

SSG닷컴, 밀레니얼 저격... MZ세대 구매비중 50%

‘프리오더’ 전문관 오픈 1주년

50개 브랜드 100여개 딜 진행
누적 이용고객 3000여명 달해



SSG닷컴 프리오더 1주년

“합리적 가격에 명품 살 수 있다면 기다림도 즐겁게, 빠른 배송 흥수 속 빛난 느린 배송”

SSG닷컴은 패션 상품 선주문 서비스 ‘프리오더’ 전문관이 1주년을 맞았다고 10일 밝혔다. ‘프리오더’는 명품 해외 패션 브랜드 상품을 정식 출시 전에 미리 주문해 정상가보다 할인된 가격에 구매할 수 있는 서비스다.

SSG닷컴은 지난해 프리오더 전문관을 통해 총 50개 브랜드의 100여개 딜을 진행했다. 누적 이용 고객 수 역시 3천

중’하는 것이 특징이다. 그 와중에 본인만의 개성을 뽐낼 수 있는 ‘취향소비’도 중요하게 생각한다.

프리오더는 밀레니얼 세대의 복합적 소비 심리를 정확히 파고들었다. 아직 출시되지 않은 명품을 보다 합리적인 가격에 구매해 자기 만족감을 얻고자 하는 마음을 꿰뚫었다. 실제로 SSG닷컴은 짧게는 2개월, 길게는 6개월까지 기다려야 하는 대신 최대 60% 세일을 통해 할인된 가격에 해외 패션 상품을 판매하고 있다.

일명 ‘합리적 플렉스(FLEX)’를 가능하게 만든 셈이다. 본래 ‘플렉스’는 자신이 가진 부와 돈을 자랑하는 태도를 일컫는 말이다. ‘플렉스’를 하더라도 합리적 소비를 추구하는 이들에게 즉각적인 반응이 나타나고 있다.

MZ세대 사이에서 인기 있는 트렌디한 브랜드 위주로 딜을 진행한 것도 주효했다. 이탈리아 프리미엄 스니커즈 브랜드 ‘부테로’를 시작으로 프랑스 패션 브랜드 ‘메종마르지엘라’와 ‘메종키츠네’, ‘아미’ 등을 성공적으로 마무리했다. 특히 올 1월 13일부터 20일까지 일주일 간 진행한 ‘메종 마르지엘라’ 프리오더의 경우 주문건수가 1천건을 돌파하며, 프리오더 가운데 가장 높은 매출을 기록했다.

한편, SSG닷컴은 론칭 1주년을 기념해 오는 11일부터 17일까지 일주일간 16개 브랜드 180여종 상품 ‘프리오더’를 진행한다. 지난 1년간 판매한 브랜드 중 고객 반응이 좋았던 상품 앵콜전을 실시하며 처음으로 선보이는 브랜드 상품을 인터넷 최저가로 구매할 수 있다.

대표 브랜드인 ‘메종 마르지엘라’는 30종 상품을, ‘스톤아일랜드’는 20종 상품을 정상가 대비 최대 50%까지 할인 판매한다. ‘톰브라운’은 14종 상품을 최대 65% 할인가에 만나볼 수 있다.

이 외에도 ‘생로랑’, ‘아크네 스튜디오’, ‘발렌티노’, ‘보티가베네타’, ‘지방시’ 등 명품 브랜드 프리오더도 함께 진행할 예정이다. 사전에 주문해 기다리는 시간이 긴 만큼 브랜드별 할인율을 최대한으로 높였다.

최택원 SSG닷컴 영업본부장은 “프리오더 서비스가 젊은 세대를 중심으로 각광을 받으며 1주년을 맞이하게 돼 감회가 새롭다”며 “앞으로도 유명 해외 브랜드를 국내에 합리적인 가격에 소개하는 트렌드세터 역할을 충실히 하겠다”고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

재난지원금 풀리자, 편의점 고기 소비 늘어

GS25, 4월 제로페이·코나카드 매출
매출신장 상위 10위중 4개 축산관련
수입육 710%, 국산돈육 394% 順



GS25에서 고객이 한끼스테이크 상품을 고르고 있다. /GS25

재난지원금으로 편의점에서 고기를 사먹는 소비자가 크게 늘었다.

편의점 GS25가 4월 한달 간 제로페이와 코나카드로 결제한 매출을 분석한 자료에 따르면, 전월 대비 매출이 가장 크게 신장한 카테고리 10개 중 4개가 축산 관련 카테고리인 것으로 나타났다.

4개의 축산 상품 카테고리의 신장률과 순위(괄호 안은 신장률 순위)는 ▲수입육 710.7%(1위) ▲국산돈육 394.9%(4위) ▲축산가공 347.7%(5위) ▲국산우육 234.9%(9위)순이었다. 제로페이와 코나카드의 전체 상품 매출이 동기간 대비 94.8% 늘어난 것을 감안해도 축산카테고리의 매출은 폭발적으로 늘어난 것.

특히 잘 팔렸던 상품은 한끼삼겹살, 한끼스테이크, 한끼오리통살스테이크 등 주로 중량 200g 내외의 1인이 가볍게 즐길 수 있는 축산 상품이다. 가격은

(48.9%) 업체(40.0%) 등의 신장률은 전체 평균(94.8%) 대비 다소 낮았다.

GS25는 재난지원금과 연동된 결제 수단을 이용하는 소비자들이 평소 빈번하게 구매하는 상품보다 비교적 고단가의 상품들 위주로 구매하는 소비 심리가 반영된 것으로 풀이하고 있다.

GS25는 재난지원금 지급이 본격적으로 확대되는 시점에 맞춰 5월 1일부터 제로페이 모바일상품권, 코나카드, 동백전카드, 대구힘내요카드 등 재난지원금 관련 지역 화폐 결제 수단을 통해 상품을 구매하는 고객을 대상으로 총 22종 상품에 대해 1+1 증정, 가격 할인 프로모션을 진행하고 있다.

GS리테일 관계자는 “전체 편의점 중 제로페이 금액의 절반 가량이 GS25에서 사용되고 있고 재난 지원금 관련 지역 화폐로 상품을 구매하는 고객들의 구매 단가는 타 결제 수단 대비 2배 가량 높은 편”이라며 “GS25는 소비 진작과 알뜰한 혜택을 통해 국가적 경제 위기를 극복하는 지역 경제 소매 플랫폼으로서의 역할을 다할 것”이라고 했다.

/신원선 기자

5500원~9900원. 김경한 GS리테일 축산담당 MD는 “편의점에서 1인 가족 중심의 장보기 문화가 확산하면서 GS25의 한끼 시리즈의 정육 상품 구매가 4월 들어 크게 늘었다”고 했다.

블루투스 이어폰 등 생활가전(556.8%)과 양곡(265.0%), 와인(214.2%)의 매출도 동기간 대비 각각 크게 늘어난 반면, 김치(61.2%) 셀러드



홈플러스, 1/4수박 출시

홈플러스는 보다 간편하게 수박을 즐기길 원하는 1~2인 가족 고객들을 위해 반의 반 크기, 다시 말해 4분의 1 크기로 자른 ‘1/4 수박’(1.5kg 이상)을 새롭게 론칭했다고 10일 밝혔다. 모델들이 서울 등촌동 홈플러스 강서점에서 어린이와 함께 ‘1/4 수박’을 선보이고 있다. /홈플러스

이마트 美 네이피어 ‘차박텐트’ 클라우드펀딩

이마트가 2030 소비자를 찾아 상품 판매 플랫폼 확장에 나선다.

이마트는 오는 17일부터 국내 최대 클라우드 펀딩 중개 플랫폼인 ‘와디즈’를 통해 30년 전통의 북미 1위 차량텐트 업체인 ‘네이피어(NAPIER)’ SUV 텐트를 39만9000원에 판매한다고 10일 밝혔다.

해당 펀딩은 와디즈에서 17일부터 25일까지 9일간 진행되며, 펀딩에 참여 후 결제는 26~29일 사이에 이뤄진다. 상품은 주문 후 생산과 통관을 거쳐 8월 중 배송될 예정이다.

이번에 이마트가 판매할 상품은 네이피어의 ‘스포츠 SUV 텐트 84000’으로 신축성 좋은 밴드와 고정장치를 통해 SUV 전 차체에 사용 가능한 것이

특징이다. 네이피어는 1990년 트럭용 텐트를 세계 최초로 개발한 캐나다 회사다. 트럭 및 SUV 시장과 함께 성장해 현재는 아마존, GM, 포드, 혼다 등 글로벌 기업들과 거래하는 세계 최대의 차량용 텐트 업체다.

네이피어 SUV 텐트는 차량 트렁크와 직접 연결하는 형태의 텐트로 아이를 포함해 최대 6인 가족이 사용 가능하다. 또한 무거운 수레로 짐을 옮길 필요 없이 트렁크 뒤에서 텐트로 바로 짐을 꺼낼 수 있어 편리하다. 네이피어 SUV 텐트 판매 가격은 39만9,000원으로 북미 현지 아마존 판매가격인 419,99\$ (약 51만원)에 비해 20% 이상 저렴하다.

/신원선 기자

신세계백 하절기 매장 운영 ‘마스크 생활화’

신세계백화점이 정부의 마스크 생활화 방침에 동참하기 위해 예년보다 3주 먼저 하절기 매장 운영에 돌입했다고 10일 밝혔다.

5월 들어 기온이 급격히 올라가고, 마스크 착용에 어려움을 호소하는 목소리가 높아지자 매장 온도를 낮추고 하절기 복장을 도입한 것. 5월 매장 온도는 평균 25도지만, 지난 6일부터 22~23도 정도로 낮춰 시원하게 유지하고 있다.

또 이달 11일부터 매년 6월 초에 시작했던 점포 근무 직원사원들의 ‘쿨비즈복장’ 도입을 약 3주 앞당겼다. 남자 직원의 경우 넥타이가 필수였던 정장복장에서 노타이 정장으로 변경되고 여자

직원은 별도의 복장 변경은 없으나 린넨 등 시원한 소재의 옷을 권장한다.

현장 지원 사원들의 근무 환경도 예년보다 일찍 하절기 시스템으로 바꿨다. 신세계백화점은 야외에서 근무하는 주차 사원들을 위해 주차장 곳곳에 이동식 에어컨을 예년보다 한 달 이상 앞당겨 배치했다. 마스크를 장시간 써야 하는 사원들을 위해 얼음물도 제공해 더위를 식힐 수 있게 했다.

주차 사원은 물론 환경, 건물관리 사원 역시 이달 11일부터 반팔 셔츠 등 하절기 복장으로 입을 수 있게 협력회사에 요청, 직원들이 좀 더 시원하게 마스크 착용을 할 수 있도록 유도했다. 야외에서 근무하는 주차 사원들을 위해 주



신세계백화점

차장 곳곳에 이동식 에어컨을 예년보다 한 달 이상 앞당겨 배치하기도 했다.

김정식 신세계백화점 부사장은 “앞으로 기온이 더 오를 것으로 예상되는 만큼 고객들이 안전하게 쇼핑할 수 있도록 앞장설 것”이라고 말했다.

/신원선 기자

현대백 ‘황실 토종 유정란’ 업계 첫 개시

현대백화점은 압구정본점 등 전국 15개 전 점포와 e슈퍼마켓에서 ‘황실 토종 유정란’을 판매한다고 10일 밝혔다. 지난해 10월 농림축산식품부로부터 국내 1호 산란용 토종닭으로 인증 받은 ‘황실 토종닭’이 낳은 달걀로, 백화점 업계에서 판매되는 건 이번이 처음이다.

이번에 출시되는 ‘황실 토종 유정란’

은 현대백화점과 토종란 복원사업을 20여 년간 해온 안인식 대표가 1년간 협업 끝에 선보이게 됐다. 농가는 축적된 노하우를 활용해 양질의 달걀을 생산하고, 현대백화점은 생산된 달걀을 100% 직매입해 마케팅과 판매를 담당하는 형태다. 판매 가격은 10입 기준으로 1만 6000원이다.

/신원선 기자