각장애인 플로리스트를 양성하고 직접 고용하는 꽃 정기구독 서비스 기업

‘플립플라워’, 문화예술 전문 장애인 표준사업장 ‘올모(OLMO)’, 청년 자립을 돕는 ‘일하는학교’ 등이 함께 한다.

대상그룹의 다양한 브랜드 제품도 만나볼 수 있다. 대상의 대표 브랜드 청정원과 종가를 비롯해 대상웰라이프, 대상다이브스, 대상텔리하임, 혜성프로비전, 대상햇라이프 등 계열사가 총출동해 김치, 조미료, 냉동식품, 건강기능식품, 육류, 반려동물용 영양식 등 총 260여 종 제품을 최대 89% 할인가에 선보인다. 이와 함께 ‘우드어스’의 폐목재 업사이클링 가구와 생활소품, ‘플립플라워’의 꽃다발, ‘올모’ 발달장애인 작가들의 굿즈 등 다양한 물품 역시 합리적인 가격에 만나볼 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@

롯데 사내벤처 프로그램 ‘유니콘 밸리’ 출범

직원들 아이디어 육성

롯데가 그룹 통합 사내벤처 프로그램인 ‘롯데 유니콘 밸리’를 출범한다고 5일 밝혔다. 롯데는 직원들의 아이디어를 육성해 그룹의 신성장 동력과 본원적 경쟁력을 강화할 아이디어를 발굴하고 빠른 사업화를 추진할 계획이다.

롯데는 이달 말까지 시니어, 로보틱스, AI, 친환경 등을 주제로 사업 아이디어를 공모하며, 연말까지 대상 아이디어를 선정해 내년부터 본격적인 액셀러레이팅에 들어간다. 선정된 사업에는 최대 1억원까지 사업화 지원금을 지원하며, 분사 이후 3년까지 재입사 기회도 제공한다. 롯데벤처스가 멘토링과 전문가 연결을, 롯데인재개발원

이 사업계획서 작성 등 실무 교육을 맡아 전문성을 높인다.

이번 프로그램은 지난 7월 신동빈 롯데 회장이 혁신을 당부한 메시지와 맞닿아 있다. 신 회장은 경영환경의 불확실성을 극복하고 본원적 경쟁력을 회복하기 위해 끊임없는 혁신을 시도해 줄 것을 당부한 바 있다. 롯데는 이를 통해 스타트업 DNA가 조직 내에 확대될 것으로 기대하고 있다.

롯데 관계자는 “그룹의 다양한 비즈니스 영역과 관련한 직원들의 혁신적인 아이디어들이 나올 것으로 기대한다”며, “앞으로도 자율적으로 창의적인 아이디어를 제안하고 이를 육성해 사업화하는 선순환구조를 만들어 나갈 계획”이라고 말했다.

/손종욱 기자

이마트24 ‘킹키부츠’ 협업 먹거리 선택

‘레드벨벳 케이크’ 등 4종

이마트24가 뮤지컬 ‘킹키부츠’ IP를 활용한 협업 상품 4종을 선보인다고 5일 밝혔다. 이는 ‘팬텀’, ‘맘마미아!’에 이은 뮤지컬 콜라보 시리즈로, 연말을 맞아 문화 콘텐츠 팬덤 공략에 나선 것이다.

이번 협업 상품은 ‘레드벨벳 케이크’, ‘리얼초코 브라우니’, ‘팝콘 스윗 앤솔티맛’, ‘마카다미아 초콜릿’ 등 총 4종이다. 패키지에는 킹키부츠의 시그니처인 레드&사이닝 컬러가 활용됐으며, 디저트 2종과 팝콘에는 뮤지컬 캐릭터를 모티브로 한 썸스티커 12종 중 1종이 한정수량으로 동봉된다. 레드벨벳 케이크에는 킹키부츠를 상징하는



이마트24가 킹키부츠 IP를 활용한 협업 상품을 선보인다. /이마트24

‘K’가 디자인되어 있다.

이마트24는 협업을 기념해 이달 한 달간 킹키부츠 4종을 제휴카드(농협·삼성) 및 카카오페이머니로 결제 시 1+1 덤증정 혜택을 제공한다. /손종욱 기자

롯데칠성음료 ‘순하리 레몬진’ 리뉴얼

롯데칠성음료가 과실탄산주 순하리 레몬진을 출시 4년 6개월 만에 전면 리뉴얼 한다.

‘통레몬 그대로 침출한 과실탄산주’라는 콘셉트의 ‘순하리 레몬진’은 2021년 5월 출시 이후 지난해까지 연평균 40% 이상 꾸준히 성장해 올해 상반기 기준 약 6000만 캔 (355ml 캔 환산 기준)의 누적 판매량을 기록한 롯데칠성음료의 대표적인 RTD 주류 제품이다.

롯데칠성음료는 ‘과일 본연의 맛과 향을 살린 RTD 주류’에 대한 소비자들의 선호에 따라 동결침출공법과 제로 슈거라는 두 가지 방향으로 이번 리뉴얼을 기획했다. ‘순하리 레몬진’에 새롭게 적용되는 동결침출공법은 기존의 상온 침출과 달리 초저온으로 동결한 통레몬을 얼어 있는 그대로 침출해 기존보다 레몬의 풍미가 약 2배 정도 풍부해진다.

/신원선 기자

컬리, 한 달간 ‘블랙위크’ 대규모 할인전

과일·야채·달걀 등 연중 최저가

리테일 테크 기업 컬리가 블랙프라이데이 시즌을 맞아 11월 한 달간 연말 대규모 할인 행사인 ‘블랙위크’를 개최한다고 5일 밝혔다.

1주차 본프로모션에서는 이달 10일까지 매일 할인 쿠폰과 짝퉁 쿠폰을 제공한다. 누적 판매량 10만 개 이상 상품을 장바구니에 담으면 추첨을 통해 프리미엄 골드바, 애플 워치 등을 증정하는 ‘블랙위크 래플’도 실시한다. 과일,

야채, 달걀 등을 연중 최저가로 판매하는 종결 특가도 진행한다.

오는 10일부터 17일까지 2주차에는 멤버스위크가 열린다. 멤버스 고객은 CJ, 하림 등 인기 식품 브랜드를 저렴하게 구매할 수 있다.

연말 시즌 인기 주얼리 브랜드인 이에르로르, 베르트, 제이에스티나, 먼데이에디션도 할인 판매한다. 가전, 침구, 크리스마스 트리 등 추가 할인 쿠폰이 제공된다.

/손종욱 기자