

“中日갈등에 韓 무비자… 유커가 돌아온다”… 유통가, 미소

日 총리 ‘대만 유사시 개입’ 발언
中, 日 압박에 여행 취소율 80%

다이소 명동점, 알리·위챗 결제 ↑
백화점·면세점, 외국인 소비 증가

일본 다카이치 사나에 총리의 ‘대만 유사시 개입’ 발언이 동북아 외교가에 파장을 일으키고 있다. 여파로 중국 관광객이 발길을 돌려 한국을 대체지로 선택하는 움직임을 보이자 앤데미 이후 더딘 회복세에 고심하던 국내 유통업계는 때 아닌 어부지리에 반색하고 있다.

23일 외신 및 관련 업계에 따르면 중국은 일본을 향한 압박 수위를 높여가고 있다. 교도통신은 지난 19일 중국 정부가 일본산 수산물 수입을 중단하기로 일본 측에 통보했다고 보도했다. 이는 양국의 냉각된 관계를 단적으로 보여준다. 중국 정부가 지난 14일부터 자국민에게 일본 여행 자제를 권고한 후 일본 여행 취소율은 80%를 넘어갔다. 일본 애니메이션 극장 상영과 아이돌 그룹 팬미팅이 취소되는 등 파장이 확산되고



세븐일레븐이 롯데면세점과 손잡고 위챗페이 프로모션을 펼치는 모습. 중국인 관광객 대상 접근성을 높이며 관광 수요를 잡는데 힘쓰고 있다. /세븐일레븐

있다.

일본 입장에서 중국의 불매운동은 골칫거리다. 일본 경제지니혼게이지사이신문(닛케이)은 올해 일본을 찾는 중국인 관광객 소비가 2조엔(약 18조7400억원)을 넘길 것으로 예상했으나 중국 정부의 여행 자제 권고로 증가세에 경고등이 켜졌다고 보도했다. 올해 1월부터

9월까지 중국인 소비가 전체 방일 관광객 소비의 약 4분의 1을 차지했던 만큼 일본 관광업계의 타격은 불가피하다.

일본이 잃은 관광객 수요는 한국으로 향하고 있다. 중국 여행 플랫폼 ‘취날’에 따르면 이달 15일과 16일 한국이 일본을 제치고 중국인 해외 여행지 검색과 결제 모두 1위에 올랐다.

원화 약세가 이어지는 환율도 유리한 환경이다. 위안화가 지난해 하반기 이래 강세 흐름을 보이는 가운데 2014년 원위안 직거래 시장 개설 후 사상 최고치인 207원대까지 올랐다. 중국인 관광객 입장에선 상대적으로 낮은 가격에 한국 여행을 할 수 있게 된다.

국내 유통업계는 최근 중국인 단체 관광객 무비자 입국 효과로 활기를 찾은 상황에서 겹경사다. 다이소 명동역점의 경우 10월 한 달간 알리·위챗·은련페이 결제 금액이 전년 동기 대비 150% 급증했다. 11월(1일부터 19일까지) 들어서는 신장률이 200%까지 치솟았고, 결제 건수 역시 130% 늘었다.

백화점과 면세점도 외국인 소비 증가로 3분기 호실적을 맞았다. 3분기 신세계백화점은 지난해 같은 기간과 비교해 외국인 매출이 56% 늘었고, 롯데백화점은 34% 증가했다. 현대백화점은 6년 사이 외국인 매출 비중이 4배 증가했다.

3분기 롯데면세점과 현대면세점은 흑자를 기록했고, 신라면세점과 신세계면세점은 적자 폭을 전년 동기 대비 각

각 387억원, 106억원 줄였다. 중국인 관광객 증가 효과까지 겹친다면 4분기 백화점과 면세점 모두 더 좋은 실적이 전망된다. 한 업계 관계자는 “결제 편의성을 강화하고 관련 프로모션을 통해 관광객 증가를 소비로 이어지게 할 것”이라고 말했다.

증권가에서는 이번 흐름이 내년 초까지 이어질 것으로 내다봤다. DS투자증권 김수현 연구원은 최근 ‘한일령(限日令)’이 바뀐 여행지도, 수혜주는 한국에 있다’ 보고서에서 “중국이 경기 부진 속에서도 일본을 더 이상 전략적 자산이 아닌 ‘주변국’으로 인식해 강경 조치를 장기화할 가능성이 높다”며 한일령 기조가 내년 춘절(중국 기준 내년 2월 17일)까지 지속될 것으로 전망했다.

보고서는 9월까지 누적 방한 중국인 관광객이 351만명으로 코로나 이전 79% 수준에 그치며, 사드 보복 이전인 2016년 대비 55% 정도인 만큼 한일령을 기점으로 방한 중국인 관광객이 탄력적으로 증가할 여력이 충분하다고 분석했다. /손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr

맥심, 감성·경험 중시 ‘MZ세대 소통’ 강화

동서식품 ‘컬러 오브 맥심’ 패키지
타월·슬리퍼·컵 등 생활굿즈 선택

동서식품의 ‘맥심(Maxim)’이 출시 40여 년을 넘어 세대 교체 속에서도 꾸준한 인기를 유지하는 배경에는 ‘일상 속 행복’을 전하는 브랜드 정체성과 이를 확장하려는 다양한 시도가 자리한다. 최근 소비자들이 기능성보다 감성·경험을 중시하는 ‘필코노미(Feelconomy)’ 트렌드가 확산되면서 맥심은 브랜드 메시지를 ‘색다른 재미’와 경험 중심으로 재해석하며 MZ세대와의 소통을 강화하고 있다.

대표적으로 동서식품은 최근 ‘행복에도 컬러가 있다면’이라는 콘셉트의 ‘컬러 오브 맥심’ 스페셜 패키지를 선보였다. 맥심 모카골드·화이트골드·슈프림골드의 시그니처 컬러를 활용한 타월·슬리퍼·컵 등 생활굿즈로, 일상에서 자연스럽게 브랜드를 경험하도록 기획된 것이 특징이다.



컬러 오브 맥심 한정판 패키지. /동서식품

종이컵 사용 습관을 유형별로 나눈 ‘MCTI(Maxim Cup Type Indicator) 컵 굵조’ 역시 온라인에서 화제를 모으며 젊은 소비층의 참여를 이끌었다.

해당 컵은 ▲단 한 번도 종이컵을 구기지 않고 사용하는 ‘완벽형’ ▲마시자마자 종이컵을 습관처럼 구겨버리는 ‘과괴형’ ▲종이컵 입구를 살짝 당겨 마시는 ‘개방형’ ▲종이컵 테두리를 씹으며 불안을 넘기는 ‘불안형’ 총 네 가지 종류로 구성됐다. 소비자들은 ‘MCTI 컵 굵조’ 후기를 온라인에서 공유하며,

자신만의 방식으로 ‘맥심의 컬러 경험’을 정의하는 재미를 확산시키고 있다. 카카오프렌즈·미니언즈 등 인기 IP와 협업한 한정판 패키지 역시 꾸준히 호응을 얻는 요소다.

오프라인 체험 공간도 인기다. 올해 열린 ‘맥심가족’에는 한 달간 6만9000명이 방문하며 지방 로컬 관광과 브랜드 체험을 결합한 새로운 팝업 모델로 주목받았다. 지난해 군산 월명동에서 진행된 ‘맥심골목’은 한 달간 12만 명을 끌어들여 ‘소비자가 뽑은 좋은 광고상’ OOH 영상 부문을 수상하기도 했다.

동서식품은 2015년부터 전국 주요 도시를 순회하며 ‘모카골드 팝업 카페’ 프로젝트를 이어오고 있으며, 누적 방문객은 55만 명을 넘어섰다.

동서식품 관계자는 “맥심은 오랜 시간 일상 속 작은 행복을 전해 온 브랜드”라며 “앞으로도 다양한 세대가 특별한 경험을 할 수 있도록 활동을 이어가겠다”고 말했다. /신원선 기자 tree6834@

이마트 트레이더스, 연중 최대규모 할인

개점 15주년 기념 일주일간 진행

트레이더스 홀세일 클럽이 개점 15주년을 맞아 연중 최대 규모의 고객 감사 행사를 진행한다고 23일 밝혔다. 행사는 이달 24일부터 30일까지 일주일간 진행된다.

이번 행사에서는 겨울철 수요가 늘어나는 신선식품을 중심으로 할인 폭을 확대했다.

삼성카드 결제 시 국내산 한돈 목살·삼겹살과 제스프리 골드키위를 할인된 가격에 선보인다. 스테디셀러인 1등급

한우 양념 소불고기, 호주산 냉장 와규, 횡감용 연어, 딸기 등도 신세계포인트 적립 시 할인가에 선보인다.

가전과 자체 브랜드(PB) 상품 혜택도 강화했다.

삼성카드 결제 시 신일 히터와 블루필 가습기를 할인하며, 음식물쓰레기 처리기 미닉스 더플랜더 프로는 이달 28일부터 30일까지 사흘간 특가에 준비한다. PB 브랜드 T STANDARD의 세제와 화장지 등 인기 상품도 최대 20% 할인한다.

/손종욱 기자

현대백 판교점 ‘내 머릿속의 태블릿’ 진행

현대백화점은 판교점 현대어린이책미술관에서 차기 전시 연계 교육 프로그램 내 머릿속의 태블릿 참여 고객을 모집한다고 23일 밝혔다.

이번 프로그램은 차기 전시인 생각수장고 연계 프로그램으로 초등학교 1~3학년 학생을 대상으로 다음 달 6일 오후 1시 30분부터 60분간 진행된다.

교육은 스튜디오 씽킹의 교육 방법론을 토대로 8가지 사고 습관 중 구상 역량을 기르는 내용으로 구성됐으며 참가비는 2만원이다.

/손종욱 기자

SSG닷컴, 김장철 수산물 최대 40% ↓

‘대한민국 수산대전’ 참여

SSG닷컴이 해양수산부가 주관하는 ‘11월 대한민국 수산대전’에 참여해, 이달 26일까지 김장철 수산물을 최대 40% 할인한다고 23일 밝혔다.

이번 행사는 정부 지원을 더해 제철 수산물을 합리적인 가격에 선보이고자 마련됐다. 대표 상품인 통영 생굴은 30%, 홍가리비는 40% 할인된 가격에 판매한다. 해당 상품들은 이마트 후방 물류 시설에서 출발하는 ‘쓱 주간배송’

을 통해 오후 1~2시까지 주문 시 당일 배송받을 수 있다.

입점 파트너사의 택배배송 상품도 할인한다. 새우젓, 멸치액젓, 천일염 등 김장 필수 재료를 비롯해 명태, 고등어, 오징어, 조기, 마른멸치, 갈치 등 다양한 인기 해산물도 준비했다.

SSG닷컴 이승재 수산 상품기획자(MD)는 “해양수산부와 함께 마련한 이번 행사가 김장철 물가 부담을 완화하는 데 보탬이 되기를 기대한다”고 말했다. /손종욱 기자

신세계百貨, 국내 단독 ‘마마 어워즈’ 팝업

신세계백화점이 글로벌 K-POP 시상식 2025 MAMA AWARDS의 공식 팝업을 국내 단독으로 선보인다고 23일 밝혔다. 행사는 이달 20일부터 27일까지 신세계백화점 강남점 1층 오픈스테이지에서 진행된다.

이번 팝업은 오는 28일부터 29일까지 홍콩 카이탁 스타디움에서 개최되는 시상식을 앞두고 마련된 국내 유일의 오프라인 체험 공간이다. 사전 예약 사이트 오픈 6분 만에 3일치 예약이 매진됐으며, 23일부터는 현장 예약을 통해 입장 가능하다.

공간은 올해 콘서트 슬로건인 어-흥(UH-HEUNG)을 테마로 꾸며졌다. 오픈스테이지의 LED 기둥을 활용해 시상식 현장 분위기를 연출하고 각종 포토존을 마련했다.

현장에서는 공식 MD 상품인 어-흥 스페셜 에디션을 만나볼 수 있다. 콜라보 부채, DIY 티셔츠, 북마크 등 5개 품목이 준비됐다. 스페셜 에디션을 10만 원 이상 구매 시 스크래치권을 증정하며, 당첨자에게는 2025 MAMA AWA



신세계백화점이 2025 MAMA AWARDS의 팝업을 국내 단독으로 선보인다. /신세계백화점

RDS 관람 기회를 제공한다.

피스마이너스원과의 협업 컬렉션도 선보인다. 티셔츠, 앞표 후디, 피규어 등 11개 품목을 판매하며, 시상식 현장 판매를 제외한 사전 판매는 신세계백화점 팝업에서만 단독으로 진행된다. 수익금 일부는 유네스코를 통해 개발도상국 소녀들의 교육 환경 개선에 기부된다.

신세계백화점 관계자는 “세계적인 K-POP 시상식인 2025 MAMA AWARDS의 국내 단독 팝업을 선보이게 돼 기쁘다”며 “홍콩의 열기를 미리 가져와 시상식의 생동감을 그대로 느낄 수 있고, 의미 있는 기부까지 함께 할 수 있는 경험을 선사할 것”이라고 말했다. /손종욱 기자