

삼양식품 언택트 시대에 따라 온라인 시장 공략 간식팩·리빙브랜드 출시

삼양식품은 언택트 시대로 성장하는 온라인 플랫폼을 강화하기 위해 자사몰인 삼양맛샵에서 간식팩, 리빙브랜드를 선보인다고 밝혔다.

온라인 한정으로 선보이는 '삼양수퍼 간식팩'은 슈퍼마켓을 컨셉으로 컵불닭볶음면, 컵삼양라면, 짱구, 사또밥 등 삼양식품의 대표적인 라면과 스낵을 다양하게 구성한 기획 상품이다. 총 12종의 제품으로 구성된 간식팩은 진열된 형태로 배송되어 집이나 회사에 비치해두고 간편하게 즐길 수 있다. 삼양식품 온라인몰인 삼양맛샵과 11번가에서만 판매되며 가격은 2만1천900원이다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 집에 머무는 시간이 길어지면서 간식 소비가 늘어난 만큼 스낵과 라면을 다양하게 즐길 수 있는 이 제품이 인기를 끌 것으로 기대된다.

삼양맛샵은 온라인브랜드 페퍼밀의 출시 1주년을 맞아 리빙브랜드 'Hi, pepper's Kitchen'(하이페퍼스키친)을 런칭하고, 1인 식기 세트를 출시했다.

가볍고 쉽게 깨지지 않는 멜라민 소재의 디저트볼과 접시에 페퍼 캐릭터 디자인을 적용해 귀여움을 더했다. 삼양맛샵과 10x10(텐바이텐) 온라인몰에서만 구매가 가능하고 가격은 1만3천900원이다.

삼양맛샵은 추후 다양한 생활 리빙 굿즈를 시리즈로 출시하며 브랜드를 강화해나갈 계획이다. 삼양식품 관계자는 "앞으로도 삼양맛샵을 통해 다양한 온라인 전용 제품을 선보여 적극적인 마케팅 활동을 펼칠 예정"이라고 말했다. ▼



1



2



1 삼양수퍼 간식팩 이미지
2 하이페퍼스키친