

추석선물 사전예약 40% 할인... 얼리버드족 “이미 한가위”

추석 앞두고 사전예약 판매 잇따라
수요 ‘꾸준’... 예년보다 일찍 돌입

9월 추석을 앞두고 주요 대형마트들이 추석 선물세트 사전예약 판매에 나선다. 이마트, 홈플러스, 롯데마트 등은 최근 선물세트에 대한 사전예약 수요가 늘고 있는 점을 감안해 예년보다 일찍 사전예약 판매에 돌입하게 됐다고 31일 밝혔다. 업계 관계자는 “프로모션이 있는 사전예약을 통해 실속있게 구매하고자 하는 소비자가 늘어남에 따라 사전예약 기간과 상품 수를 대폭 늘렸다”고 설명했다. 추석 선물세트 사전예약 기간에 선물세트를 구입할 경우 최대 40% 저렴한 가격에 구입할 수 있어 사전예약 매출은 해마다 증가하고 있다.

실제로 이마트에 따르면, 지난해 추석에는 2016년 추석 대비 2.4%포인트 높은 21%를 차지했으며, 올해 설 역시 지난해 추석보다는 2%포인트 높은 23%의 매출 비중을 차지하는 등 사전예약 매출은 점점 상승세로, 올 추석 역시 사전예약 매출이 늘어날 것으로 기대된다. 롯데마트 역시 지난해 추석 선물세트 사전예약 기간 매출은 전체 선물세트 매출 구성비의 35%를 차지했다. 이는 2016년 추석



모델들이 명절 선물세트를 소개하는 모습. /롯데쇼핑

선물세트 사전예약 매출 구성비(20%) 대비 15%포인트 가량 신장한 수치다. 이에 이마트는 8월 2일부터 9월 12일까지 전국 점포와 이마트몰을 통해 추석 선물세트 사전예약 판매를 진행한다. 역대 사전예약 중 가장 긴 기간인 42일간 진행되며, 상품 수 역시 작년 추석과 비교해 100여 개 늘어난 290종의 선물세트를 준비했다. 2013년 추석 이마트의 사전예약행사

기간은 17일, 품목은 113종이었지만 5년 만에 기간과 품목이 약 2.5배 늘어난 것. 이마트는 이번 추석 사전예약을 행사를 위해 선물세트 구매 시 최대 40% 할인, 구매 금액대별 상품권 증정 등 다양한 프로모션도 준비했다. 주요 프로모션은 대량구매 고객에 대한 혜택을 강화한 것이다. 기존 1000만원 이상 구매 시 10%상당의 상품권을 증정하던 것을 올리는 최대 15%의 금액을 증

정하는 것으로 확대했다. 또 선물세트를 일찍 구매할수록 상품권 지급 비율이 높은 ‘얼리버드 프로그램’을 통해 2일부터 22일까지 100만원 이상을 구매하는 고객에게는 더 높은 금액의 상품권을 제공한다. 롯데마트는 하루 앞선 1일부터 9월 12일까지 43일간 추석 선물세트 사전예약 판매를 진행한다. 특히 단독상품과 프로모션을 강화했다. 이번 사전예약을 위해 준비한 품목은 한우, 과일 등 신선식품 68종과 통조림, 식용유 등 가공식품 165종, 양말 등 생활용품 73종 등 총 306개 품목으로 사상 최대다. 사전예약 기간에만 만나볼 수 있는 단독 선물세트도 선보인다. 대표적으로 유럽산 고급 치즈 중 가장 인기 있는 7종을 엄선해 구성한 단독 선물세트인 ‘유러피안 치즈 선물세트’와 치즈와 버터, 올리브를 세트 구성해 간식이나 와인에 곁들이기 좋고 요리에도 활용 가능한 선물세트인 ‘치즈 & 도마 세트’ 등이다. ‘얼리버드 프로모션’ 혜택도 상당하다. 8월 1일부터 22일까지 선물세트를 구매한 고객에게 결제 금액에 따라 최대 150만원 롯데 상품권을 증정한다. 더불어, 사전예약 기간에 롯데, 비씨

등 10대 카드(롯데/비씨/신한/KB국민/현대/NH농협/하나/우리/광주은행/전북은행)로 결제하는 모든 고객에게 최대 40%의 할인 혜택을 제공한다. 홈플러스는 이마트와 같은 기간인 8월 2일부터 9월 12일까지 사전예약을 실시한다. 이 기간 동안 사전예약 고객이 12대 카드(마이홈플러스신한카드/신한/KB국민/삼성/현대/BC/하나/롯데/NH농협/우리카드/전북JB카드/광주KJ카드)로 결제할 경우 최대 30% 할인 혜택을 제공한다. 아울러 최종 결제금액에 따라 최대 100만원 상품권 또는 즉시할인 중 고객이 선택할 혜택을 제공받을 수 있다. 주류 등 일부 선물세트는 제외된다. 오직 홈플러스에서만 선보이는 단독 선물세트로는 ‘해발 500m 백두대간 사과 세트’ ‘전통양념 소불고기 냉동세트’ ‘정관장 홍삼원’ 등이 있다. 3만원 이상~5만원 이하 실속세트는 ‘CJ 특별한 선택 N2호’ ‘대상 청정원 H8호 견과품은 흑화고 혼합세트’ ‘전복세트’가 준비되어 있으며, 10만원 이하 가성비세트는 ‘미국산 L A식 꿀갈비 냉동세트’ ‘명품명선 사과·배 혼합세트’ ‘농협 안심한우 제주용 정육 냉동세트’ ‘이력추적 참굴비세트 4호’ 등이 있다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

‘햇반’ 올해 누적매출 2000억 돌파

CJ제일제당

전년동기비 매출 25% 이상 성장
출시 후 총 1조5000억 매출 예상



CJ제일제당은 올해(7월 누계) ‘햇반’ 누적매출이 2000억원을 돌파했다고 31일 밝혔다. 지난해 같은 기간 매출 대비 25% 이상 성장했으며, 이 같은 추세라면 올해 ‘햇반’ 연매출은 4000억을 넘어설 것으로 예상된다. 연말에는 출시 이후 총 누적매출 1조5000억원을 달성할 것으로 기대된다. 이는 ‘밥을 사먹는다’는 개념조차 없던 20년 전 선제적 투자와 기술혁신으로 미래 먹거리 창출과 성장에 집중했던 것이 성공요인이 됐다는 평가다. 올해 누적 판매량은 2억개를 훌쩍 뛰어넘는 것으로 나타났다. 대한민국 국민 1인당 ‘햇반’을 4개 이상 먹은 셈이다. ‘햇반=집밥’이라는 인식이 지속적으로 확대되고 있어 상승세는 한층 더

탄력을 받을 전망이다. ‘햇반’은 지난 2011년 처음으로 연간 판매량 1억개를 돌파한 데 이어, 2015년에는 2억개를 돌파하는 성과를 거뒀다. 이후 지난해 연간 판매량은 3억개를 넘어섬에 2년 만에 1억개 이상 늘어났다. 매출성과에 힘입어 상은 즉석밥 시장 내 ‘1위’ 지위도 확고히 했다. 올해는 시장점유율 70%대까지 올라서며 경쟁사와의 격차를 한층 더 벌렸다. CJ제일제당은 올해(5월 누계) 상품밥 시장에서 지난해 대비 6.7%p 상승한 76.1%의 점유율을 차지했다. CJ제일제당은 지속적으로 연구개발(R&D)에

투자하고, 차별화된 신제품을 출시하는 등 마케팅활동을 강화해 ‘햇반’ 소비 확대에 집중한다는 계획이다. ‘햇반’의 성과와 성공은 압도적 R&D 역량과 혁신기술 확보가 기반이 됐다. 대표적으로 ‘당일 도정’을 꼽을 수 있다. 쌀은 도정을 하는 순간부터 수분 함량이 떨어지며 밥맛이 떨어지는 데, ‘햇반’은 2010년부터 자체 도정 설비를 도입해 생산 당일 도정한 쌀로 밥을 짓고 있다. 자체 도정설비를 통해 맛 품질 뿐 아니라 쌀의 종류별 맞춤 도정도 가능해졌다. 쌀의 특성에 맞춰 최적의 도정 조건을 적용할 수 있게 된 것이다. 무균화 포장 기술로도 차별화시켰다. 무균화 포장이란 반도체 공정 수준의 클린룸에서 살균한 포장재를 이용해 밥을 포장하는 기술이다. 무균화포장을 거친 완제품은 균이 전혀 없기 때문에 보존료를 전혀 첨가하지 않고도 장기간 상온에서 보관할 수 있고 ‘갓 지은 최고의 밥맛’을 낼 수 있는 장점을 갖췄다.

/박인용 기자 parkiu7854@

롯데푸드 파스퇴르 ‘아이생각 물’ 오픈

배달 이유식 전용물... 54종 운영

롯데푸드 파스퇴르가 베이비푸드 온라인몰인 ‘아이생각 물’을 오픈했다고 31일 밝혔다. 배달 이유식 온라인 전용몰인 아이생각 물은 아이생각 브랜드 소개, 배달 이유식 및 유아용 간식 주문하기, 무료체험 신청, 견학신청, 이벤트 게시판 등으로 구성됐다. 아이생각 물은 아기 개월 수와 치아 발육 상태, 몸무게 등에 따라 주문화면이 구성돼, 사용자가 직관적으로 이해하고 주문할 수 있다. 또 추천식단을 제공해 배송일지만 정하면 초보 부모들도 편리하게 추천 식단을 구성할 수 있고, 선택식단을 통해 개성 있는 나만의 식단 구성도 가능하다. 파스퇴르 아이생각의 제품라인은 크게 온라인 전용몰을 통해 주문하는 배달 이유식, 일반 유통점을 통해 판매되는 리테일 이유식, 음료, 간식으로 구성된다.



배달 이유식은 전체 54종을 운영한다. 단계별로 ▲초기 180g 한우청경채 미음 등 6종 ▲중기 180g 두부감자시금치 볶은 죽 등 12종 ▲후기 180g 한우사과너타리 버섯죽 등 18종 ▲완료기 180g 흑미영양진밥 등 18종 등이다. 리테일 이유식은 일반 매장에서 구매할 수 있고, 실은 보관으로 장기 보관도 가능하다. 휴대성도 좋아 외출 시 간편히 먹일 수 있다. 메뉴는 ▲중기 180g 닭가슴살고구마비타민채 볶은죽 등 2종 ▲후기 180g 한우당근애호박죽 등 2종 ▲완료기 180g 한우감자당근 진밥 등 2종 등 전체 6종이다. /박인용 기자

롯데百 지역 특산물 판로개척 앞장

백화점 최초 ‘향토특산물관’ 선포

롯데백화점은 8월 3일부터 9일까지 잠실점에서 전국 각 지역의 롯데아울렛에 입점해 있는 ‘향토특산물관’ 5개 점포의 우수 상품전을 백화점에서 최초로 선보일 예정이라고 31일 밝혔다. 향토특산물관은 생산자 판로확보 지원을 위해 운영중인 로컬푸드 전문매장으로, 롯데백화점의 지역 상생협력 모델로 정부 중앙부처 또는 관할 지자체와 협업체 지역의 우수 농·특산물을 발굴, 판매해 지역 특산물 소비를 촉진하는 지역 상생관이다. 현재 파주, 이천, 부여, 동부산, 김해 아울렛 5개 점포에서 4000여 품목을 운영 중이다.

이번 행사에서는 지역 특산품을 최대 40% 할인하고 사은품 행사도 진행한다. 참가업체로는 농림축산식품부의 지원사업인 경남·충남 6차산업과 이천시가 운영 중인 임금님표 브랜드, 파주시가 지원하는 김포파주인삼농협, 부산 기장군의 대표 특산물인 미역과 다시마를 전문 유통하는 동부산농협이 참가 예정이다. 대표 품목으로는 국내 유일의 연(蓮) 연구가 ‘왕군자’ 명인(대한명인 11-353호)이 직접 만든 연잎차가 판매될 예정이고, 기장군의 대표 특산물인 미역·다시마, 이천시 특산물인 쌀로 만든 아이스크림, 충남서산 ‘최영자’ 명인의 생강조청 등 총 30여명 생산자의 200여 상품을 판매할 예정이다. /신원선 기자

‘프리미엄 식재료에 열리는 지갑’... G9, 전년비 객단가 33% ↑

낙지·오징어 등 해산물 4배 올라

건강하고 행복한 삶을 실현하기 위해 프리미엄 식재료에 지갑을 여는 소비자가 늘고 있다. 이베이코리아가 운영하는 큐레이션 종합쇼핑몰 G9(지구)에서 올해 상반기(1월 1일~7월 29일) 판매된 신선식품의 1인당 평균 구매 객단가를 분석한 결과, 작년 동기 대비 무려 33% 신장한 것으로 나타났다. 이는 지난해 식품을 구입할 때 평균 10만원을 쓴 고객이 올해는 평균 13만 3000원을 지불했다는 의미이다.



신선식품 중 평균 구매 객단가가 가장 크게 증가한 품목은 ‘수산물’로 나타났다

다. 낙지와 오징어 등의 해산물 구매 객단가는 작년 대비 4배 이상(322%) 급증했고, 이외에 연어, 횡감생선 등의 생선류 객단가가 161%, 조개류가 144% 증가하는 등 성장세를 보였다. 배송 과정에서 변질의 우려가 있는 수산물의 경우 돈을 더 지불하더라도 믿을 수 있는 상품을 구매하려는 심리가 반영된 것으로 분석된다. 이외에도 돼지고기(146%), 한우(125%) 등 육류 구매 객단가 역시 2배 이상 증가했고, 나물류(94%), 버섯(63%), 쌀(47%), 수입과일(37%) 등도 모두 신장하는 추세를 보였다. /신원선 기자