

# 설 대목 잡기 나선 유통가, 멤버십·무료배송 등 ‘혜택 팍팍’

현대免, 럭셔리 브랜드 대폭 할인  
롯데百, 우량고객 온라인까지 혜택  
이마트, 가성비 높은 제품 실적 견인

유통업체가 설 명절을 앞두고 차별화된 멤버십 혜택과 타깃별 맞춤 프로모션, 배송 경쟁력 강화 등 입체적인 전략으로 고객 잡기에 나섰다. 엔데믹 이후 늘어난 여행객부터 고물가 속 실속을 챙기려는 장보기 고객까지 다양한 수요를 흡수하겠다는 포석이다.

현대면세점은 설 연휴와 중국 춘절이 겹치는 2월 황금연휴를 맞아 해외여행을 떠나는 내외국인 고객을 겨냥해 다음 달 22일까지 ‘현대이’ 프로모션을 진행한다. 무역센터점에서는 럭셔리 브랜드를 최대 80% 할인하며, 내국인 고객에게는 구매 금액대별로 최대 200만원 상당 혜택을 제공한다. 인천공항점 역시 선글라스와 주얼리 등을 최대 50% 할인하고 경품 추첨을 통해 왕복 항공권을 증정하는 등 여행객의 발길을 붙잡기 위한 혜택을 대폭 강화했다.

백화점은 큰손 고객 관리에 집중하고 있다. 롯데백화점은 명절 기간 100만원



현대면세점은 2월 설 황금연휴를 맞아 해외여행을 떠나는 고객을 겨냥해 ‘현대이’ 프로모션을 진행한다. /현대면세점

이상 구매하는 우량 고객을 위한 ‘롯데ギフト클럽’ 멤버십을 통해 매출 신장을 이끌고 있다. 지난해 추석 처음 선보인 이 멤버십은 가입 고객 수가 전년 대비 20% 이상 늘었으며, 우량 고객의 매출 기여도가 60%를 넘어서는 등 확실한 락인(Lock-in) 효과를 입증했다. 올 설에는 혜택 범위를 온라인까지 확장해 백화점 물에서 구매 시 8% 엘포인트 적립 혜택을 추가로 제공한다. 신세계백화점은 와인들을 활용한 고가 선물세트 구성을 준비했다. 신세계백화점이 직접 엄선한 생산자와 빈티지를 고려해 음용

적기에 접어든 와인을 제안한다. 대표 상품으로 ‘팔머 샴페인 99와 00’이 각각 70만원, 스페인의 대표 와인 ‘베가 시실리아 우니코 03 매그넘’이 380만원, 이탈리아 와인인 ‘비온디 산티 브루넬로 디 몬탈치노 리제르바 99’를 480만원에 선보인다.

외국인 관광객과 상생 소비를 겨냥한 마케팅도 눈에 띈다. 롯데마트는 2월 춘절 연휴를 앞두고 방한 외국인 관광객이 늘어날 것으로 보고 K-푸드와 기념품 구색을 강화했다. 한국 전통 문화를 담은 ‘아몬드 초코볼 액막이 기화’와 자



롯데온은 온누리상품권 증정 이벤트를 통해 설 명절 고객들을 잡는데 나선다. /롯데온

개 디자인을 적용한 생활용품 세트 등을 선보이며 외국인들의 지갑을 연다는 계획이다.

롯데온은 소상공인 판로 확대를 위한 ‘온누리상생스토어’ 이벤트를 마련했다. 디지털 온누리상품권으로 결제 시 최대 5만 원 상품권을 증정하는 자동 응

## SK바사 ‘범용백신’ 임상 개시

(코로나 계열)

GBP511 글로벌 임상 1/2상  
같은 유형 중 임상 단계 첫 진입

SK바이오사이언스는 사베코바이러스 계열 표적 범용 백신 후보물질 ‘GBP511’의 글로벌 임상 1/2상을 호주에서 개시했다고 29일 밝혔다.

사베코바이러스는 코로나19 바이러스의 상위 계열로, 현재 유행 중인 다양한 변이주는 물론 동물에서 유래해 사람으로 전파될 수 있는 사스(SARS) 유사 신종 코로나바이러스까지 포괄한다.

SK바이오사이언스는 개별 바이러스에 대응하는 방식에서 나아가 사베코바이러스 계열 전반에 대해 광범위한 면역반응을 유도하는 기전을 갖춘 범용백신을 개발한다는 방침이다.

이번 GBP511 글로벌 임상 1/2상은 호주에서 18세 이상 성인 약 368명을 대

상으로 진행된다. 1단계에서는 면역증강제 유무에 따라 저·중·고용량 시험백신을 28일 간격으로 2회 접종하고, 최근 변이주를 포함한 mRNA 코로나19 백신과 비교해 안전성·내약성·면역원성을 평가한다.

이 결과를 바탕으로 최적 용량과 투약 조건을 확정해 2단계에서는 더 많은 성인과 고령층을 대상으로 면역원성과 안전성을 추가로 검증할 예정이다.

특히 각 단계에서 코로나19를 포함한 사베코바이러스 계열 전반에 대한 교차 면역반응을 확인해 범용 백신 가능성을 입증할 계획이다.

SK바이오사이언스의 이번 글로벌 임상 진입은 해당 유형의 백신 가운데 최초로 임상시험 단계에 진입한 사례로, 경쟁사 대비 빠른 개발 속도를 보여준 것으로 평가된다. /이청하 기자 mlee236@

## 엘레바 테라퓨틱스, 김동건 신임 대표 선임

간암·담관암 치료제 후속단계 집중

HLB는 미국 자회사 엘레바 테라퓨틱스가 대표이사변경을 단행해 김동건 HLB US법인장(사진)을 신임 대표이사로 선임했다고 29일 밝혔다.

이번 인사는 간암 및 담관암 치료제에 대한 미국 식품의약국(FDA) 신약허가신청(NDA)을 마무리한 후 허가 심사, 상업화 등 후속 단계에 보다 집중하기 위한 전략적 결정이다.

새롭게 엘레바 테라퓨틱스를 이끌게 된 김동건 대표는 그동안 HLB US법인



장으로서는 엘레바를 포함한 미국 내 계열사 전반에서 조직 운영, 재무 전략, 파이낸싱, 기술이전 및 사업개발 등을 총괄해 왔다.

특히 김 신임 대표는 상업화 초기 준비 단계부터 엘레바를 실질적으로 지원했고 앞으로도 간암 신약 후보 리보세라닙, 담관암 신약 후보 리라푸그라티닙 등 2개 항암제 사업에 주력할 예정이다.

/이청하 기자

## 29CM, 성수동에 ‘이구홈 성수 2’ 오픈

취향 큐레이션 플랫폼 입지 다져

감도 깊은 취향 셀렉트샵 29CM(이십구센티미터)가 서울 성수동에 라이프스타일 편집숍 ‘이구홈 성수 2(29CM HOME Seongsu 2)’를 30일 공식으로 연다. 이번 신규 매장 오픈을 기점으로 라이프스타일 시장 영향력을 확대하고 독보적인 취향 큐레이션 플랫폼으로서의 입지를 공고히 한다는 방침이다.

이구홈 성수 2는 성수동 동연무장길 인근에 2개 층(2~3층), 약 169평(559㎡) 규모로 조성됐다. 1980년대부터 주거 공간으로 사용되던 구옥의 외벽과 구조를 그대로 보존하면서, 내부 전층을 이구홈의 대표 색상인 밝은 옐로우 톤으로 연출해 경쾌한 감성과 빈티지 무드가 공존하는 공간으로 완성했다.

이번 매장은 1호점에서 검증된 고객 선호도를 바탕으로 큐레이션 영역을 대



이구홈 성수 2 외관 모습. /29CM

폭 확장했다. 반려용품, 육식용품, 푸드 등 신규 라인업을 추가해 총 10개의 테마 존을 구성했다.

특히 층별 카테고리를 명확히 분리해 ‘취향 만물상점’ 콘셉트를 입체적으로 구현했다. 2층은 다양한 식음료(F&B) 브랜드를 모은 ‘푸드 팬트리’ 존을 중심으로 운영되며, 3층은 실제 주방과 육실을 재현한 몰입형 쇼룸으로 꾸며져 방문객이 제품을 자신의 공간에 적용한 모습을 직관적으로 상상하며 쇼핑할 수 있도록 설계했다.

/손종욱 기자

## G마켓 빅세일 모델에 H.O.T.

G마켓이 그룹 H.O.T.를 광고 모델로 발탁하고 다음 달 12일까지 진행하는 ‘2026 설 빅세일’ 홍보에 나선다고 29일 밝혔다.

이번 광고 캠페인에는 데뷔 30주년을 맞은 문희준, 장우혁, 토니 안, 강타, 이재원 등 멤버 5인이 전원 출연한다. H.O.T.가 5인 완전체로 상업 광고에 등장하는 것은 무려 25년 만이다.

지난 28일 유튜브를 통해 선공개된 티저 영상은 과거 H.O.T.가 출연해 화제를 모았던 예능 프로그램 ‘게릴라 콘서트’의 명장면을 재현해 눈길을 끌었다. 무대 위에서 안대를 풀며 관객 대신 광고 모델 확정 소식을 확인하는 멤버들의 모습이 웃음을 자아냈다.

/손종욱 기자

세븐일레븐

## 후덕죽 하이볼 나온다

편의점 세븐일레븐이 30일 중식대가 후덕죽 셰프와 손잡고 ‘후덕죽 유자고량주 하이볼’을, 다음 달 4일에는 ‘K-주도’ 윤나라 셰프와 함께 ‘윤주도 복분자 하이볼’을 선보인다고 29일 밝혔다.

이번 제품은 최근 인기 요리 경연 프로그램 방영 이후 높아진 셰프들의 인지도를 주류 상품에 접목한 ‘주류의 콘텐츠화’ 전략의 일환이다. 앞서 최강록 셰프와 협업해 선보인 증류식 소주 ‘네오25’가 1, 2차 물량 모두 조기 완판되며 셰프 IP(지식재산권) 파워를 입증한 바 있다.

/손종욱 기자

## 오스템임플란트, 중동 치과 시장 공략

‘AEEDC 두바이 2026’ 참가

오스템임플란트는 지난 19~21일 아랍에미리트연합(UAE) 두바이에서 열린 ‘AEEDC 두바이 2026’에서 참가했다고 29일 밝혔다.

이번 행사는 ‘치과 기자재’ 단일 분야 중동·아프리카·서남아시아 지역 최대 규모 글로벌 전시회다. 올해는 총 177개 국가의 3900여 개 기업이 모였다.

2016년부터 올해까지 11년 연속으로 참가하고 있는 오스템임플란트는 핵심 장비인 유니트체어, 영상진단장비, 구

강스캐너를 포함한 ‘디지털 원스톱 진료 워크플로우’를 선보였다.

특히 독일 iF 디자인 어워드 본상을 수상한 프리미엄 유니트체어 K5의 기술력을 알렸다. 중동 지역 치과의사들을 대상으로 환자 편안함과 의료진 진료 효율성을 동시에 향상할 수 있는 특장점을 소개했다.

임플란트 제품군의 검증된 임상 데이터도 공유했다. 혈병 형성과 초기 골 유착을 개선하는 표면처리 기술이 들어간 SOI 임플란트를 비롯해 주력 제품을 공개했다.

/이청하 기자