

유통업계, ‘놀이형 소비’ 주목… 캘린더 등 한정판 경험 혁신

오리온 어드벤처 캘린더 2종 선봬
스타벅스 ‘월리를 찾아라’ 프로모션
투썸 ‘헤네시 X.O 케이크’ 한정판매

연말을 맞아 MZ세대가 ‘뜯고 자랑하는 재미’를 앞세운 소비에 열광하면서 유통-카페업계가 앞다퉈 놀이형 한정판 마케팅에 뛰어들고 있다. 명품 브랜드의 고가 어드벤처 캘린더(Advent Calendar)가 완판 행렬을 이어가는가 하면, 카페업계는 인기 캐릭터·주류 브랜드와의 협업 상품으로 SNS 화제를 노리는 모습이다.

연말 한정판 아이템의 대표주자인 ‘어드벤처 캘린더’가 올해 MZ세대 사이에서 본격적인 소비 트렌드로 자리 잡았다. 어드벤처 캘린더는 12월 1일부터 24일까지 매일 하나씩 칸을 열어 작은 선물을 확인하는 달력 형태의 제품으로, 본래 명품업계에서 VIP 고객에게 증정되던 프리미엄 굿즈다.

어드벤처 캘린더 열풍은 단순한 ‘달력 상품’의 인기를 넘어 MZ세대의 소비 방식을 정교하게 관통한다. 매일 하나씩 선물을 여는 구조가 기대감과 보상감을 반복적으로 제공하며 ‘괴정의 재미’를 중시하는 경험 소비 성향을 충족시키고, 화려



스타벅스 모델들이 겨울 프로모션 상품을 소개하고 있다. /스타벅스 코리아

한 패키지와 랜덤 구성은 SNS 언박싱 콘텐츠에 최적화돼 확산 속도를 높인다. 해외 명품 브랜드들은 이미 수십만 원에서 수백만 원대 캘린더를 출시하며 시장을 선도하고 있다. 디올의 ‘30 몽테뉴 어드벤처 캘린더’(99만 원), 생로랑의 650만 원대 캘린더 등이 대표적이다.

이처럼 가심비를 자극하고 매년 달라지는 디자인과 한정판 요소는 FOMO(놓치면 안 된다는 불안)를 유발해 수집 욕구를 키운다. 여기에 브랜드 취향을 드러내는 자아 표현 욕구, 팬덤 소비와의 결합, ‘연말엔 나에게 주는 선물’ 문

화까지 맞물리며 어드벤처 캘린더는 2030세대의 대표적 연말 아이템으로 자리 잡았다는 분석이다.

제과업계도 어드벤처 캘린더를 결합한 제품을 속속 선보였다.

오리온은 온라인에서 간편하게 주문해 가족, 친구, 직장동료에게 선물할 수 있는 ‘크리스마스 익스프레스 어드벤처 캘린더’와 ‘오리온 어드벤처 캘린더’를 선보였다. 해태제과도 크리스마스를 향해가는 15일 동안 매일 한 칸씩 열며 맛있는 과자를 즐기는 연말 시즌 에디션을 내놨다. 15개 칸에는 해태 대

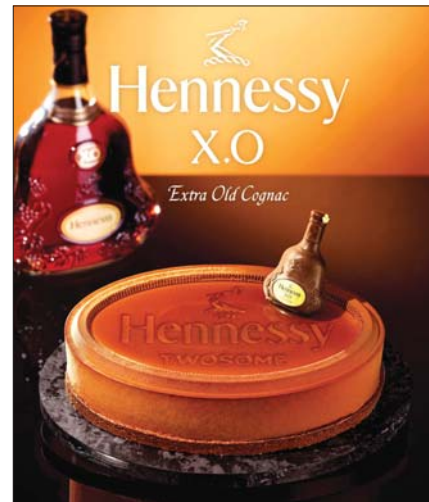


오리온 2025 크리스마스 어드벤처 캘린더, 과자 선물세트 제품. /오리온

포 간식들로 채워져 연말 선물로도 제격이다.

이같은 ‘연말 언박싱 열풍’은 카페업계의 협업 마케팅에서도 이어지고 있다.

메가MGC커피는 Z세대 인기 캐릭터 ‘가나디’와 협업해 홀케이크를 출시했고, 스타벅스는 유니버설 스튜디오의 글로벌 IP ‘월리를 찾아라’와 협업한 겨울 음료와 굿즈를 선보였다. 이디야커피는 디즈니 IP ‘톰과 제리’와 영화 개봉 연동 이벤트를 진행하며 10·20대 고객 접점을 넓히고 있다. 투썸플레이스는 세계적 코나 브랜드



‘헤네시 X.O 케이크’ /투썸플레이스

헤네시와 손잡고 ‘헤네시 X.O 케이크’를 한정 예약 판매하며 성인 소비자의 연말 선물 수요까지 겨냥했다.

유통업계 관계자는 “어드벤처 캘린더와 캐릭터·명품 협업은 단순 제품 판매를 넘어 ‘SNS에서 보여줄 만한 경험’을 제공한다는 점에서 MZ세대에게 강한 설득력을 가진다”며 “연말 시즌 자체가 하나의 콘텐츠가 되면서, 언박싱·굿즈·컬래버가 결합된 놀이형 소비가 업계 전반의 핵심 마케팅 코드로 자리 잡고 있다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

CJ웰케어, 약국 전용 전기식 상품 선보인다

바로팜과 약국 유통협력 MOU 체결
15일 ‘바이오코어 1000억 유산균’ 출시

CJ제일제당의 건강기능식품 전문 독립법인인 CJ웰케어가 지난 5일 약국 경영 토탈 플랫폼 바로팜과 약국 유통 협력에 관한 업무협약(MOU)을 체결했다고 8일 밝혔다. 이번 협약을 통해 CJ웰케어는 바로팜의 전국 약국 유통망을 기반으로 약국 채널에 처음으로 본격 진입하게 되었으며, 프로바이오틱스 중심의 브랜드 전문성을 약국 시장에서 강화할 수 있는 기반을 마련했다.

CJ웰케어는 이번 협약으로 약국 전용 고품질 프로바이오틱스 제품을 선보일 수 있는 유통 기반을 확보했다. 협약 대상 제품은 ‘바이오코어 1000억 유산균’ 단일 제품으로 CJ웰케어 전체 프로바이오틱스 포트폴리오와는 별도로 약국 전용으로 기획됐다. 전국 약국의 90% 이상을 커버하



바로팜 김승기 대표(왼쪽)와 CJ웰케어 윤상배 대표가 협약서에 서명하고 있다. /CJ웰케어

는 유통망을 보유한 바로팜은 해당 제품의 공급 및 판매를 담당하게 된다.

이번 MOU 체결 이후 CJ웰케어는 오는 15일 약국 전용 건강기능식품 ‘바이오코어 1000억 유산균’을 출시한다. 해당 제품은 김치에서 유래한 CJ웰케어의 핵심 균주 CJLP133과 대장 정착력이 높은 비피도박테리움 균주 BI9988를 조합해 균주 안정성과 과학적 가능성을 강화

한 것이 특징이다.

CJ웰케어 관계자는 “약국 고객에게 ‘바이오코어 1000억 유산균’의 고품질·고품질 가치를 안정적으로 전달할 수 있는 유통 기반을 마련했다”며 “이번 협력을 계기로 약국 시장에서 CJ웰케어의 프로바이오틱스 전문성과 고객 접근성을 더욱 강화해 나가겠다”고 말했다.

/신원선 기자

롯데백화점 잠실점 알로매장 오픈

롯데백화점이 지난 5일 잠실점 본관 1층에 프리미엄 글로벌 브랜드 알로(ALO) 매장을 오픈했다고 8일 밝혔다.

잠실점 알로는 약 280㎡(85평) 규모로 유통사 최대 크기를 자랑한다. 남녀 모두를 위한 토탈 프리미엄 라이프스타일 매장으로, 알로의 핵심 철학인 스튜디오 투 스트리트를 바탕으로 공간을 조성했다. 요가복, 스포츠 브라 등 액티브 웨어 뿐만 아니라 스위트셔츠, 원피스, 언더웨어, 슈즈, 가방, 액세서리 등 다양한 제품군을 선보인다.

/손종욱 기자

CJ더마켓, ‘더 세일 페스타’ 행사

홈파티용품 등 최대 75% 할인

CJ제일제당이 공식 온라인몰 CJ더마켓에서 오는 10일까지 ‘더 세일 페스타(이하 더세페)’ 행사를 진행한다고 8일 밝혔다.

이번 월간 행사 ‘더세페’는 연말을 앞두고 더욱 풍성한 할인 혜택과 이벤트로 구성됐다. ‘홈파티’, ‘식단관리템’, ‘겨울 간식템’ 등 매일 다양한 테마에 맞는 각기 다른 특가 상품을 최대 75% 할인가에 만나볼 수 있다.

또한 ‘햇반 윤기가득쌀밥’, ‘비비고 베이직 포기배추김치’, ‘비비고 왕교자’ 등 2025년을 빛낸 BEST 스테디셀러 제품들은 최대 59% 저렴한 가격에 구매 가능하다.

할인 쿠폰 혜택도 크다. 행사 기간 동안 매일 발급되는 장바구니 쿠폰을 통해 최대 15% 중복 할인을 받을 수 있으며 첫 구매 고객에게는 20% 할인 혜택이 주어진다. 10만원 이상 구매 시 2만원 추가 할인도 제공된다.

/신원선 기자

SSG닷컴, 14일까지 ‘뷰티 쓱세일’ 진행

럭셔리 뷰티 브랜드 상품 단독 구성

SSG닷컴이 오는 14일까지 뷰티 쓱세일을 개최한다고 8일 밝혔다.

SSG닷컴은 연말 선물 수요에 맞춰 주요 럭셔리 뷰티 브랜드의 단독 구성 상품을 전면에 내세웠다. 결랑과 프라다뷰티의 홀리데이 세트, SK-II 대용량 에센스 세트, 크리닉 쏘보습크림, 쉘37 시크릿 에센스 기획세트 등 다양한 단독 상품을 준비했다.

브랜드별 전용 혜택도 확대했다. 록시땅 홀리데이 기프트 구매 시 사은품을 증정하며, 딥티크와 바이레도 홀리데이 상품 구매 고객에게는 체형용 향수 및 상품권 등 추가 혜택을 제공한다.

이달 12일까지는 매일 오전 10시와 오후 2시 두 차례 타임딜을 진행한다. 입생로랑 쿠션세트, 키엘 홀리데이 에디션, 에스티 로더 갈색병 세트, 센텔리안24 마데카르립 등 인기 브랜드 상품을 한정수량 특가로 판매한다.

라이브 방송도 총 4회 진행된다. 8일 조 말론 런던을 시작으로 톰 포드 뷰티, 에스트라, 설화수 등 인기 브랜드의 베스트셀러 상품을 할인가에 선보인다.

할인 쿠폰 및 카드 혜택도 마련했다. 행사 기간 신세계몰과 신세계백화점몰 상품에 적용 가능한 할인 쿠폰을 발급하며, 행사 카드로 일정 금액 이상 결제 시 추가 즉시 할인을 받을 수 있다.

/손종욱 기자 handbell@

진로 ‘두꺼비 흠술포차’ 안주 5종 출시

하이트진로 이마트 노브랜드 협업

하이트진로는 국내 대표 소주 브랜드 ‘진로’가 ‘이마트 노브랜드(No Brand)’와 협업을 통해 ‘두꺼비 흠술포차’ 안주류 5종을 출시한다고 8일 밝혔다. 진로는 MZ세대 취향을 반영해 다양한 리빙 분야의 브랜드와 활발한 협업을 진행, 소비자에게 새롭고 재미있는 음용 경험을 제공하는 전략을 펼치고 있다.

하이트진로와 노브랜드는 연말 시즌을 맞아 흠술, 흠파티족들을 위해 가성비 안주들을 중심으로 ‘두꺼비 흠술포차’를 기획했다. 하이트진로는 협업 안주류에 진로의 두꺼비 이미지를 더해 귀여운 디자인으로 구매 욕구를 높였다. 협업 상품은 5종 ▲볼오징어스낵, ▲



진로X노브랜드 흠술 안주 5종. /하이트진로

직화무뼈불닭밥, ▲당면쫄면묵당, ▲칼칼포차우동, ▲양파감자전믹스의 소비자 가격은 1~4천원대로 출시돼 뛰어난 가성비와 특징이다.

진로 X 노브랜드 안주류는 전국 250여개 노브랜드 전문점에서 판매 중이며, 이마트, SSG에서는 11일부터 구매 가능하다.

/신원선 기자