

발렌타인 경기 예년 수준 회복 전망 1만원대 이상...고가품 더욱 인기 끌듯

IMF의 여파 및 요일 변수에 따라 객단가 하락과 판매량 저조를 기록했던 지난해와 달리 올해 발렌타인데이 경기가 호조를 띠 것으로 예상되면서 업체들이 주력 상품의 가격대 조정 및 신제품 출시 등 판매 확산에 노력을 기울이고 있다.

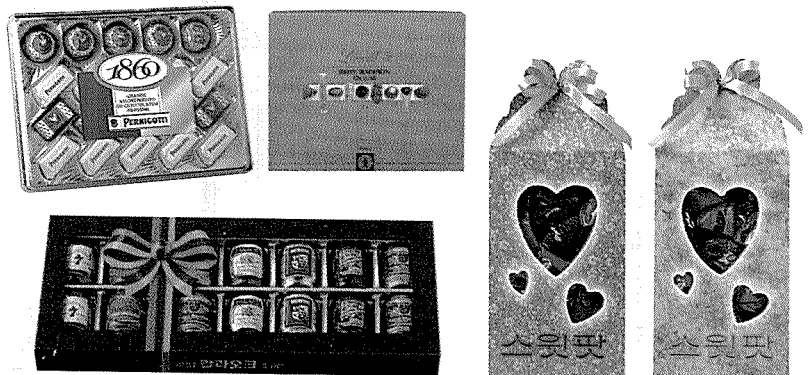
초콜릿 업체들은 올해 발렌타인데이 경기가 사상 최고였던 97년에 약간 못미치거나 비슷한 수준으로 회복될 것으로 예상하고 있다. 이는 경제가 어느 정도 회복되었다는 고객 심리의 영향과 발렌타인데이가 세뱃돈 지출 여력이 남아 있는 설날 8일 후여서 구매력이 어느 때보다 높을 것으로 전망하고 있기 때문이다.

또 업체들은 발렌타인데이 경기를 가늠해 볼 수 있는 척도인 지난해 수능 시험 때 판매된 선물용 제품의 가격대가 1만원대료 호조를 보임에 따라 올 발렌타인데이에도 세트 상품의 경우 1만원대의 고가 제품이 주종을 이루며 1만 5,000원대도 많이 판매될 것으로 낙관하고 있다.

경기 호조로 1만원대 고가품 많이 나갈 듯

올해 베이커리 업체를 대상으로 초콜릿의 판매 확산을 꾀하는 곳은 7개 업체다. 이들 중 수입 업체는 외국의 생산 업체와 판매에 관한 정식 계약을 체결하지 않아 수입선이 자주 변경되고, 업체의 재무 구조 취약과 중간 유통 마진이 너무 커 수익성 악화 초콜릿 취급 업체가 해마다 바뀌는 현상이 여전했다. 수입 4사 중 이탈리아 '페레로 로셰' 제품을 취급하는 곳이 에드워드켈러로 바뀌었고 이탈리아 '페르니고티' 제품을 취급하는 H&K가 새로 생겨났다.

초콜릿 업체로는 드물게 독점 수입 판매원 계약을 체결한 H&K(대표 허 정)가 선보인 제품은 1893년 이탈리아 왕실의 진상품으로 채택돼 품질을 인정받은 '페르니코티(Pernigoti)' 초콜릿으로 '1860', '루나스텔라', '지존디오피' 등 10가지를 판



매하고 있다. 이들 중 주력 제품은 1만 8,000원의 페르니고티사 최고급 제품인 '1860'. 이 업체는 백화점, 호텔, 프랜차이즈 업체, 대형 자영제과점 등에 판매하고 있다.

하모니트레이딩(대표 최병순)은 세계적 명성의 스위스 '린트(Lindt)'사의 초콜릿바(Bar) 3종, 초콜릿틴스(Thins) 2종, 초콜릿잼(Jams) 2종, 선물용 초콜릿 7종, 벌크용 초콜릿 2종 등 16가지를 판매하고 있다. 1만 3,000원의 '스위스 딜럭스'와 1만 8,000원의 '스위스 밀크'가 주력 제품이며, 백화점, 호텔, 프랜차이즈 업체, 1일 100만원 매출 이상의 자영 제과점을 위주로 시장 확산을 꾀하고 있다.

천하코퍼레이션(대표 이재백)은 벨기에 '길리안(GUYLIAN)' 제품을 판매하고 있다. 취급 품목은 해마와 조개 모양의 '시셸(SEA SHELL)' 4종, 다양한 맛과 모양의 '라페리나(LAPERLINA)' 1종, 하트 모양의 '아이 러브 유(I LOVE YOY)' 1종이다. 이밖에 에드워드켈러가 이탈리아의 '페레로 로셰(FERERO ROCHER)' 제품을 판매하고 있다.

국산 업체로는 로알제과(대표 나기준)가 장미꽃 모양의 '로세스 II', 다섯색 하트 모양의 '하트 스토리', 하트 모양의 제품이 투명한 케이스에 담겨있는 '투명한 사랑', 담배 모양의 '달란트', 와인 필링물이 들어간 '러브 붕붕'을 주력 제품으로 판매하고 있다. 또 코롬방제과(대표 민병덕)는 세트 상품인 '마

에스트라니'와 '페이스트플레이트', '칼라 오크', '러브 화이어', '엘리나이트', '스윗팟' 등 11가지 제품을 주력으로 판매 중이다. 이밖에 청우식품(대표 박운구)은 '모짜르트'란 수입품과 자체 생산한 초콜릿을 판매하고 있다.

팬시점 대응 위해 고가품 필요성 제기

수입 업체와 국내 업체는 서로 다른 판매 전략을 펼칠 것으로 예상되고 있다. 수입 업체들이 세트 상품을 전략 제품으로 선정해 백화점, 호텔, 프랜차이즈 업체, 대형 베이커리 등을 대상으로 1만원대 이상의 고가 판매 전략을 전개하는 데 비해 국내 업체들은 5,000원 내외의 상품이나 벌크 제품을 전략 상품으로 해 중소 자영 제과점 및 팬시점을 집중 공략할 것으로 알려지고 있다.

한편 올 발렌타인데이에도 '아트박스', '이슈', 'C&A', '바른손' 등 대표적인 팬시점 업체들의 초콜릿 시장 잠식은 더욱 거셀 것으로 예상되고 있다. 현재 롯데, 현대 등 양산 건과 업체의 생신품을 제외한 초콜릿 시장은 연간 약 300억원 정도로 추정되는데 팬시점 업체들의 발렌타인데이 매출이 베이커리를 비롯해 백화점, 할인점 등을 추월했으며 앞으로 차이가 더 벌어질 것이라는 평가이다.

초콜릿 수입 업체의 한 관계자는 "팬시점들은 벌크 제품을 많이 취급해 초콜릿의 질이 뛰어난 것은 아니지만 월등히 앞선 포장과 디자인을 무기로 초콜릿, 바구니, 꽃, 포장지로 세트 상품을 구성해 1~2만원대의 고부가가치를 창출하고 있다"며 "이들 팬시점은 대형 매장을 갖추고 뛰어난 포장 기술을 바탕으로 한 점포당 제과점의 30~40배에 달하는 매출을 올릴 정도로 급성장하고 있다"고 전했다.

이처럼 팬시점과 고급 세트 제품으로 무장한 프랜차이즈 업체들이 시장을 잠식해 오고 있는 상황에서 대다수의 자영 제과점이 중·저가의 제품과 벌크 제품 위주의 판매 전략을 고수할 경우 시장에서의 입지가 더욱 약화될 것으로 전망됨에 따라 새로운 판매 전략을 전개해야 할 것이라는 지적이 제기되고 있다.

업체 관계자들에 따르면 1년 내내 포장과 디자인, 세트 상품 구성이 주업무인 팬시점에 맞서 자영 제과점이 벌크 제품 판매나 이를 이용한 세트 상품 구성으로 경쟁을 벌이는 것은 승산이 없다는 것. 따라서 가장 강력한 경쟁자인 팬시점이 취약한 부분인 고가 세트 제품으로 판매 돌파구를 찾고 고급 초콜릿을 취급한다는 이미지를 고객에게 심어주지 않는 한 제과점의 특수절은 크리스마스밖에 남지 않을 것이라는 지적이다. [2] <박종선>

초콜릿 원제품 판매 업체 현황

업체명	생산 업체명	문의	취급 품목 및 가격
H&K	이태리 페르니고티사	406-9041	페르니고티 1860(1만 8,000원), 지온디오따 크리스탈(1만 2,000원), 지온디오따 포쉐터(9,900원), 지온디오따 실린더(2만원), 루나스텔라 스타(1만 4,000원), 루나스텔라 문(2만원), 루나스텔라 크리스탈(1만 5,000원), 지온디오따 T-3(1,000원), 지온디오따 T-9(3,500원), 지온디오따 보트(1만 2,000원)
하모니 트레이딩	스위스 린트사	554-9101	밀크바(2,700원), 모카바(2,700), 화이트바(2,700원), 다크센스(9,000원), 오렌지밀크센스(9,000원), 아몬드잼/피스타치오잼 9PCS(4,000원), 아몬드잼/피스타치오잼 18PCS(9,000원), 마카다미아(1만원), 스위스믹스 200g짜리(1만 8,000원), 스위스믹스 400g(3만 3,000원), 스위스딜럭스(1만 3,000원), 어소티스 나폴리탄즈(1만 5,000원), 나폴리탄즈어소티스 캔(1만 6,000원)
천하코퍼레이션	벨기에 길리안사	826-790	SEA SHELL 65g 48개(3,000원), 125g 24개(5,500원), 250g 12개(1만원), 500g 6개(1만 9,000원), LAPERLINA(1만원), I LOVE YOU(3,000원)
로얄제과	로얄제과	547-4314	로세스 II(3,800원), 하트 스토리(1,000원), 투명한 사랑(3,500원), 달란트(2,500원), 러브 봉봉(3,000원)
코롬방제과	코롬방제과	0343-458-6374	마에스트라니(1만 2,000원), 페이스플레이트(7,000원), 칼라오크 大(6,000원), 러브화이어 大(4,500원), 러브레터 大(4,500원), 스위트팟(5,000원), 엘리 나이트(4,500원), 팬시하트(800원), 페어도그(600원), 로즈하트(1,500원), 엔젤하트(500원), 리바즈(500원)