

롯데제과 월간과자, 에스24와 서비스 협업

롯데제과의 과자 구독 서비스 '월간과자'가 온라인 서점 '에스24'와 손잡고 과자와 북클럽 이용권을 함께 구독하는 협업 서비스를 선보였다. '월간과자X에스24' 구독 서비스는 20일까지 롯데제과 공식 온라인몰 롯데스위트몰에서 신청 가능하다. 월간과자 5월호에 과자와 함께 북클럽 30일 이용권을 동봉한다.



AK&홍대, '취향셀렉샵'으로 MZ세대 공략



AK&홍대가 애니메이션, K팝, 푸드 등의 테마와 팬덤을 키워드로 내세운 '취향셀렉샵'을 추구하고 있다. K팝 팬을 위한 커뮤니티 공간 '위드뮤 홍대', 푸드 콘텐츠 프로젝트 공간 '아웃나우', 애니메이션 굿즈 전문샵 '애니메이트'(왼쪽부터 시계방향).



사진제공 AK플라자

“K팝·푸드·애니…고객 취향을 존중합니다”

위드뮤, 음반 판매 및 팬덤 커뮤니티 공간 제공 아웃나우서 먹방 인플루언서 개발 메뉴 판매 애니메이션 굿즈·게이머 전문샵 등 대거 입점 홍대 특유의 취향 문화에 집중…1020 고객 늘어

AK플라자의 지역친화형 쇼핑센터인 AK&홍대가 팬덤과 다양성을 키워드로 내세운 '취향셀렉샵'을 추구하며, 2030 MZ세대(밀레니얼+Z세대) 고객에게 어필하고 있다. 기존 의류 매장 중심의 매장 구성에서 벗어나 애니메이션, K팝, 푸드 등 취향 특화형 매장을 대거 입점시켜 취향을 소핑하는 차세대 쇼핑몰로 거듭나게 특징이다. '홍대스러운'에 대한 고민의 결과를 매장 구성에 반영해 홍대 지역 대표 랜드마크로 거듭나겠다는 전략이다.

●K팝과 푸드 콘텐츠 공간 선보여

먼저 2일 AK&홍대 2층에 390㎡의 규모로 K팝 팬을 위한 커뮤니티 공간 '위드뮤 홍대'를 공개했다. K팝 문화를 자유롭게 공유할 수 있는 공간으로, K팝 아티스트 지식재산권(IP)을 이용한 상품 기획 전문회사인 코펜글로벌과 공동 기획했다.

아티스트의 음반 및 굿즈를 판매하는 공간과 팬덤 문화를 공유할 수 있는 위드뮤 카페 등으로 구성했다. 단순히 아티스트의 음반이나 굿즈 판매를 넘어, 고객 간 팬심을 공유하는 커뮤니티 공간을 제공하며 K팝 팬

을 공략할 계획이다. 회사 측은 "일상 회복과 함께 선보인 위드뮤 홍대에서 그간 멈춰있던 아티스트와 팬의 오프라인 만남이 활발해지기를 기대한다"고 했다.

또 3월 28일 AK&홍대 3층에 유명 푸드 인플루언서와 셰프의 레시피를 맛볼 수 있는 푸드 콘텐츠 프로젝트 공간 '아웃나우'를 선보였다. 로봇 자동화 푸드테크 기업 웨이브와 함께 선보인 신개념 공간이다. 주로 온라인에서만 소비되던 인플루언서들의 푸드 콘텐츠를 오프라인 매장에 접목한 게 특징이다.

17기 먹방 인플루언서 및 유명 셰프가 개발한 약 12종의 메뉴를 판매한다. 1인 1만 원 이하의 가성비 있는 금액과 트렌디한 메뉴 구성으로 MZ세대의 입맛을 겨냥했다. 1기에는 약 123만 명의 구독자를 보유한 인기 먹방 인플루언서 하박, 약 286만 명의 구독자를 보유한 인플루언서 양수빈, 중식 스타셰프 정지선 등이 이름을 올렸다.

하박의 '천지마라탕·르르볼 세트', 양수빈의 '비프 찬스', 정지선 셰프의 '짜장 샌드바오'와 '트러플 쇼마이' 등이 대표 메뉴다. 아웃나우 1기 메뉴는 6월 25일까지 판매되며, 이후에는 새 인플루언서 및 셰프가 참여한 신메뉴가 공개된다.

●키덜트 전문 특화층 높일

AK&홍대 5층은 아이와 같은 감성과 취향을 지닌 어른을 뜻하는 키덜트(Kid+Adult) 전문 특화층으로 꾸몄다. 애니메이션 굿즈 전문샵 '애니메이트'를 필두로 원피스 애니메이션 전문점 '플레이원피스', 중고 피규어

판매샵 '리펀샵', 게이머 라이프 스타일 전문샵 '슈퍼플레이', 굿즈 랜덤구매 샵 '제일복권샵' 등 애니메이션 팬에게 유명한 샵들이 대거 들어섰다. 특히 '애니메이트'는 애니메이션 굿즈 및 서적, 캐릭터 카페 '팝퍼블'로 구성해 색다른 볼거리를 제공한다.

그렇다면 AK&홍대가 '취향셀렉샵'을 추구하는 이유는 뭘까. 이는 2018년 AK&홍대 오픈 후 2년이 지나도록 불명확한 정체성에서 시작했다. 그러다 홍대 인근에 빈티지한 소품과 애니메이션 캐릭터 관련 굿즈를 파는 수많은 매장이 있고, 이곳을 찾는 홍대 특유의 취향 문화에 집중했다. 회사 측은 "홍대를 주로 찾는 MZ세대가 자신의 취향을 중시하고 관련 소비에 대한 니즈가 크다는 점에 주목해 이를 접목한다면 정체성 찾기는 물론, 성과도 낼 수 있을 거라고 판단했다"며 "홍대에서 소수들만의 문화로 여기고 즐겼던 MZ세대 고객에게 AK&홍대가 커뮤니티를 형성해주면 쾌적하고 즐기기 편한 이곳으로 모여들지 않을까 싶었다"고 설명했다.

이러한 과감한 변신은 성과로 이어졌다. 기존 의류 매장 중심에서는 2030 여성 고객이 대부분이었지만, '취향셀렉샵' 구성 이후 애니메이션을 자주 접하고 팬덤 형성에 거부감이 없는 10대 후반에서 20대 초·중반 연령층의 고객 비율이 현저히 높아진 것이다.

회사 측은 "향후 방문 고객에게 재미를 줄 수 있는 콘텐츠를 지속 선보여 홍대 지역의 이색 명소로 자리매김할 수 있도록 노력하겠다"고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com



동아전람, '동아 스포츠·레저 박람회' 개최 12일부터 'MBC건축박람회'도 동시에 열려

(주)동아전람이 주최하는 '제19회 동아 스포츠·레저 산업 박람회'와 '제60회 MBC건축박람회'가 12일부터 15일까지 일산 킨텍스에서 개최된다.

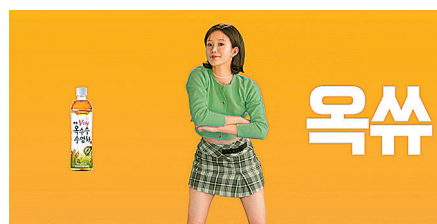
'제19회 동아 스포츠·레저산업 박람회'에서는 스포츠 및 레저산업의 트렌드를 한 눈에 살펴볼 수 있다. 전시 품목은 캠핑·레저차량 용품, 등산 및 캠핑용품, 아웃도어용품, 구기 스포츠용품, 익스트림·레저, 기타 스포츠 및 레저관련 제품이다. 관련 브랜드와 신제품들을 한 자리에서 만날 수 있다.

'제60회 MBC건축박람회'는 트렌드에 맞는 다양하고 실용적인 정보 제공을 통해 관련업체 종사자와 예비건축주 등 다양한 관람객의 니즈를 충족시켜 준다. 조명 박람회, 공공시설 및 조정 박람회, 디지털플라팅·사인 익스포 등 9개 전시가 동시에 개최된다.

'제19회 동아 스포츠·레저산업 박람회'와 '제60회 MBC건축박람회'의 관람시간은 오전 10시부터 오후 6시까지다. 동아전람 홈페이지(www.dong-affairs.co.kr)에서 사전등록을 하면 무료관람 초청장을 보내준다.

양형모 기자 hmyang0307@donga.com

광동제약, 버추얼 캐릭터 옥수수수염차 광고 공개



광동제약은 버추얼 인플루언서 한유아가 출연하는 '광동 옥수수수염차'의 새 광고

캠페인 영상(사진)을 공개했다. '옥수수 너만의 리듬을 만들어봐'라는 슬로건의 광고에서 한유아는 일상 속에서 춤과 함께 MZ세대의 언어유희를 반영한 '옥수수수염차의 축하' 구호를 반복한다. 4월 공개 티저영상이 유튜브 조회 100만 회를 넘었다. 광동제약은 10일부터 제품인증, 옥수스캔 커버인증 등 이벤트를 실시한다.

건강 올레길 | 우리동네 주치의의 건강학

“수시로 두통 발생…거북목증후군 의심”

일상생활 속에서 지속적인 두통에 시달리는 이들이 많다. 편두통, 긴장성두통, 군발두통, 측두동맥염, 근막통증후군, 약물과용 두통, 뇌종양, 뇌출혈, 뇌염 등 두통과 관련된 질병이 무수히 많다.

근골격계 질환에 의해서도 두통이 발생할 수 있다. 거북목증후군이 대표적이다. 거북목증후군이란 C자 커브 모양의 경추가 어떤 이유 때문에 일자로 변형된 증상을 말한다. 발생 초기에는 별다른 증상을 나타내지 않는다. 시간이 지나며 경추의 일자 변형이 가속화되고 나아가 주변 근육 및 인대가 점차 딱딱하게 굳어진다. 아울러 뒤통미가 뻣뻣해지면서 두통까지 일으키는 것이 특징이다.

경추 양쪽에는 내외에 혈액을 공급하는 동맥이 지나간다. 따라서 거북목증후군과 같은 경추 변형이 일어날 경우 신경 압박에 따른 두통 등의 이상 증세를 일으킬 가능성이 높다.

제때 치료하지 않고 방치하면 목과 어깨 근육, 힘줄 등의 스트레스가 상승해 경추 추간판탈출증(목디스크)으로 이어질 수 있다. 통증은 물론 저림, 그리고 마비까지 나타날 수 있는데 대비 치료가 쉽지 않기 때문에 경각심을 가져야 한다.

따라서 두통 등 거북목증후군 증상이 의심된다면 정형외과에 내원해 정밀 검사 및 맞춤 치료를 받는 것이 좋다. 먼저 환자 상태를 면밀히 파악한 뒤 신경차단술, 도수치료 등의 비수술 요법을 적용할 수 있다. 신경차단술은 특수영상 치료장비인 C-ARM을 활용, 병변 부위를 실시간으로 확인해 약물을 주입하기 때문에 정확도 높은 치료 결과를 기대할 수 있다.

서울 삼성서울정형외과 박종호 원장

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com



알펜시아 오션700, 가정의 달 프로모션

강원 평창군 대관령에 위치한 KH그룹 알펜시아리조트의 워터파크 오션700 워터파크(사진)가 5월 재개장에 이어 가정의 달 할인프로모션을 진행한다. 프로모션 기간은 12일부터 31일까지며 주중방문 시 최대 4명까지 50% 할인을 제공한다. 바비큐 파티를 즐길 수 있는 몽블랑 레스토랑의 야외 셀프BBQ도 사전예약 시 10% 할인한다. 알펜시아리조트의 오션700은 강원권 최대 실내형 워터파크로 수온을 30도 내외로 유지해 연중 따뜻한 물놀이가 가능하다.

‘창립 21주년’ NS홈쇼핑 “포스트 코로나, 유통의 새 기준 만들자”

모바일·디지털마케팅 등 입지 다져
조항목 대표, 임직원들에 감사 전해
경쟁력 확보…지속성장 기반 마련

NS홈쇼핑이 최근 경기도 판교 별관 스튜디오에서 창립 21주년 기념식을 열었다고 8일 밝혔다.

단독 대표이사 취임 1주년을 맞이한 조항목 대표(사진)는 2019년 21%였던 모바일 취급액 비중이 지난해 32.1%로 성장하고, 디지털커머스 채널 확대에 대해 임직원에게 감사의 뜻을 전했다. 또 지난 2년의 코로나19 팬데믹 속에서도 사내 방역과 비대면 업무 방식 등의 모범적인 모습을 격려하며, 엔데믹을 눈앞에 둔 지금이야말로 변화와 혁신을



통해 새로운 역사를 준비해야 한다고 강조했다.

아울러 회사가 갖고 있는 모바일 성장의 기회 요인, 그룹 시너지를 통한 경쟁력 확보, 임직원의 역량과 수평적 조직 문화 등을 내세워 지속 성장의 기반을 마련하겠다고 밝혔다. 또 임직원에게 상

품 개발과 서비스 실천 등 고객에 대한 진정성과 원만한 소통을 확보하자고 당부했다.

조 대표는 “우리에게는 위기를 기회로 만드는 긍정의 힘과 기회를 성과로 만드는 끝없는 도전정신이 있다”며 “포스트 코로나 시대를 맞아 유통의 뉴 스탠다드(새로운 기준)를 만들자”고 했다.

한편 NS홈쇼핑은 농수축산물의 소비 촉진을 위해 ‘세계 최초의 식품전문 홈쇼핑’으로 2001년 5월 7일 창립했다. 먹방, 쿠팡, HMR(가정간편식) 등 당시로서는 생소한 상품과 콘텐츠를 선보이며 국내 식품산업과 농수축산발전에 기여했고, 최근에는 모바일은 물론 디지털마케팅과 라이브커머스를 통해 종합유통기업의 입지를 다지고 있다.

정정욱 기자