

“잔인한 비수기 4월 극복”... 대형마트는 초저가 전쟁중

이마트 내달1일까지 ‘블랙이오’
홈플러스 ‘쇼핑하라2019’ 호응 ↑
롯데마트 ‘극한’ 콘셉트 특가 중점

이마트, 롯데마트, 홈플러스 등 대형마트 3사가 유통업계 최대 비수기인 4월을 초저가 할인행사로 극복할 방침이다. 현재 대형마트 모든 점포에서는 상반기 최대 규모 할인행사가 진행중이다.

먼저, 이마트는 다음달 5월 1일까지 ‘블랙이오’ 행사를 진행한다. ‘이마트에 오’면 대박이라는 의미의 블랙이오 행사는 지난해 11월 처음으로 기획한 것으로 고객들에게 큰 호응을 얻었다. 이마트 측은 소비자들이 안전에 기여하고 내수경기 활성화에 일조하기 위해 이번 4월 행사를 기획했다고 밝혔다.

실제로 이마트가 지난 2년간 월별 매출을 분석한 결과, 4월 매출이 연간 매출에서 차지하는 비중은 7.5% 내외로 11월과 더불어 최저 수준인 것으로 나타났다.

이에 바이어들이 최대 6개월 전부터 협력회사와 함께 상품, 물량을 사전 기획해 4월 한달간 총 1000여 품목, 1500억원 규모의 물량을 저렴하게 판매하게 됐다.

가장 신경쓴 부분은 신선식품 할인이다. 대표 상품으로는 제주 은갈치(대/해동)를 정가가 대비 40% 저렴한 마리당 2880원에 판매한다. 또한, 황성한우 20t



이마트 블랙이오.



/이마트 '쇼핑하라 2019' 매장 행사 모습.



/홈플러스 통큰 치킨 완판.

/롯데쇼핑

을 준비해 신세계포인트 회원을 대상으로 정가가 대비 20% 할인된 가격에 판매한다. 이외에도 가공식품, 생활용품, 의류, 가전제품 등 각종 상품을 저렴하게 선보여 생활물가를 낮추는 데에 앞장설 예정이다.

다양한 프로모션을 통해 고객들에게 돌아가는 실질적인 혜택도 높였다. 행사 기간 블랙이오 패키지를 적용한 행사상품을 KB국민카드로 결제하는 고객은 10% 추가 할인을 받을 수 있다.

홈플러스는 창립 22주년을 맞아 진행한 ‘쇼핑하라 2019’가 행사 시작 15일만에 천만명 고객을 돌파하는 등 반응이 좋아 4월 17일까지 할인행사를 이어간다.

먼저 주요 신선식품과 가공식품을 비롯해 가정용품, 잡화 등 핵심 상품 700여

종을 최대 50% 할인한다. 호주산과 미국산 꽃갈비(2.3kg)를 각각 6만3900원, 6만1900원에 선보인다. 일별 특가 상품도 마련했다. 28일 오후 3시부터 일품포크 삼겹살(100g)과 자반 고등어(1손/2마리)를 각각 990원에 판매한다. 28~29일에는 딸기(1kg)와 버드와이저(355ml*6입)를 각각 6990원에 내놓는다. 30~31일에는 오뚜기 스낵면(5입)과 에탄올 워셔액(1.8l)을 각각 1490원, 1000원에 판매한다. 이밖에 인기 먹거리 300여종 1000원 균일가전, 미세먼지 방어용품 기획전, 쇼핑몰 봄맞이 최대 50% 할인 등 다양한 행사를 실시한다.

롯데마트도 창립 21주년을 맞아 연중 최대 행사에 돌입, 다음달 17일까지 1600개 상품을 특가에 선보인다. 이번

행사는 각각 가격·품질·혜택에 중점을 둔 ‘극한가격’, ‘극한품질’, ‘극한혜택’ 콘셉트로 진행된다.

앞서 지난달 28일부터 3일까지 단 7일 동안 100% 국내산 냉장 닭을 사용한 ‘통큰 치킨’을 마리당 5000원에 선보였다. 푸짐하고 맛까지 겸비한 최고 가성비에 준비 물량 12만마리가 전점 완판됐다.

4일부터 10일까지는 ‘극한한우’를 선보인다. 1등급 한우를 부위별 최고 4000원대(100g)의 초저가에 만나볼 수 있는 롯데마트의 두 번째 생일선물이다.

‘극한한우’ 대표 상품으로는 ‘1등급 한우 등심’, ‘1등급 한우 정육’과 ‘한우 통우족’이다.

정가가 9200원에 판매되는 ‘1등급 한우 등심(100g)’을 롯데 멤버스 회원 할인

과 5대 카드사(신한, 롯데, KB국민, B C, NH농협)할인을 중복해서 받으면 4968원, 정가가 4400원에 판매되는 ‘1등급 한우 정육(100g)’은 3286원에 구매할 수 있으며, 정가가 1만9800원에 판매되는 ‘한우 통우족(냉동, 1kg 이상)’은 롯데 멤버스 회원이면 누구나 50% 할인 받은 가격인 9900원에 구매할 수 있다.

이밖에 롯데마트는 창립 21주년 행사 기간 동안 ‘극한혜택’ 테마로, 롯데마트 대표 PB브랜드인 ‘온리프라이스(Only Price)’의 행사상품 구매시 L.Point를 기존 적립율 대비 월등히 높은 2배 추가 적립해주며, ‘요리하다(Yorihada)’와 ‘스윗허그(Sweet Hug)’ 행사 상품 구매 시 카드사 할인을 추가로 받아 구매할 수 있다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

친환경 경영 확대... 참이슬 ‘저탄소 인증’ 유지



주류업계서 유일하게 인증 받아
연평균 탄소 감축량 여의도 1.3배

하이트진로가 친환경 경영을 확대하고 있다.

하이트진로는 환경부 산하 한국환경산업기술원에서 주관하는 탄소성적표지제 인증심사에서 주류업계 최초로 2013년 ‘저탄소제품 인증’을 획득 후 현재까지 유지하고 있다고 4일 밝혔다.

저탄소제품인증은 탄소배출량을 줄이는데 앞장서는 제품을 선정해 인증하는 제도이다. 제품 및 서비스의 생산, 수송·유통, 사용, 폐기 등 전 과정에서 발생하는 온실가스 발생량을 이산화탄소 배출량으로 환산하여 라벨 형태로 제품에 표시한다. 1단계 탄소발자국 인증, 2단계 저탄소제품 인증으로 구성되어 있다.

참이슬은 지난 2010년 1단계 탄소발자국 인증에 이어 2013년 2단계 저탄소제품 인증을 받았다. 1단계 인증을 받은



제품 중 기존 대비 4.24% 이상 탄소배출량을 감축시킨 제품만 2단계 저탄소제품 인증이 주어진다. 주류업계에서 2단계 저탄소제품 인증을 받은 것은 참이슬이 유일하다.

하이트진로는 지난 2013년부터 저탄소 인증 후 연평균 탄소 감축량은 약 1700t CO₂다. 이는 어린 소나무 120만 그루를 심는 효과와 동일하며, 이는 여의도 면적 1.3배에 달한다. 하이트진로는 2014년 환경재단과 업무협약을 체결하고, 참이슬과 함께하는 ‘참 깨끗한 공기’ 캠페인 프로그램 지원을 위해 1억원을 기부했다. 이를 통해 참이슬 생산공

장인 이천공장은 이천시 도예촌에 온실 가스저감 식수 1656주를 심어 에너지관리공단으로부터 30만74kg/년 자발적 감축 인증도 받은바 있다. 하이트진로는 참이슬 브랜드가 이슬같은 깨끗한 맛과 이미지를 가지고 있는 만큼, 다양한 친환경 캠페인을 펼치고 있다.

또한 올해부터는 친환경 경영의 일환으로 경기도가 주관하는 ‘숲 속 공장 조성사업’에 참여한다. ‘숲 속 공장 조성사업’은 경기도내 사업장 120개사가 참여해 미세먼지 정화 효과가 큰 나무 약 3만그루를 사업장 주변 유희부지 등에 심고 관리하는 사업이다. 하이트진로는 지난 3월 협약식을 시작으로 2021년 12월까지 3년동안 하이트진로 이천공장 주변에 미세먼지 정화에 우수한 수목 위주로 식재함으로 미세먼지 줄이기, 공기정화 활동을 펼칠 계획이다.

오성택 하이트진로 마케팅팀 상무는 “미세먼지 등 환경문제가 심각해지는 상황에서 다양한 친환경 활동을 펼치며, 참이슬의 ‘깨끗함’ 자산을 강화해 나아갈 계획”이라고 말했다. /박인용 기자 parkiu7854@



“제주 해녀가 직접 잡은 뽕소라 맛보세요”

AK플라자가 분당점 지하 1층 ‘분당의 부엌’ 식품관에서 오는 11일까지 제주도 해녀가 직접 채취한 뽕소라를 판매한다고 4일 전했다. /AK플라자

오뚜기 ‘창립 50주년’ 스페셜 에디션 출시

오뚜기가 창립 50주년 기념 스페셜 에디션 신제품 ‘스페셜티카레’, ‘스페셜티카레 3분’, ‘맛있는 오뚜기 컵밥 궁중갈비찜·밥’을 출시했다고 4일 밝혔다.

스페셜티카레는 허브와 스파이스를 조화시킨 ‘스페셜 티(Special Tea)’를 넣어 카레향을 부드럽게 한 것이 특징이다. 기름을 두른 팬에 채소와 고기를 고물을 부은 다음, 스페셜티 육수 티백과 함께 끓이다가 카레 분말을 넣으면 완성된다.

스페셜 제품인 만큼 조리법도 특별하다. 미리 준비된 채소와 고기를 기름을 두른 팬에 볶고 물을 부은 다음, 스페셜티 육수 티백을 넣고 끓이다가 카레 분말을 넣고 약한 불에 끓여 완성하면 풍



오뚜기 창립 50주년 에디션 3종. /오뚜기

부한 향과 깊은 맛의 오뚜기 스페셜티카레가 완성된다.

대한민국 가정간편식(HMR)의 원조라고 할 수 있는 오뚜기 3분요리 만의 노하우로 만든 ‘스페셜티 카레 3분’은 레드와인으로 숙성하여 향긋한 풍미를 내는 큼직한 쇠고기와 로즈마리, 타임, 카르다뫼, 월계수잎, 오레가노 등 5가지 허브의 풍부한 향이 카레를 더욱 맛있게 만들어준다. /박인용 기자 parkiu7854@

마켓컬리 1000억 규모 ‘시리즈 D’ 투자 유치

모바일 프리미엄마트 마켓컬리의 운영사 컬리가 약 1000억 원 규모의 ‘시리즈 D’ 투자 유치가 성공했다고 4일 밝혔다.

이번 시리즈 D는 기존 투자자인 국내외 주요 투자사가 재참여했다. 마켓컬리는 이번 투자 유치 금액을 빠르게 확장된 규모에 걸맞은 안정적인 서비스

컬리리티를 유지하는데 집중 투자할 계획이다. 특히, 물류 시스템 고도화 및 생산자들과 긴밀한 협업을 위한 공급망 관리, 안정적 운영을 위한 인력 확충에 활용해 새벽배송 시장 선두 입지를 더욱 견고히 할 예정이다.

지난 2015년 5월 서비스를 론칭한 마

켓컬리는 당일 수확한 채소, 과일 등 신선식품을 밤 11시까지 주문하면 아침 7시 이전에 배송을 완료하는 ‘새벽배송’ 서비스를 내세워 보수적인 식품·유통 시장에 몰류 혁신을 일으켰다.

특히, 국내 유일 유통전 과정을 일정한 온도로 유지하는 풀콜드체인 시스템을 보유해 상품의 신선도를 최상으로 끌어올려 온라인 식품 판매에 대한 소비자 신뢰도를 제고한 바 있다. /신원선 기자