유통·식품기업 'K-푸드' 글로벌 전파

CJ제일제당, 한식인재 육성 김 등 'K-씨푸드' 경험 확장

내달 해외 'K-씨푸드 쿠킹 클래스' 진행
단순 제품수출 넘어 식문화·인재 저변 확대

CJ제일제당이 한식 인재 육성 플랫폼 '퀴진케이(Cuisine. K)'를 통해 한국 수산물과 한식의 해외 접점을 넓힌다.

CJ제일제당은 한국수산회와 함께 오는 10월부터 영국·베트남·미국에서 'K-씨푸드 쿠킹 클래스'를 진행한다고 14일 밝혔다. 영국 런던, 베트남 하노이, 미국 시애틀에서 현지 요리학교 학생과 일반 소비자를 대상으로 각각 프로그램을 운영한다.

이번 행사는 김·굴·전복·명란 등 한국산 수산물을 활용한 한식 메뉴를 현지에 소개하는 데 초점을 맞췄다. 한국 식재료를 그대로 소개하는 데 그치지 않고 현지 식문화와 접목한 메뉴를 선보여 한국 수산물의 활용 범위를 넓히겠다는 취지다.

영국 런던에서는 강레오 셰프가 강사로 나서 광어 세비체와 크리스피 김 카나페 등을 선보인다. 현지 조리과 학생들이 운영하는 한식 정찬 주간에도 멘토로 참여해 K-씨푸드를 활용한 메뉴 개발과 팝업 준비 등을 지원할 예정이다.

베트남 하노이에서는 이찬양 셰프가 전복 김말이 튀김과 구운 전복·김 소스 등을 소개한다. 주베트남 한국대사관이 주최하는 '돌담길 축제'에서는 전복 김 누들 월남쌈을 주제로 한 쿠킹 클래스도 진행한다.

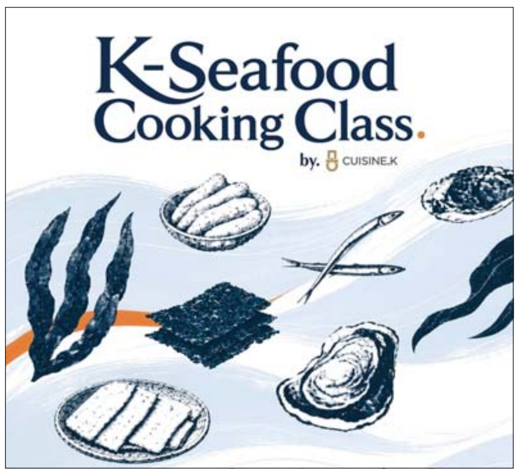
미국 시애틀에서는 이연주 셰프가 간장 굴 솥밥과 김 전 등을 선보인다. 한국 수산물을 활용한 메뉴를 통해 현지 소비자에게 한식 식재료의 활용법을 알리는 한편 한식에 대한 관심을 실제 미식 경험으로 연결한다는 계획이다.

현지 한식 인재를 발굴하는 프로그램도 병행한다. 베트남 탕롱대학교와 미국 SSC(South Seattle College)에서는 각각 K-씨푸드와 K-소스를 주제로 요리대회를 개최한다. 현지 젊은 셰프들이 한국 식재료를 활용해 직접 메뉴를 개발하도록 해 한식에 대한 이해와 조리 역량을 높이는 방식이다. 이찬양 셰프와 이연주 셰프는 각각 대회 심사위원으로 참여한다.

이번 사업은 K-푸드의 해외 확장 방식이 제품 수출 중심에서 식문화와 인재 육성으로 넓어지고 있다는 점에서도 의미가 있다. 특히 한국 수산물은 김을 제외하면 해외 소비자에게 상대적으로 익숙하지 않은 품목도 있는 만큼 현지 셰프와 소비자가 직접 조리하고 맛보는 경험을 통해 식재료 자체의 인지도를 높이는 전략이 요구된다.

CJ제일제당 관계자는 "앞으로도 퀴진케이를 통해 유망한 한식 인재를 발굴·육성하고 전 세계 소비자들이 K-푸드 식문화를 직접 경험할 수 있는 접점을 확대하겠다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



퀴진케이 K-씨푸드 쿠킹 클래스 포스터. /CJ제일제당

농심, '신라면' 마케팅 강화 중동 등 소비자 접점 넓힌다

UAE 코믹콘 참가… 문화·콘텐츠 영역 공략
내달 중동 주요 대형마트에 특별 매대 마련

농심이 중동 최대 팝컬처 행사인 'MEFCC(Middle East Film & Comic Con·UAE 코믹콘)'에 참가해 신라면을 앞세운 현지 마케팅에 나섰다. 게임과 애니메이션, 코스프레 등 콘텐츠에 관심이 높은 젊은 소비자층을 대상으로 브랜드 경험을 확대하며 중동 시장에서 신라면의 소비자 접점을 넓히는 모습이다.

농심은 지난 11일부터 13일까지 아랍에미리트 아부다비 국립전시장에서 열린 UAE 코믹콘에 신라면 브랜드 부스를 운영했다고 14일 밝혔다. UAE 코믹콘은 영화·TV·애니메이션·게임·만화·코스프레 등을 아우르는 중동 지역 대표 팝컬처 행사로 올해 약 4만5000명 이상의 관람객이 찾았다.

농심은 행사장에 신라면을 주제로 한 부스를 마련하고 포토존과 굿즈샵, 360도 카메라존 등을 운영했다. 신라면 제품을 전시하고 키링과 스티커 등 관련 굿즈를 선보이는 한편, 외부에서는 분식 콘셉트의 푸드트럭을 운영해 제품 시식 기회도 제공했다.

이번 행사는 신라면의 해외 마케팅 접점을 식품 소비가 이뤄지는 유통채널에서 문화·콘텐츠 영역으로 확장했다는 점에서 눈길을 끈다. 농심은 앞서 지난달 독일에서 열린 게임스컴에도 참가하는 등 게임과 팝컬처 등 젊은 소비자가 모이는 글로벌 행사에서 신라면 브랜드를 알리는 활동을 이어가고 있다.

중동 시장은 농심의 해외사업에서도 성장 가능성이 큰 지역으로 꼽힌다. 현지 대형 유통채널을 통한 판매와 함께 젊은 소비자층이 참여하는 문화행사를 활용해 브랜드 인지도를 높이는 방식으로 시장 공략 범위를 넓히는 전략이다.

농심은 오는 10월 중동 주요 대형마트에 신라면 브랜드 콘셉트의 특별 매대를 선보일 예정이다. 문화행사에서 형성한 브랜드 경험을 실제 유통 현장의 구매로 연결해 중동 소비자와의 접점을 확대한다는 계획이다.

농심 관계자는 "현지 맞춤형 마케팅 활동을 통해 중동 시장을 비롯한 글로벌 소비자와의 접점을 확대해 나갈 것"이라고 말했다. /신원선 기자

농심 UAE 코믹콘 신라면 브랜드 부스 현장. /농심

짧은 연휴에 딱… 근거리 해외 여행 관심집중

이동 부담 줄이고 휴양·관광 동시에
베트남 하롱베이·발리 우붓 등 추천

짧은 추석 연휴를 앞두고 장거리 여행보다 이동 부담을 줄이면서 휴양과 관광을 함께 즐길 수 있는 해외 여행지에 관심이 쏠린다. 어린 자녀와 함께하는 가족여행부터 부모님을 모시는 효도여행까지 여행 목적에 따라 선택할 수 있는 베트남과 발리의 휴양지를 소개한다.

먼저, 하롱베이는 석회암 섬과 기암괴석이 펼쳐진 풍경을 크루즈로 둘러볼 수 있는 베트남 대표 관광지다. 유네스코 세계자연유산으로 지정된 곳으로 성솟동굴과 티톱섬 등 주요 관광지를 배를 타고 이동하며 둘러볼 수 있다. 티톱섬 전망대는 약 450개의 계단을 오르는 코스로 짧은 시간에도 하롱베이의 전경을 볼 수 있다.

아이와 함께라면 관광과 숙박을 한 지역에서 해결하는 방식으로 이동 부담을 줄일 수 있다. 인터컨티넨탈 하롱베이 리조트는 키즈 클럽과 워터 플레이 시설 등을 갖추고 있어 가족 단위 여행객이 숙소에서 시간을 보내기에도 적합하다. 추석 당일인 9월 25일에는 어린이를 대상으로 등 만들기와 전통 민속놀이 프로그램도 진행한다.

반얀트리 랑코 웰빙 풀 빌라 프라이빗 풀. /해시

휴양과 문화 탐방을 함께 하고 싶다면, 다낭 인근의 랑코를 추천한다. 해안과 산악 지형이 어우러진 베트남 중부 휴양지다. 인근에 베트남의 옛 수도였던 후에와 유네스코 세계문화유산 도시 호이안이 있어 휴양과 문화 탐방을 함께 계획할 수 있다.

숙소에서 휴식을 중심으로 일정을 짠다면 반얀트리 랑코를 이용하는 방법도 있다. 빌라 형태의 객실과 수영장, 스파 및 요가 프로그램 등을 갖추고 있어 외부 관광 일정을 줄이고 숙소에서 휴식을 취하기 좋다. 부모님과 함께하는 여행이라면 이동 일정을 빡빡하게 잡기보다 랑코와 인근 관광지를 중심으로 여유 있게 둘러보는 방식이 적합하다.

발리 '우붓'은 숲과 계단식 논 등 자연환경과 현지 문화를 함께 경험할 수 있는 지역이다. 여러 관광지를 빠르게 이동하기보다 자연을 둘러보고 현지 음식을 맛보며 여유롭게 여행 일정을 구성하기 좋다.

부모님과 함께라면 무리한 액티비티보다 숙소와 주변 관광지를 중심으로 움직이는 것이 좋다. 아융강 주변에 자리한 만다파, 리츠칼튼 리저브에서는 열대우림과 논을 가까이에서 볼 수 있으며 리조트 내 식음시설을 이용하며 휴식을 취할 수 있다. 일정에 여유가 있다면 바투르산 일출 투어 등을 추가해 발리의 자연경관을 경험하는 것도 방법이다.

/신원선 기자

CPLB, 17일 '쿠팡 온리 페스타' 개최

첫 오프라인 PB상품 체험 행사

쿠팡의 자체 브랜드(PB) 자회사 CPLB가 오는 17일부터 20일까지 서울 성동구 성수동 앤더슨씨에서 '쿠팡 온리 페스타(Coupang Only Festa)'를 개최한다고 14일 밝혔다.

CPLB가 2020년 설립 이후 오프라인 공간에서 고객을 대상으로 PB 상품 체험 행사를 여는 것은 이번이 처음이다. 식품과 생활용품, 뷰티, 패션 등 PB 상품을 선보이는 동시에 제품을 생산하는 중소 제조사를 소개한다.

행사는 앤더슨씨 1~2층과 야외 공간에서 진행된다. '곰곰', '코멧', '탐사', '줌' 등의 브랜드를 중심으로 신선식품과 쌀·잡곡, 간편식, 세제, 스낵·음료, 주방·생활용품 등을 체험할 수 있다. '홈플래닛', '룰리트리', '비타할로' 등의 패션·뷰티·문구·생활용품도 선보인다.

CPLB는 오는 16일까지 사전 예약 신청을 받을 예정이다. 현재 사전 예약 신청자는 6300명을 넘어섰다.

/김서현 기자 seoh@

다이소몰, 'Daiso-DAY 9월 신상' 기획전

가을 인테리어·뷰티 상품 등 200종

다이소몰이 오는 18일 오후 6시까지 'Daiso-DAY 믿고 사는 9월 신상' 기획전을 진행한다고 14일 밝혔다.

이번 기획전에서는 기존 '전통 시리즈' 가운데 판매 반응이 좋았던 상품을 비롯해 가을 인테리어·패션용품과 신규 뷰티 상품 등 총 200여 종을 선보인다.

먼저 재입고 요청이 이어졌던 상품을 모은 '전통 베스트' 코너를 운영한다. '민화 틴케이스&스티커 세트'는 화조도와 호작도 등 민화를 활용한 일러스트를 적용했다. 반투명 종이 소재의 스티커로 다이어리나 수납함 등을 꾸밀 수 있다.

가을철 수요를 겨냥한 패션·인테리어 상품도 마련했다. 바람막이는 블랙과 차콜, 다크 브라운, 라이트 그레이 등으로 구성했으며 스포츠웨어와 파자마도 함께 선보인다.

신규 뷰티 상품도 출시한다. VT코스메틱은 젤 클렌저와 젤리 스킨팩, 젤리 에센스 등으로 구성한 'VT PDRN 톤온 라인' 5종을 선보인다.

/김서현 기자