

“추석연휴 더 즐겁게”… 유통업계, 팝업·공연 등 콘텐츠 확대

롯데백 내일 라리가 웹툰 팝업 오픈
스타필드 한가위 문화 바캉스 마련
신라면세점 ‘추구미 페스타’ 진행

긴 추석 연휴를 맞아 백화점과 복합쇼핑몰, 아울렛, 면세점 등 유통업계가 가족 단위 나들이객과 여행객 잡기에 나섰다. 단순 할인 행사에서 벗어나 스포츠·전통 문화·캐릭터 등 체험형 콘텐츠를 강화하는 한편, 해외여행객을 겨냥한 면세 프로모션도 확대하고 있다.

22일 유통업계에 따르면 롯데백화점은 오는 24일부터 다음달 6일까지 롯데월드몰에서 ‘라리가 웹툰(LALIGA WEBTOON)’ 팝업스토어를 연다. FC바르셀로나와 레알 마드리드 등 스페인 프로축구 라리가 7개 구단과 소속 선수들을 웹툰 캐릭터로 재해석해 선보인다. 행사장은 캐릭터 갤러리와 스크린존, 스토어&커스텀존 등으로 구성하며 공식 라이선스 상품과 웹툰 캐릭터 굿즈도 판매한다.

신세계백화점은 쇼핑과 먹거리, 문화·놀이를 결합한 점포별 체험 콘텐츠를 선



스타필드 고양에서 진행되는 ‘K-컬처 위드 아시아’ 풍선 축제에서 어린이 모델들이 기념 사진을 촬영하고 있다. /신세계프라퍼티

보인다. 센텀시티에서는 아이스링크와 키자니아, 대구신세계에서는 트램폴린 체험 공간과 아쿠아리움, 대전신세계에서는 스포츠 체험시설 관련 혜택을 제공한다.

현대백화점은 더현대 서울에서 오는 30일까지 전시·체험형 K로컬 팝업스토어 ‘에디 데프, 네오 로컬(Edit Dept, Neo Local)’을 열고 전국 각 지역의 특색을 담은 20여개 브랜드를 소개한다. 판교점에서는 오는 26일부터 가을 숲을 테마로 한 ‘몽글몽글 가을 놀이터’를 운영해 미로 탐

험과 수확 놀이, 인터랙티브 게임 등을 선보인다.

롯데월드타워·몰은 오는 24일부터 27일까지 타워 외벽에 보름달과 달토끼를 소재로 한 미디어파사드를 송출한다. 서울 스카이에서는 글로벌 e스포츠 기업 T1과 함께하는 ‘T1 IN THE SKY’를, 롯데월드 아쿠아리움에서는 산리오 캐릭터를 활용한 포토존과 AR 체험 등을 운영한다.

스타필드는 세계 문화와 한국 전통을 결합한 ‘한가위 문화 바캉스’를 마련했다.

현대백 신촌점, 매주 금요일 ‘K팝 무대’ 변신

내달부터 스타광장서 ‘신촌 K팝 쇼’
디바엑스·나빌레라 등 공연 예정

현대백화점 신촌점이 신인 아이돌들의 공연 무대로 활용될 예정이다.

현대백화점은 다음달부터 매주 금요일 신촌점 유플렉스(U-PLEX) 앞 스타광장에서 국내 중소기획사의 아이돌 그룹을 대상으로 ‘신촌 K팝 쇼’(Sinchon K-POP Show)를 진행한다고 22일 밝혔다.

지난 7월부터 비정기적으로 K팝 공연 이벤트를 운영한 결과 매회 1000여 명의 관객이 찾으면서 이를 정례화하기로 했다.

신촌 K팝 쇼는 신인 아이돌에게 무대를 제공하고 신촌점을 찾는 젊은 고객들에게 새로운 즐길 거리를 제공하기 위해 마련됐다. 아이돌 그룹의 무대를 비롯해 팬사인회, 포토타임 등 고객 참여 이벤트



지난 7월 28일, 서울시 서대문구에 위치한 현대백화점 신촌점 유플렉스 앞 스타광장에서 고객들이 ‘엔카이브’ 무대를 관람하고 있다. /현대백화점그룹

로 구성된다. 현대백화점은 무대 설치비와 운영비 등 행사에 필요한 비용 전액을 지원한다.

현대백화점 관계자는 “7월부터 시범적으로 K팝 공연을 운영하는 동안 보이그룹 ‘트렌드지’와 ‘엔카이브’, 다국적 보이그

룹 ‘엠비오’ 등 총 8개 그룹이 무대에 올랐다”며 “아이돌 그룹 외에도 연습생·지망생을 위한 K팝 경연대회를 열어 온라인 예선에 전 세계 11개국 108개 팀이 참가했다”고 말했다.

경연대회 결선에는 15개 팀이 진출했으며 일부 참가자를 대상으로 큐브엔터테인먼트, 어트랙트, 모드하우스 등 국내 연예 기획사 5곳의 캐스팅도 진행됐다.

현대백화점 신촌점은 대학가의 젊은 유동인구와 K팝 콘텐츠를 결합해 신촌 상권 활성화에 나선다는 계획이다. 다음달부터 시작하는 신촌 K팝 쇼에는 다국적 걸그룹 ‘디바엑스’와 ‘나빌레라’, 보이그룹 ‘위웨이’ 등의 공연이 예정돼 있다. 내년에는 해외 K팝 아카데미와 협업해 K팝 경연대회 규모를 확대하는 방안도 검토하고 있다.

/김서현 기자

현대그린푸드 ‘가매일식’ 브랜드 선포

조리명장 안유성 셰프 공동개발

현대그린푸드가 대한민국 조리명장 안유성 셰프와 손잡고 프리미엄 일식 외식 브랜드를 선보인다

현대그린푸드는 안유성 명장과 공동 개발한 일식 브랜드 ‘가매일식’을 오는 23일 현대백화점 판교점 9층 식당가에 선보인다고 22일 밝혔다.

광주에서 안 명장이 운영하는 일식당 ‘가매일식’의 레시피와 콘셉트를 기반으로 하되 판교 오피스 상권의 소비 특성에 맞춰 메뉴와 운영 방식을 새롭게 구성했다.

매장은 218㎡(약 66평) 규모로 60석과 3개의 별실(PDR)을 갖췄다. 메뉴는 40여 종으로 기존 가매일식의 전라도식 한상차림을 1인 단위 반상 형태로 재구성했다. 텀동정식, 가매초밥정식, 도미매운탕정식 등이 대표 메뉴다.

/신원선 기자

한우자조금, ‘한우 선물 대잔치’ 28억 매출

온라인 한우장터 역대최대 일매출

한우자조금이 추석을 앞두고 진행한 온라인 한우장터에서 역대 최대 수준의 일평균 매출을 기록했다. 고물가 속에서도 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 한우 상품을 찾는 수요가 이어진 가운데 2030세대의 신규 고객 유입도 확대됐다.

한우자조금관리위원회는 지난 7~10일 나흘간 진행한 추석맞이 온라인 한우장터 ‘2026 한우 선물 대잔치’에서 약 28억원의 매출을 올렸다고 22일 밝혔다. 일평균 매출은 약 7억원으로 온라인 한우장터 개최 이후 가장 높은 수준이다.

특히 신규 고객 증가가 두드러졌다. 전체 구매 고객 가운데 첫 구매 고객 비중은 21.0%로, 지난 설과 가정의 달 행사 당시 15% 미만에서 크게 높아졌다. 연령별로는 20대 첫 구매 비중이 39.2%, 30대가

30.4%로 집계돼 다른 연령대 최고치인 23.2%를 웃돌았다. 전체 구매 고객에서는 4050세대가 약 59%를 차지했다.

젊은 소비층을 겨냥한 온라인 마케팅도 강화했다. 인스타그램 등 사회관계망서비스(SNS) 콘텐츠와 인플루언서 연계 마케팅을 확대하고 신규 가입 및 첫 구매 고객 대상 이벤트를 진행했다. 행사에서 처음 선보인 한우 선물세트 2종은 모두 판매됐으며, ‘투빨 등급 한우 진심 선물세트’는 행사 이틀남 오전 조기 품절됐다.

한우자조금은 1~1++등급 등심·채끝·특수부위 등 구이류와 사골·떡갈비·곰탕 등 부산물·가공품을 다양한 가격대로 구성해 선택 폭을 넓혔다. 한우자조금은 오는 11월 1일 ‘대한민국이 한우먹는날’을 앞두고 10월 말 온라인 한우장터를 추가로 운영할 예정이다.

/신원선 기자

고양과 하남에서는 별론 아트를 활용해 한국과 아시아 각국의 문화와 세계 주요 랜드마크를 표현한 전시를 선보인다.

롯데아울렛·몰은 오는 24일부터 다음달 11일까지 롯데아울렛 전점과 롯데몰 6개 점에서 ‘그랜드쇼핑 페스타’를 진행한다. 가을·겨울 시즌 패션과 스포츠 상품 할인과 함께 ‘멜로우TV’, ‘넘버블록스·알파블록스’, ‘하리보’ 등 키즈·캐릭터 IP를 활용한 체험형 팝업을 점포별로 운영한다.

신세계사이먼은 오는 27일까지 여주·파주·부산·시흥 프리미엄 아울렛에서 ‘홀리데이 메가딜(Holiday Mega Deal)’을 진행한다. 여주에서는 한국민속촌 전통 공연, 시흥에서는 낙화놀이, 파주에서는 양주별산대놀이, 부산에서는 동래야류 공연 등 ‘K-헤리티지’ 콘텐츠를 선보인다.

영등포타임스퀘어는 가을 시즌과 추석 연휴를 맞아 ‘FALL in Style(폴 인 스타일)’ 프로모션을 진행한다. 자라와 H&M, 에잇세컨즈 등 국내외 패션 브랜드가 할인 행사에 참여하며 스와오와 COS는 리뉴얼 매장을 선보인다. 1층 아트룸에서는 스와오 IP와 모던하우스&버터팝업

스토어도 운영한다.

면세업계도 추석 연휴 해외여행객을 겨냥한 프로모션에 나섰다. 롯데면세점은 다음달 11일까지 인터넷면세점에서 ‘FALL IN SALE’을 진행하고, 시내점에서는 국내외 롯데면세점의 혜택을 연계한 ‘ONEPASS’를 운영한다. 미카오와 필리핀 항공권·숙박권 등을 제공하는 여행 연계 경품 행사도 마련했다.

신라면세점은 다음달 11일까지 ‘추(秋) 구미 페스타’를 진행한다. 신라인터넷면세점에서 유형 테스트를 통해 고객의 쇼핑 성향을 16개로 분류하고 결과에 따라 쿠폰과 선불 혜택 등을 제공한다. 쇼핑 성향별 추천 상품과 추석 선물 상품을 소개하는 기획전도 운영한다.

현대면세점은 다음달 11일까지 ‘현대이’ 프로모션을 진행한다. 무역센터점에서 구매 금액별 포인트 적립 등의 혜택을 제공하고, 인천공항점에서는 랑콤·답디크·갤랑 등 글로벌 뷰티 브랜드 팝업스토어를 운영한다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



metro

하이트진로, 주류업계 최초 ‘울트라 재팬’ 참가

참이슬 과일소주 활용 RTD 제품 선봬

하이트진로가 일본 최대 규모의 EDM 페스티벌 ‘울트라 재팬 2026’에 처음 참가하며 일본 젊은 소비층을 겨냥한 현지 마케팅에 나섰다.

하이트진로는 지난 19~20일 도쿄 오다이바 울트라 파크에서 열린 울트라 재팬 2026에 국내 주류업체 가운데 처음으로 참가했다고 밝혔다. 행사장에 진로(JINRO) 브랜드 부스를 마련하고 참이슬 과일소주를 활용한 RTD(Ready To Drink) 제품을 선보였다.

현지 행사 주류 판매 기준에 맞춰 참이슬 과일소주와 탄산수 등을 조합한 청포도·레몬·매론 맛 RTD를 구성했다. 참이슬과 레드불을 활용한 제품도 함께 판매했다. 제품은 360ml 용기에 담아 판매했으며, 2잔 이상 구매 고객에게 스트랩 완충물을 제공하는 이벤트도 진행했다.

울트라 재팬은 미국 마이애미에서 시작된 EDM 페스티벌 ‘울트라 뮤직 페스티



하이트진로, ‘울트라 재팬 2026(ULTRA JAPAN 2026)’ 현장 부스. /하이트진로

벌’의 일본 행사로 올해 11회째를 맞았다. 이번 행사는 19~20일 이틀간 도쿄 오다이바 울트라 파크에서 열렸으며 세계 각국의 DJ들이 무대에 올랐다.

하이트진로는 이번 행사를 계기로 일본 젊은 소비자와의 접점을 확대하고 진로 브랜드 인지도를 높인다는 계획이다.

하이트진로 관계자는 “앞으로도 현지 소비자가 새로운 방식으로 제품을 경험할 수 있는 마케팅 활동을 이어갈 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

11번가, ‘대한민국 숙박세일 페스타’ 참여

4만여개 숙박상품 할인 혜택 제공

11번가가 문화체육관광부·한국관광공사 주관 ‘2026 대한민국 숙박세일 페스타 가을편’에 참여해 4만여 개 국내 숙박상품에 할인 혜택을 제공한다고 22일 밝혔다. 11번가는 중소여행사 연합지원 형태로 이번 행사를 운영해 중소여행사의 판로 확대와 지역 관광 활성화를 지원한다.

11번가는 이날부터 오는 11월 8일까지 매일 오전 10시 ‘숙박페스타’ 쿠폰을 발급한다. 이번 쿠폰은 숙박상품 예약 금액과 기간에 따라 사용할 수 있는 할인쿠폰 3종으로, 이 가운데 1장을 선택해 발급받을 수 있다. 쿠폰은 서울·경기·인천·세종·충북을 제외한 지역 숙박상품 예약 시 사용할 수

있으며 지역별 한정 수량으로 운영된다.

추가 할인 혜택도 마련했다. 숙박페스타 쿠폰과 중복 적용할 수 있는 카드사 추가 할인을 제공하며, 중소여행사 숙박상품 예약 시 사용할 수 있는 추가 할인쿠폰도 발급한다.

온다, 종이비행기투어, 트립일레븐 등 중소여행사 10곳과 함께하는 특별 기획전도 진행한다. 기획전에서는 소노호텔앤리조트, 금호리조트, 세인트존스 등 숙박상품을 선보인다.

또 고객들이 숙박페스타 대상 상품을 쉽게 찾을 수 있도록 행사 상품에 전용 표시를 적용하고, 검색 시 해당 상품을 모아볼 수 있는 검색 필터 기능을 제공한다.

/김서현 기자