신선식품이 대세다… 온·오프라인의 '프레쉬한 전쟁'

홈플러스 '신선 품질 혁신제도' 선봬

1회 10만원·월 10회 교환·환불 가능

홈플러스가 신선식품을 교환·환불해주는 시스템을 도입한다. /홈플러스

유통업계가 본격적인 '신선식품' 대전쟁에 나선다. 최근 온라인시장에서 돋보였던 신선식품 사업이 기존 주요 판매원이었던 오프라인시장에서도 '승부수 사업' 콘텐츠로 떠오른 것이다.

◆신선식품도 AS

홈플러스는 모든 신선식품의 100% 품질만족을 책임지는 '신선 품질 혁신 제도'를 선보이며 고객이 만족할 때 까지 교환·환불해주는 시스템을 도입한다고 4일 밝혔다.

신선식품이 세심하게 유통해야 하는 카테고리임에도 불구하고 월 100만원까지 교환·환불을 가능하게 해주는 고객 서비스를 실시, 규모있는 실험에 나섰다.

이번 서비스는 홈플러스가 유통하는 3000여개의 신선식품 전 품목이 해당된다. 이를 위해 홈플러스는 각 점포에 신선식품 구매고객 전용 창구인 '신선 AS 센터'도 세웠다.

품질 보장 범위는 전통적인 1차 농·수·축산물은 물론 우유·계란·치즈·요구르트 등 낙농 및 유가공품, 김치·젓갈 등 반찬, 어묵·햄 등 수·축산 가공품, 치킨·튀김 등 즉석조리식품, 몽블랑제 베이커리 등이다.

고객은 구매 후 7일 이내 영수증과 결제카드, 상품 실물을 지참해 점포를 방문하면 1회당 10만원, 월 10회까지 교환·환불을 받을 수 있다.

맛, 색, 당도, 식감 등 어떤 부분이라도 품질에 만족 못하면 월 최대 100만원, 연간 1200만원까지 돌려주는 셈이다.

기존에도 업계에서는 일부 품목의 신선식품 교환·환불제도는 존재했다. 하지만 비용 부담이 만만치 않은 데다 신선식품 품질에 대한 기준 자체도 품목마다 상이, 원활하게 운영되지 못했다.

홈플러스가 이같은 규모있는 실험에 나선 이유는 지속 성장하고 있는 온라인업계에 신선식품 경쟁력을 뺏기지 않겠다는 집념 때문이다.

홈플러스 자체 조사에 따르면 전체 소비자의 절반 이상인 53.6%는 신선식품을 대형마트에서 구매한다. 대형마트 온라인몰까지 포함하면 62.5%다. 또 83.5%의 소비자는 적어도 일주일에 한 번 이상 신선식품을 구매한다. 그만큼 신선식품은 대형마트에 중요한 카테고리로 꼽힌다.

온라인시장에서 신선식품을 구매하는 소비자들이 늘고있지만 신선식품이 예민한 식품인 만큼 직접 상품 품질을 확인할 수 없고 맛이나 선도가 크게 떨어지는 경우가 많은 것이 사실이다.

◆온라인 신선식품 '이미 대세'

그럼에도 불구하고 최근 소셜커머스, 홈쇼핑 등에서는 신선식품 사업에 유난히 공을 들이고 있다.

티몬이 2017년 1월에 시작한 신선식품 판매 전문관 '슈퍼마트'는 지난해 월 평균 매출성장률이 31.5%에 이른다. 구매고객 수도 꾸준히 증가하며 지난 1월 기준으로 신선식품 구매자가 12만명을 넘어섰다.

판매하고 있는 상품수는 서비스 초기 600여종에서 올해 1600종까지 약 3배가 늘었다.

위메프에서도 신선식품 직배송 서비스 '신선생' 사업을 실시한지 1년만에 판매수량이 10배나 늘어났다.

K쇼핑은 지난해 3월 말 'K쇼핑 파머스'를 론칭, 중간 유통단계 없이 산지에서 생산된 신선식품을 그대로 무료배송해주는 서비스를 구축했다.

그 결과 지난해 연 내 목표 대비 158% 증가한 실적을 올렸다. 향후에는 유기농 상품 확대, 특정상품 사전예약제 도입 등 온라인시장만의 차별화된 장점으로 서비스를 고도화시킬 계획이다.

/김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.kr

이마트 '소방 안전' 강화 위해 65억 투자

화재감지기·스프링클러 등 확충

내년 상반기에 공사 마무리 계획

이마트가 소방 안전 강화를 위해 65억을 투자한다. /이마트

이마트는 고객과 직원 안전 강화를 위해 소방시설 확충에 총 65억원을 투자한다고 4일 밝혔다.

전국 점포, 물류센터 등 각 사업장에 자체적으로 화재감지기와 스프링클러 등 소방시설을 확충하는 것이 주요 골자다.

이마트는 실태 파악을 위해 지난해 12월부터 올 2월까지 전국 모든 사업장에 대한 소방안전 관리 집중 순회 점검을 진행, 점포 안전관리자 등과 각 사업장별 비상구 안내, 소화장비 작동 여부, 소방안전 관리 체계, 소방 대응 체계, 소방설비 도면 등을 면밀히 살펴봤다.

그 결과 설치 면제 대상이었던 가양점, 구로점 등 22개 사업장에 화재감지기, 스프링쿨러 등을 신규로 설치하고, 163개 사업장에는 추가 설치키로 했다.

이번 조치들은 현 소방법에 의거, 이미 화재감지기와 스프링클러 설치가 법적 기준을 충족시키고 있는 점포들까지도 대거 개선안에 포함시키면서 더욱 안전에 만전을 기했다. 이마트는 이번 소방 안전 강화를 위해 총 65억원을 투자해 내년 상반기까지 공사를 마무리한다는 계획이다.

이에 따라 이마트는 올 상반기부터 2019년 상반기까지 기존 설비 유지보수와 함께신규 소방설비 설치공사를 벌일 예정이다.

또 이마트는 이번 점검을 통해 화재 대응 매뉴얼과 소방안전 관리 체계를 정비하는 것은 물론 전열 기구 등 전기 시설물 관리 등과 관련해 안전 기준도 강화했다.

도규완 이마트 안전관리팀장은 "이번 조치는 이마트를 찾는 고객과 임직원들의 안전을 확보하기 위한 선제적 조치"라며 "법적 기준보다 이미 충족하고 있는 시설까지도 개선해 안전도를 더욱 높일 것"이라고 말했다.

/김유진 기자 ujin6326@

"고당도 성주 참외 맛보세요" 롯데마트가 오는 7일까지 전국점포에서 과즙이 풍부하며 과육이 단단하고 당도가 높은 성주 참외를 판매한다. 4일 오전 롯데마트 서울역점에서 도우미들이 성주참외를 선보이고 있다. /연합뉴스

화이트데이 선물 구매 분석해보니

20대 '향수'·30대 '사탕'·40대 '의류'

G마켓, 남성고객 구매데이터 분석

연령대별로 구입한 화이트데이 선물이 다른 것으로 나타났다.

G마켓은 최근 3년 간 화이트데이 직전 2주(3월1일부터 14일까지) 동안 남성 고객이 구매한 관련 상품군을 연령별로 비교 분석한 결과 20대는 '향수·화장품'을, 30대는 '사탕'을, 40대 이상은 '의류·패션잡화'를 각각 가장 많이 구입했다고 4일 밝혔다.

해당 빅데이터는 사탕, 꽃·이벤트용품, 의류·패션잡화, 쥬얼리, 화장품 등 화이트데이를 대표하는 선물군 총 5종을 대상으로 최근 3년(2015년~2017년) 동안의 남성 고객 평균 구매량을 집계됐다.

화이트데이를 앞두고 20대 남성이 가장 많이 구입한 품목은 '향수·화장품'으로 5대 선물군 중 34%의 판매 비중을 차지했다. 상대적으로 너무 부담이 되지 않는 가격에 로맨틱한 기분을 낼 수 있는 뷰티 아이템을 선호하는 것으로 보인다.

30대 남성의 경우, 화이트데이 본연의 의미에 가장 충실했다. 5대 인기 선물 중 사탕 비중이 32%로 가장 높았고 의류·패션잡화와 향수·화장품이 각각 26%, 꽃·이벤트용품은 10%, 쥬얼리는 6%로 뒤를 이었다. 사회생활과 육아 등으로 한창 바쁜 시기이다 보니 사탕으로 마음을 표현하고, 직장 동료 등에게도 가볍게 사탕을 선물 하는 사람이 많은 것으로 해석된다.

상대적으로 시간적, 경제적 여유가 있는 40대 이상 남성의 경우 2030세대보다 객단가가 높은 선물을 선호하는 것으로 나타났다. 실제 의류·패션잡화 구매 비중이 32%로 가장 높게 나타났고 사탕(28%), 향수·화장품(25%), 꽃·이벤트용품과 쥬얼리가 각각 8%와 6% 순으로 뒤를 이었다.

50대 이상 남성 역시 의류·패션잡화가 40%로 가장 높았고 향수·화장품(25%), 사탕(20%), 꽃·이벤트용품과 쥬얼리는 각각 8%와 6%로 뒤를 이었다. 실용성을 중요시 여기는 40대 이상의 경우 비용이 조금 더 들더라도 평상시 활용할 수 있는 의류나 가방 등의 제품을 더 선호하는 것으로 풀이된다.

/김유진 기자

"백화점 정기휴무일, 온라인으로 쇼핑하자"

롯데백화점 '사이버먼데이' 행사

롯데백화점은 백화점 정기 휴무일(3월5일)에 인터넷 쇼핑몰 엘롯데에서 다양한 상품을 할인 판매하는 '사이버먼데이' 행사를 진행한다고 4일 밝혔다.

이번 행사는 300여개 브랜드가 참여해 총 50억원의 물량을 선보인다. 남성·여성 패션, 잡화, 식품, 리빙 등 전 상품군이 참여해 인기 상품을 최대 70% 할인 판매한다.

엘롯데에서는 할인 쿠폰 증정 및 프로모션도 진행한다. 5일 오전 00시부터 23시 59분까지 엘롯데에서 상품을 구매하는 고객은 해당 인터넷 쇼핑몰에서 최대 20% 할인 가능한 쿠폰을 다운받아 사용할 수 있다.

또 롯데카드로 7만원 이상 구매하는 고객에게도 10% 청구 할인 혜택을 제공한다. 엘롯데에서는 '립스틱 페스티벌' 행사를 열고 5·10만원 이상 구매 고객에게 5% 상당의 '엘포인트'를 증정한다.

한편 엘롯데에서는 5일부터 11일까지 '썸心동체'라는 테마를 가지고 커플 포함 젊은 남·녀 고객을 위한 행사도 펼친다. 이번 행사는 총 50여개 브랜드가 참여하며 스포츠·식품·해외·여성패션·가전 등의 상품군으로 나누어 할인 행사를 선보인다.

/김유진 기자