

비즈 프리즘 | 프로야구와 씬타는 유통업계

이글스 슬리퍼·타이거즈 에코백...“이전 사야해”

이랜드 슈펜, 한화·KIA 손잡고 새 상품
현대홈쇼핑, 22일 LG 홈경기 티켓 특가

프로야구를 테마로한 유통업계의 마케팅이 진화하고 있다.

그동안 야구장이나 스포츠 매장에서 유니폼 저지 같은 굿즈 이벤트나 프로모션을 펼치는 데 그쳤다면, 지금은 TV홈쇼핑을 통한 티켓 판매부터 패션업체와 협업을 통한 프로야구 굿즈 상품을 내놓는 등 영역이 넓어지고 있다. 프로야구가 남녀노소 경계 없는 국민스포츠로 자리잡으면서 소비자들의 높은 관심을 이용해 브랜드 인지도 상승을 노리는 전략이다. 또 야구팬들에게 직접·간접적으로 브랜드를 노출할 수 있어 홍보 효과가 크다는 장점도 있다.

먼저 TV홈쇼핑을 통한 프로야구 티켓 판매가 눈에 띈다. 뮤지컬, 영화, 콘서트 등 문화 분야의 티켓 판매가 국민스포츠인 프로야구로 확장된 것이다. 현대홈쇼핑은 22일 오후 5시25분 LG 트윈스 홈경기 티켓 교환권 ‘무적 티켓’ 방송을 진행한다. 7월 9일부터 시즌 종료 시까지 서울 잠실구장에서 열리는 LG 홈경기 중 원하는 경기를 선택할 수 있다. 블루석, 레드석, 네이비석을 4·6·8매 단위로 판매한다. 좌석별로 15~20% 할인율을 적용했다. 모든 구매 고객에게 잠실구장의 대표 매뉴인 ‘원샷 치킨&음료’를 증정한다. 구매 고객 중 4명을 추첨해 LG 소속 이천웅, 채은



성, 이형종, 정우영 선수의 밀리터리 사인 유니폼도 증정한다. 이날 방송에는 LG 치어리더들이 게스트로 출연하며 투수 타일러 윌슨과 정우영 인터뷰도 준비했다.

구단 중심으로 운영하던 프로야구 굿즈도 패션업체와의 협업을 통해 저변이 넓어지고 있다. 이랜드리테일의 슈즈 SPA(제조직매입) 브랜드 슈펜은 한화 이글스, KIA 타이거즈와 손잡고 구단 엠블럼과 마스코트의 특징을 살린 스니커즈, 슬리퍼, 에코백 등 이색협업 상품을 내놓았다. 대표 상품인 ‘이글스·타이거즈 베이직 스니커즈’는 슈펜의 베스트셀러 ‘슈펜 베이직 스니커즈’에 구단 로고를 결합하고 기능성을 업그레이드했다. ‘이글스·타이거즈 물 스니커즈’는 뒤축이 없는 물 디자인에 구단 로고로 포인트를 주었다. 프로야구단과 협업이라는 점에서 의미가 있고 향후 더 많은 구단과 컬래버 상품을 출시할 예정이라는 게 이랜드리테일 측 설명이다.

이밖에 뷰티업체 네이처리퍼블릭은 키움 히어로즈와 공동마케팅을 실시, 서울 고척스카이돔을 찾은 야구팬들에게 인기 제품인 ‘캘리포니아 알로에 보송 선스틱’과 ‘캘리포니아 알로에 아이스 퍼프 선’을 증정한다. 정정욱 기자 jjay@donga.com

◀ 이랜드리테일 슈펜이 선보인 KIA 타이거즈 로고가 들어간 ‘타이거즈 베이직 스니커즈’와 에코백. 유통업계의 ‘프로야구 마케팅’이 진화하고 있다. 사진제공 | 이랜드리테일

일반인 모델이 뜬다

에잇세컨즈, SNS 오디션 진행

인기 연예인이나 셀러브리티(유명인)에 쏠려있던 패션업계 광고모델에서 일반인 발탁이 붐을 이루고 있다.

삼성물산패션의 SPA(제조직매입) 브랜드 에잇세컨즈는 1020세대를 대상으로 모델 콘테스트 ‘에잇바이미’를 진행했다. SNS에 해시태그를 달고 일상 사진을 올린 지원자 중 최종 선발자에게 모델 활동의 기회를 준다. 총 4000여 명의 지원자가 몰렸고 1차 투표에 6만6000명, 최종 투표에 4만9000명이 참여하는 등 큰 호응을 얻었다.



에잇세컨즈 ‘에잇바이미’를 통해 선발된 일반인 모델들.

사진제공 | 삼성물산 패션

힐라는 여성 전용 피트니스 라인 ‘힐라 핏’의 일반인 모델 최종 3인을 선발하기 위한 ‘비온드바디 시즌2: 더 체인지’(이하 더 체인지)를 실시한다. 운동 경험이 없는 초보자 12명이 근육을 만들기 위한 A팀과 체지방 감량을 목표로 하는 B팀으로 나뉘어 경쟁하는 방식이다. 총 8주 간의 경쟁을 6부

작 동영상으로 제작해 유튜브를 통해 방영한다.

이밖에도 세정 웰메이드는 매일 일반인 모델과 함께하는 SNS 화보 캠페인을 진행 중이다. 또 유니클로는 일반인 소비자들을 모델로 발탁해 직접 스타일링해주는 ‘스타일링100’ 행사를 열었다. 정정욱 기자

정정욱 기자

오리온, 친환경 경영 70억원 투자

오리온이 70억 원을 투자해 환경 친화적 인쇄설비 도입, 생산설비 개선 및 효율화, 글로벌 친환경 활동 확대 등 전사적 친환경 경영을 가속화한다고 19일 밝혔다. 연내 플렉스 인쇄설비를 도입하고 내년 상반기부터 포장재 생산에 들어갈 계획이다. 이를 통해 연간 잉크 사용량을 기존 대비 50% 이상 절감할 것으로 기대하고 있다. 제품 포장재 축소 노력도 지속한다. 6월부터 ‘파스타칩’의 기존 ‘투고 박스’ 형태 패키지를 스탠딩 파우치 형태로 간소화했다. 이를 통해 연간 축구장 30개 크기인 21만㎡가 넘는 포장재를 줄이는 효과를 얻을 수 있을 것으로 보고 있다. 원성열 기자 sereno@donga.com

한포기님도
에듀월에서
당당히 합격



김재범 기자 oldfield@donga.com

교육·퍼즐

에듀월

늘어나는 공인중개사 자격증 인기

강주현의 퍼즐월드

WWW.경품광고퀴즈.kr WWW.매직스도쿠.kr

공인중개사 시험 합격자들의 숨겨진 노하우는?

한국산업인력공단이 발표한 공인중개사 1차 시험 접수 현황에 따르면 2015년 접수 인원이 13만7875명으로 집계됐다. 그러나 이로부터 3년 후인 2018년에는 19만6939명이 접수한 것으로 발표했다. 몇 년 사이 그 인원이 6만 명가량 늘어난 것이다.

이처럼 공인중개사 자격증 취득의 열기는 식을 줄 모르고 있다. 특히 공인중개사 자격증은 대표적인 노후대비 자격증으로 더욱 인기다. 공인중개사는 정년 없는 고소득 전문직으로 진출 분야도 넓어 중개업 뿐만 아니라 분양·경매·투자·컨설팅까지 참여할 수 있기 때문이다.

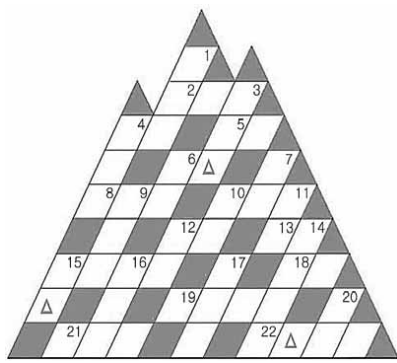
이러한 여파로 최근에는 청년들 사이에서도 공인중개사 자격증 취득 열기가 높아지고 있다. 작년에 실시된 제29회 공인중개사 시험의 20~30대 응시자는 8만1727명으로 그 전년도인 7만6231명보다 약 5000명이 늘었다.



동산을 사고파는 시대인 만큼 공인중개사 인기 현상은 앞으로도 지속될 것으로 보인다”라고 전했다.

이와 관련 에듀월은 공인중개사 자격증 취득 과정과 관련 시험 정보, 개업·취업 노하우 등 공인중개사 관련 궁금한 정보를 답해주는 ‘에듀월 지식인’ 서비스를 오픈했다. 합격자와 지식인이 답해주는 Q&A 서비스인 ‘에듀월 지식인’에서는 공인중개사 합격자들의 숨겨진 노하우가 대공개 될 예정이다. 공부 방법, 학습 질문, 핫갈리는 부동산 용어, 핫이슈까지 에듀월 지식인에서 물어볼 수 있다.

■ 낱말문제



■ 가로 열쇠 02.그 자리에 없는 사람. 04.약간 움직임. 05.학문이나 기에 따위를 익숙하도록 되풀이하여 익힘. 06.아내의 아버지. 08.바둑에서, 단독으로 살지 못하고 고립된 돌끼리 사활을 걸고 싸움을 벌이게 된 상황. 10.분쟁이나 전쟁 등이 일어날 위험성이 많은 지역의

비유. 12.일을 하다가 잠시 쉴 수 있는 쉼. 13.권세를 혼자 쥐고 제 마음대로 함. 15.등잔 밑이 어둡다’는 뜻으로, 가까이 있는 것이 도리어 알아내기 어려움을 이르는 말. 18.눈이 내리거나 눈이 쌓인 경지. 19.남편 주장에 아내가 따르는 것이 부부 화합의 도리라는 뜻. 21.준위(淮尉)와 병(兵) 사이의 계급에 있는 군인의 총칭. 22.서로 변론해서 말로 옥신각신함.

■ 세로 열쇠 01.곹썩힐 수 없이 꼭. ‘둥ㅇㅇ’ 03.사회나 문화에 속박되지 아니한, 있는 그대로의 사람. 04.예측할 수 없는 앞일. 06.총포에 탄환을 쏘. 07.병에 알맞은 약을 지어 주거나 씹. 09.위와 가운데와 아래. 상등과 중등과 하등. 10.그림

그리기를 직업으로 하는 사람. 11.그림 그리기를 직업으로 하는 사람. 12.희미하게 밝아 오는 빛. 또는 그런 무렵. 14.조리가 없는 말을 함부로 지껄임, 또는 그런 말. 15.운동·놀이·탐험 따위를 위해 산에 오름. 16.상서롭지 못한 일. 17.한 학교를 같은 해에 졸업한 사람. 20.흰 눈.

■ 낱말정답

단어 이야기하기:
낱말을 모두 풀 다음△를 이어 놓으면 여러분이 잘 아시는 산 이름이 됩니다.

