

고물가에 ‘가성비 디저트’ 컵빙수 잇달아 출시 | 동아일보

 donga.com/news/Economy/article/all/20260514/133926377/2

메가커피, 2주새 105만잔 팔려 대형업체-베이커리도 경쟁 가세

여름 성수기를 앞두고 가성비 디저트로 인기를 끌었던 ‘1인용 컵빙수’(사진)의 인기가 올해도 주목받고 있다. 혼자 빙수를 즐기는 ‘혼빙족’ 확산과 고물가 장기화 기조가 맞물리면서다. 유통업계도 컵빙수 제품군을 늘리며 여름 디저트 시장 선점 경쟁에 나서고 있다. 메가MGC커피는 지난달 30일 4400원 균일가로 판매를 시작한 컵빙수 3종의 누적 판매량이 2주 만에 105만 잔을 넘어섰다고 14일 밝혔다. 시간당 3000잔 이상 팔린 셈. 이 중 지난해 여름철 4개월간 누적 900만 잔 이상 판매된 컵빙수 시리즈 가운데 ‘팥빙 젤라또 파르페’는 재출시 후 약 50만 잔이 팔렸다.

저가 커피 브랜드를 중심으로 관련 신제품 출시가 이어지는 가운데, 대형 프랜차이즈와 베이커리까지 경쟁에 가세하고 있다. 뽕다방은 지난달 17일 ‘통단팥컵빙’을 선보였고, 컴포즈커피도 이달 12일 과일 컵빙수 2종을 출시했다. 이디야커피는 지난달 30일부터 팥·망고·카다이프를 활용한 컵빙수 3종의 판매를 시작했으며, 할리스도 토마토·애사비·팥 등을 넣은 컵빙수 3종을 이달 13일 내놨다.

스타벅스 코리아는 지난달 23일 ‘레드빈 빙수 블렌디드’와 ‘애플망고 빙수 블렌디드’ 등 컵빙수 2종을 선보였다. 파리바게뜨와 뚜레쥬르 등 베이커리 업계도 지난해에 이어 올해 인절미나 팥을 활용한 컵빙수 제품 판매에 나섰다. 이들 제품 가격은 4000원대에서 1만 원 안팎이다.

한편 가성비 컵빙수 경쟁 속 호텔업계를 중심으로 10만 원 안팎의 프리미엄 빙수가 연이어 등장하며 여름 디저트 시장의 소비 양극화도 뚜렷해지고 있다. 지난해 9만 원에 판매된 시그니엘 부산의 애플망고 빙수 매출은 전년 동기 대비 약 20% 늘기도 했다.

© dongA.com All rights reserved. 무단 전재, 재배포 및 AI학습 이용 금지

-
-
-

-
-
-