

# '배스킨라빈스'와 손잡고 팝업스토어 연 '김씨네 과일가게', 이색적인 컬래버레이션으로 재미있는 브랜드 경험 제공

#김씨네\_과일가게 #배스킨라빈스 #팝업스토어 #컨셉스토어 #컬래버레이션 #MZ세대

2022년 8월, '김씨네 과일가게'가 '배스킨라빈스'와 손잡고 팝업스토어 '김씨네 아이스크림31'를 선보임  
'CJ 온스타일' 등 다양한 브랜드와의 컬래버레이션 시도... 소비자에게 재미 있고 독특한 브랜드 경험을 제공

지난 8월 15일, '김씨네 아이스크림31'이 배스킨라빈스 삼청마당점에 문을 열었다. 이는 배스킨라빈스가 8월 이달의 맛 '아이스 초당옥수수' 출시를 기념해 스트리트 패션 브랜드 '김씨네 과일가게'와 협업한 팝업스토어 행사이다. '김씨네 아이스크림31'은 시골 5일장을 테마로 8월 5일, 15일 총 두 차례 개장했다. 기존 과일 티셔츠 판매 방식을 적용해 아이스크림 프린팅 티셔츠를 하프갤런 컵에 담아 진열했고, 자체 제작한 비닐봉지에 넣어 주어 재미를 선사했다. 방문객 선착순 330명에게는 두 브랜드가 공동 제작한 부채를, 대기 고객 전체 대상으로 아메리카노 할인 쿠폰을 증정했다. 이 외에도 티셔츠 구매 인증 SNS 이벤트를 여는 등 다양한 프로모션을 펼쳐 고객의 적극적인 참여를 유도했다. 이종 브랜드의 만남이 소비자에게 재미있고 이색적인 브랜드 경험을 제공했을 것으로 분석된다.

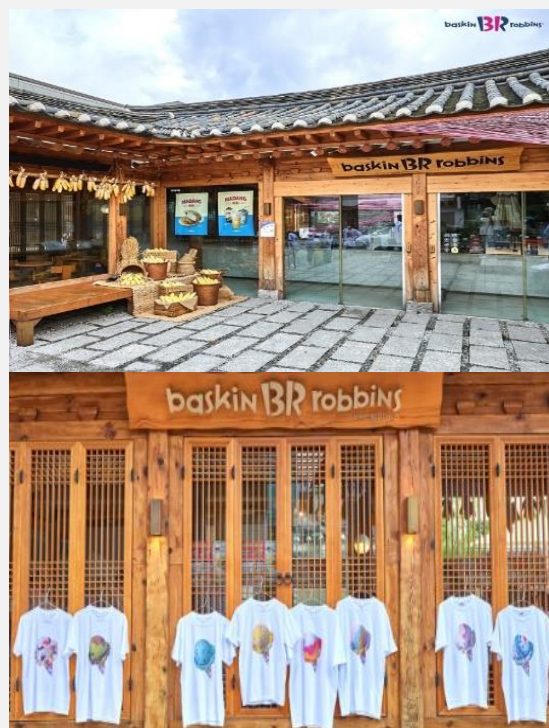
'김씨네 과일가게'의 독특한 콘셉트와 흥미를 자극하는 요소(한정 판매, 게릴라성 판매 장소 공지) 때문일까. '김씨네 과일가게'는 MZ세대 사이에서 오픈런을 방불케 하는 일명 '핫템' 브랜드로 자리매김했다. 지난 7월에는 CJ 온스타일 라이브쇼에 진출해 방송 15분 만에 티셔츠 4,000장을 매진시켜 화제를 모았다. 당시 구매 고객 10명 중 7명(72%)이 1020세대, 30대가 23%로 전해져 MZ세대를 홈쇼핑의 모바일 라이브 커머스에 유입시킨 성공적인 사례로 일컬어진다. 올해 8월에는 월드비전과 협업한 팝업스토어 행사에 시그니처 과일 티셔츠를 기부해 선한 영향력을 펼치기도 했다. 소비자에게 독특하고 재미있는 경험을 제공하는 데 진심인 '김씨네 과일가게'가 또 어떤 브랜드와의 컬래버레이션으로 고객에게 새로운 브랜드 경험을 선사할지 기대를 모은다.

## '배스킨'과 팝업스토어 연 '김씨네 과일가게', 이색 컬래버레이션으로 재미있는 브랜드 경험 제공

전통과 현대가 어우러진 배스킨라빈스 컨셉스토어에, 김씨네 과일가게의 '힙함'을 더해 재미있고 트렌디한 브랜드 경험을 제공함



▲배스킨라빈스와 협업한 '배라 5일장' 사례



▲팝업스토어 매장



▲하프갤런 컵에 진열된 아이스크림 플레이버 티셔츠

Source: (좌) 배스킨라빈스 공식 트위터, (중) 이데일리, 배스킨라빈스 공식 블로그 (우) 배스킨라빈스 공식 블로그