

# 모바일 씰·메타버스 보물찾기...달라진 '코로나 성탄'

### 롯데백화점 '모바일 씰' 보내면 건강 결핵협회에 10원 기부 광주신세계·이마트, 성탄 홈파티·이색 먹거리 상품전 진행 스타벅스, 다음달 16일까지 '제페토 산타광장' 보물찾기도

일상 회복 멈춤으로 인해 올해 성탄절도 위축된 분위기에서 진행될 예정이지만 다양한 성탄 판촉은 계속되고 있다.

롯데백화점은 잊혀져가는 '크리스마스 씰'을 모바일 카드로 내놓았다.

예전에 '크리스마스 씰' 판매를 통해 결핵 퇴치에 힘을 보태던 문화를 비대면 방식으로 바꾼 것이다. 롯데백화점은 활동명 '프렌즈위드유' 작가와 협업해 5가지 씰을 만들었다.

모바일 카드 방식으로 360도 회전할 수 있는 입체 우표 형태다.

오는 26일까지 롯데백화점 모바일 앱을 통해 무료 카드를 받아 주변에 카카오톡이나 문자 메시지에 마음을 담아 보내면 된다.

롯데백화점은 보내진 씰의 개수에 따라 적립된 금액(건당 10원)을 대한결핵협회에 기부할 방침이다. 크리스마스 씰 모바일 카드를 이용한 뒤 특정 문구(해시태그)를 써서 인스타그램에 올리면 총 30명을 추첨해 '리틀클라우드' 조명과 대한결핵협회

공식 크리스마스 씰과 열쇠고리를 준다.

또 24일까지 모바일 앱을 통한 문제 맞추기 '왓츠인산타백'에 참여하면 최대 1000만원의 상금을 받을 수 있다.

한가지만 맞춰도 롯데 모바일상품권 3000원권을 선착순 500명에 증정한다.

스타벅스는 가상공간 메타버스에서 보물찾기를 벌이며 어른들의 중심을 자극한다.

(주)스타벅스커피 코리아는 내년 1월16일까지 한달 동안 메타버스 플랫폼 제페토에 '산타광장'을 운영한다.

산타광장은 스타벅스 베이커리스타 인형과 겨울 e-프린팅 증정품, 스타벅스 굿즈(MD) 등으로 꾸며진다.

접속자들은 산타광장 곳곳에 숨겨진 보물상자를 찾아야 한다. 특정 17개 아이템을 확보하면 추첨을 통해 200명에게 무료 음료를 주기도 한다.

스타벅스는 앞으로 제페토와 협업을 통해 스타벅스 경험을 가상공간으로 확장할 계획이다.

(주)광주신세계는 오는 25일까지 '스워드 홀리데이'를 주제로 지하 1층 식품관에서 이색 먹거리 상품전을 진행한다.

이곳에서는 집에서 즐기는 '홈파티' 먹거리부터 선물용 제과·제빵 상품 등을 만날 수 있다.

이마트도 23일부터 일주일 동안 '크리스마스 홈파티 먹거리' 행사를 진행한다. 심장 모양이나오는 '하트 스테이크'와 '조리용 타이머가 들어있는 토마호크스테이크', '우대갈비' 등 이색 스테이크 식재료를 제휴카드로 결제하면 20~40% 할인된 가격에 구매할 수 있다.

스테이크와 곁들여 먹을 수 있는 슈림프링과 족발, 참돔 곱질 모듬회 등은 신세계포인트 회원을 대상으로 3000~5000원 할인해준다. 이마트는 1만원 대 삼페인 3종과 질레산 '다이아몬드 킹제리' '블루베리' 등도 내놓았다.

편의점 이마트24는 연말 홈파티를 여는 소비자가 늘어나면서 쉽게 조리할 수 있는 밀키트 상품군을 강화했다. 해당 상품은 스테이크, 맥앤치즈, 파스타 등으로 15~20분 안에 집에서 조리할 수 있도록 만들어졌다.

이마트24의 이달 1~20일 홈파티 대표 주류 와인 매출은 지난해 같은 기간보다 284% 증가했다. 케이크(138%)와 밀키트 등 가정간편식(48%) 등도 편의점에서 인기를 끌었다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



(주)광주신세계 지하 1층 식품관 매장 직원이 귀여운 딸기 산타로 꾸민 '허니미니도넛'을 선보이고 있다. <광주신세계 제공>



"2022년 임인년 호랑이 기운 입으세요" 22일 롯데백화점 광주점 직원이 2층 해외패션 브랜드 '겐조' 매장에서 2022년 임인년(壬寅年)을 앞두고 호랑이가 그려진 의류, 신발 및 가방 등을 선보이고 있다. <롯데쇼핑 제공>

## 이마트 '전문관 강화' 소비자들에 통했다

### 광주·봉선점 매출 10% 증가 일렉트로마트 가전 286% ↑

온라인 소비 강세에 맞서 매장 단장에 공을 들인 이마트가 매출 성과를 내고 있는 것으로 나타났다.

22일 이마트 광주점과 봉선점에 따르면 이들 점포가 재개장한 뒤 전체 매출은 전년 같은 기간보다 평균 10% 증가했다. 1인당 평균 매출액인 객단가는 전년보다 6% 늘었다.

이마트 광주점 매출 비교 기간은 지난해 12월

29일부터 올해 11월 말까지이며, 봉선점은 올해 11월26일부터 이달 20일까지이다.

이마트가 자체적으로 내놓은 가전 전문관 '일렉트로마트'의 호황으로 봉선점의 가전매출(11월 26일~12월20일)은 지난해 같은 기간보다 286.6% 뛰었다. 앞서 일렉트로마트를 들인 이마트 목포점의 경우 2019년 4월부터 올해 10월까지 가전매출은 작년 기간보다 30.4% 증가했다.

광주점과 봉선점은 주방과 거실, 침실, 욕실 등 공간별로 다양한 용품을 마련한 생활전문관 '앳홈' (at HOME)을 꾸렸다.

그 결과 2개 점포의 생활전문관 매출은 다른 이

마트들의 생활용품 평균 매출보다 31% 높은 수준을 보였다.

일렉트로마트와 앳홈 외에도 완구전문관 '도이킹덤'과 반려동물용품 전문관 '몰리스'를 입점시켜 소비자 반응을 낚았다.

전문관들의 호황으로 광주점과 봉선점의 가전(155.8%), 완구(59.2%), 반려동물용품(32.5%), 생활용품(31.3%) 부문 매출이 모두 증가했다.

전문관 강화는 젊은 소비자를 끌어들이는 효과도 거뒀다.

이마트 광주점이 새단장한 이후 20대 고객 구성 비율은 11.2%로, 전국 점포 평균 비율(6.3%)의 2배 수준으로 확대됐다. 30대 고객 구성비도 26.4%에 달한다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

## aT, 국산 밀·콩 소비촉진 위해 적극 나서

### 영양사협회와 업무협약

한국농수산식품유통공사가 국산 밀·콩 소비촉진을 위해 사단법인 대한영양사협회와 업무협약을 최근 맺었다.

김춘진 한국농수산식품유통공사 사장과 이영은(사)대한영양사협회 회장은 서울 aT센터에서 만나 업무협약을 체결했다.

두 기관은 국산 밀·콩의 소비촉진으로 저탄소 건강 먹거리 공급기반 마련과 탄소중립 실천을 위한

협력관계를 구축하기로 했다.

이를 위해 ▲국산 밀·콩을 공공급식 식재료로 사용할 수 있도록 공급체계 구축 방안 수립 ▲국산 밀·콩 대국민 홍보를 통한 국산 식량의 소비확산 ▲저탄소 식생활 확산을 위한 코리아 그린푸드데이 캠페인 전개 등 ESG 실천 등에 협력할 계획이다.

특히 수입 의존도가 높은 밀과 콩의 국산 소비 확대는 국민에게 우리 땅에서 자란 건강한 먹거리를 제공하고, 수입-운송과정에서 발생하는 온실가

스를 줄이는 데 힘쓰기로 했다.

먹거리의 생산-유통-소비 모든 과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 줄이는 저탄소 식생활 '코리아 그린푸드 데이' 캠페인도 함께 벌인다. 국산 콩을 재료로 한 대체육 활용 저탄소 식단 등 건강한 식문화 확산과 국민 건강증진을 도모할 계획이다.

김춘진 사장은 "기후위기에 따른 식량안보의 중요성이 높아진 만큼 주요 곡물인 밀·콩의 소비기반 확대는 필수적"이라며 "대한영양사협회와 국산 밀·콩의 소비촉진을 통한 식량안보와 탄소중립을 위해 힘을 모을 것"이라고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

### 산업현장 작업환경 개선 및 근로자의 건강을 지켜주는 호남기업 집진기

### 창사 32년 (주)YHB ECO

www.yhbeco.co.kr

## 미스트크리너

절삭유 미스트/오일미스트 제거  
원심력 및 필터기술 적용  
99.8% 집진 효율



## 더스트크리너

먼지, 분진, 각종 더스트 제거  
카트리지 / 백필터 적용



## 전기집진기

산업/요식업소  
연기·기름·미세먼지 98% 제거  
생활민원해결!



**호남지역 대리점 모집**  
무점포/무자본 판매하실 분

광주공장 영업부 : 광주광역시 광산구 하남산단10번로 115-33(안창동)  
TEL : 062 - 953 - 2995  
H·P : 010-2051-6401

서울영업본부 : 서울시 금천구 가산디지털2로 14 대륭테크노타운12가 501호 TEL : 02 - 2029 - 6400 ~ 3