

작년처럼 ‘대박’ 기원… 편의점 빼빼로데이 판촉 ‘올인’

(11월11일)



편의점업계가 올해 빼빼로데이를 맞아 이색 협업, 굿즈 마케팅, 할인 프로모션 등 다양한 이벤트를 선보인다. 연합뉴스

편의점업계가 빼빼로데이(11일)를 앞두고 인기 캐릭터 IP(지식재산권) 협업해 소비자 공략에 나섰다.

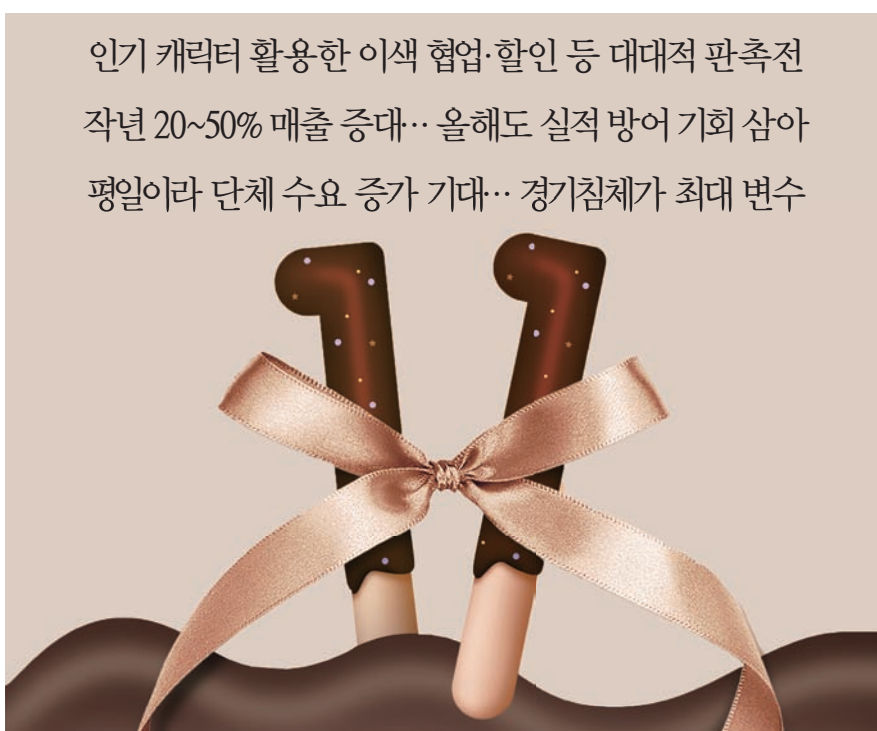
2일 업계에 따르면 CU, GS25, 세븐일레븐, 이마트24 등 주요 편의점 브랜드들은 올해 빼빼로데이를 맞아 이색 협업, 굿즈 마케팅, 할인 프로모션 등 다양한 이벤트를 통해 소비자의 수요를 끌어올릴 계획이다.

지난해 빼빼로데이는 편의점 업계에 의미 있는 성과를 안겼다. 행사 기간 동안 빼빼로 및 관련 상품 매출이 전년 대비 20~50% 가까이 증가하면서 시즌 특수가 확인됐다.

특히 올해는 상반기 매출 역성장과 소비 침체로 어려움을 겪는 편의점업계에 이번 시즌은 ‘연말 실적 방어’의 마지막 기회로 평가된다. 따라서 업계는 빼빼로데이를 단순한 기념일이 아닌 ‘매출 반등의 모멘텀’으로 삼기 위해 공을 들이고 있다.

먼저 CU는 인기 캐릭터 ‘메타몽’과 협업해 캐리커, 예코백, 키링 등 굿즈를 포함한 한정판 상품을 선보인다. 빼빼로와 함께 증정되는 캐릭터 상품은 한정 수량으로 출시되며 소비자 소장 욕구를 자극하도록 구성됐다. 자체 캐릭터인 ‘쫄나미’ ‘파리몽땅’과의 협업 굿즈도 함께 기획돼 MZ세대 공략에 집중한다.

GS25는 수능 시즌과 빼빼로데이를 연계



한 마케팅으로 차별화를 꾀한다. EBS와 손잡고 수능특강 교재 패키지를 그대로 적용한 ‘빼빼로특강’ 2종을 출시했으며 패키지에는 e북(e-book) 수강권, 행운부적, 응원 스티커 등이 함께 담겼다. 또한 EBS 홈페이지에서 수능 D-30 이벤트를 열고 참여자 중 30명을 추첨해 GS25 협업 상품을 증정하는 방식으로 수험생을 겨냥한 온라인·오프라인 연계 마케팅을 강화했다. 아울러 GS25는 11월 한 달간 빼빼로 및

과자류 날개 상품 2+2 행사, 다양한 IP 콜라보 상품도 연달아 출시해 고객 접근성을 높일 예정이다.

세븐일레븐은 롯데그룹 차원의 빼빼로데이 집중 마케팅에 발맞춰 ‘귀여웁도 해택도 빼로빼로’라는 콘셉트로 행사를 기획했다. 테디베어, 산리오 캐릭터즈 등 남녀노소 아우를 수 있는 인기 캐릭터 상품과 증정 이벤트를 연계하며 브랜드 팬층 확대를 노린다.

이마트24는 모바일 게임 ‘트릭컬 리바이브’와 협업한 빼빼로 상품을 준비했다. 게임 속 캐릭터를 패키지에 적용하고 캐릭터 굿즈가 포함된 한정판 상품을 선보이는 등 ‘덕후 마케팅’ 요소를 강화했다. 이 외에도 매장 내 행사 코너를 운영하고 SNS 인증 이벤트를 진행해 젊은 소비자층의 참여를 유도한다.

하지만 업계가 시즌별 마케팅에 과도하게 의존하는 구조는 리스크도 따른다. 한 시장 분석가는 “소비쿠팡 지급 효과와 비수익 점포 정리 등의 영향으로 하반기 업황이 상반기보다 개선될 가능성은 있지만 빼빼로데이의 성과가 이를 얼마나 견인할지는 미지수”라며 “철저한 수요 예측과 차별화된 기획이 필요하다”고 지적했다.

특히 올해 빼빼로데이는 평일(화요일)에 맞아 기업과 학교에서의 단체 선물 수요가 늘어날 수 있다는 기대가 있으나 한편으론 경기 침체 속 소비자 반응이 예상보다 저조할 경우 매출 공백을 피하기 어렵다는 우려도 나온다.

업계 한 관계자는 “소비 심리가 얼어붙은 가운데 빼빼로데이는 사실상 올해 마지막 대형 행사”라며 “굿즈, 콜라보, 트렌디한 패키지 등 소비자를 사로잡을 차별화 전략이 실적 향상을 가를 것으로 보인다”고 말했다. 김나윤 기자 nykim@skyedaily.com

국내 친환경차 판매 31% ‘쑥’… 전기차 캐즘 시들

한국자동차모빌리티산업협회(KAMA)는 올해 1~3분기 국내 완성차 5개사(현대자동차·기아·한국GM·르노코리아·KG모빌리티)의 친환경차 판매량을 2일 발표했다. 1~3분기 친환경차 판매량은 전년 동기 대비 31% 증가한 41만 7838대로 집계됐다.

국내 완성차 업계가 3분기 만에 친환경차 판매 40만 대를 돌파한 것은 올해가 처음이다. 국내 연간 친환경차 판매 대수 최대치는 2024년 기록한 45만 7321대다. 친환경차 판매 추이가 이어진다면 역대 최대 판매 대수 경신과 함께 50만 대 돌파도 기대된다.

1~3분기 전체 내수 판매 중 친환경차

1~3분기 41만7838대 팔려… 40만 대 돌파 올해가 처음

비중 역시 40.2%로 역대 최고 점유율을 달성했다.

올해 친환경차 판매가 늘어난 원인은 전기차 판매 증가가 꼽힌다. 3분기까지의 전기차 판매량은 전년 동기 대비 49% 증가한 10만3371대였다. 지난해 전기차 판매량 9만2428대를 이미 넘어섰다.

전기차 판매량이 3분기 만에 10만 대를 넘어선 것은 이번이 처음이다. 전기차 신도

텔출시와 함께 정부 보조금 안정화와 충전 인프라 확충 등이 주요 원인으로 꼽힌다.

그동안 전기차 캐즘(신기술이나 제품이 소수 수용자에게 성공적으로 받아들여지지만 일반 대중에게 확산되기 전 수요가 일시적으로 정체되거나 후퇴하는 현상)으로 하이브리드 판매는 증가해도 전기차 판매는 오히려 줄어드는 경향이 있었던 것을 고려하면 전기차 판매량 증가의 의미가 크다.



현대차 ‘디 올 뉴 펠리세이드’. 연합뉴스

전기차에 대한 거부감이 줄어들고 충전 인프라 등이 확충되면 전기차 판매가 더욱 늘어날 것으로 예상된다.

전기차 판매가 부진하는 동안 친환경차 판매를 이끌었던 하이브리드차 역시 인기가 계속되고 있다. 1~3분기 국내 하이브리드차 판매량은 전년 동기 대비 25% 늘어난 30만9528대였다. 하이브리드차가 3분기 만에 30만 대 이상 팔린 것 역시 이번이 처음이다.

한편 1~3분기 글로벌 전기차 판매량은 전년 동기 대비 26% 증가한 1470만 대였다. 중국·유럽·미국 등 모든 시장에서 두 자릿수 증가율을 기록했다.

양준규 기자 jgyang@skyedaily.com

10월 조업일 감소에도 수출액 3.6% 늘었다

10월 수출액이 역대 같은 달 최대 수출액을 경신했다. 수출은 5개월 연속으로 상승 중이며 한·미 관세 협상에 따른 불확실성 해소로 앞으로도 증가할 것으로 기대된다. 산업통상자원부는 10월 수출입 동향을 2일 발표했다.

2025년 10월 수출은 전년 동월 대비 3.6% 증가한 595억7000만 달러였고 수입은 1.5% 감소한 535억2000만 달러였다.

무역수지는 60억6000만 달러 흑자를 기록했다. 1~10월 누적 흑자 규모는 564억 3000만 달러로 2024년 전체 흑자 규모인 518억4000만 달러를 넘어섰다.

10월 수출은 추석 연휴에 따른 조업일 축소에도 역대 10월 중 최대실적인 595억 7000만 달러를 기록하면서 6월부터 5개월



연속 플러스 흐름을 이어갔다. 일평균 수출액은 29억8000만 달러로 전년 동월 대비 14.0% 상승해 전 기간 기준 최대치를 경신했다.

품목별로 보면 월초 장기 연휴로 15대 품목 중 대다수 품목과 그 외 품목 수출이 감소했다. 특히 미 관세 영향을 크게 받는 자동차·자동차부품·철강·일반 기계·가전 등의 수출 감소세가 상대적으로 높게 나타났다.

그러나 15대 주력 수출 품목 중 4개 품목 수출이 증가하며 전체 수출을 견인했다.

양준규 기자 jgyang@skyedaily.com

Inhancer Plus™

관절영양제의 혁명

인한서 플러스

글루코사민 + 콘드로이틴 + MSM + 브로멜라인 + 레시틴

오프라인 전용

온라인 전용

슬개골과 고관절의 염증

관절 관리는 치료보다 예방이 중요합니다!