

“합리적 가격에 한우 만나요” 대형마트, 축산물 대전

이마트 한우 전품목 최대 40% 행사물량 70톤... 상반기 최대규모

SSG닷컴 일주일간 육류 할인행사 핵심 상품군 1+1, 최대 50% 할인

롯데마트 80억 규모 물량 ‘통큰절’ **홈플러스** 온·오프 ‘삼시육끼’ 행사



4일 홈플러스 강서점에서 모델들이 다양한 고기를 선보이고 있다. /홈플러스



6월 4일 오전 이마트 용산점에서 모델들이 주말 단 2일 특가 행사를 소개하고 있다. /이마트

대형마트 3사가 축산 품목을 필두로 일제히 할인행사에 돌입한다. 이는 최근 코로나19 사태로 고깃집 외식이 준 데다 삼겹살, 한우 가격이 천정부지로 치솟은 가운데, 소비자들에게 합리적인 가격에 고기를 제공하기 위해서다.

이마트는 4일부터 10일까지 일주일간 행사카드로 구매 시 한우 전 품목을 최대 40% 할인하는 행사를 선보인다. 이번에 준비한 행사 물량은 약 70톤이며, 소비자 가격 환산 시 60~70억원에 달하는 상반기 최대 규모의 한우 행사다.

대표 상품으로는 최고 인기 부위인 ‘한우 등심 1등급/1+등급(100g)’을 행

사카드로 결제 시 기존 1만800/1만 2700원에서 각 30% 할인한 7560/8890 원에 판매한다. 특히 KB국민카드로 구매 시 10% 추가 할인이 적용돼 각 6480/7620원에 판매한다.

온라인몰인 SSG닷컴에서도 오는 11일까지 일주일간 한우, 한돈, 호주산 안심, 계육 등 육류 85종을 최대 40%까지 할인하는 특별 행사를 실시한다.

여기에 6~7일, 주말 이틀간 대대적인 행사를 연다. 이번 행사는 장바구니 핵심 상품군에 대한 대대적인 1+1, 최대 50% 할인 행사를 진행해 소비자 혜택

의 폭이 넓어 알뜰한 소비를 하고자 하는 고객들이 이마트를 찾을 것으로 보인다.

이마트는 재난지원금 사용 불가에 따른 여파를 타개하기 위해 유통업의 본질인 좋은 상품을 저렴한 가격에 선보이는 정공법을 선택한 것이다.

이마트는 이번 행사를 통해 코로나 19로 인한 경기 침체로 어려움을 겪고 있는 소비자가 저렴하게 생필품을 구매할 수 있을 것은 물론, 고객 유입으로 이마트에 입점해 있는 임대매장에도 도움이 될 것으로 기대하고 있다.

롯데마트도 6~7일, 단 이틀간 80억 규모의 물량을 파격가에 선보이는 ‘통큰절’ 행사를 진행한다. 대형마트 업의 본질적 가치인 품질과 가격에 집중한 행사이다.

먼저, ‘한우 1등급 등심(100g/냉장/국내산 한우고기)’과 ‘한우 1+등급 등심(100g/냉장/국내산 한우고기)’을 기존 판매가에서 최대 50% 할인된 금액에 선보인다.

이외에도 엘포인트 회원이 할인 가능 카드로 결제 시 ‘행복 생생란(30입/대란)’을 2980원에 선보이며, 6월6일에는

엘포인트 회원에게 ‘GAP대추방울도마토(1kg/1팩)’를 980원에 판매한다.

더워진 날씨에 숨쉬기 편한 일회용 마스크의 수요가 증가하고 있는 점을 고려해 국내산 마스크도 파격가에 준비했다. 단 이를 동안 총 200만장 물량의 국내산 마스크를 장당 580원의 가격에 판매한다.

홈플러스는 4일부터 10일까지 일주일간 전국 점포와 온라인몰에서 ‘삼시육(肉)끼’ 기획전을 열고 한우를 비롯한 주요 축산물을 빅딜가격에 내놓는다.

홈플러스 온라인몰에 따르면 올해 2월부터 5월까지 축산 매출이 전년 동기 대비 70%나 증가한 것으로 나타났다. 외식 물가가 비싼 소고기 84%, 돼지고기는 64% 늘었으며, 닭고기와 양념육 매출도 각각 61%, 56% 신장했다. 특히 상대적으로 가격이 저렴한 수입소기는 무려 114%의 매출신장률을 기록하며 전체 축산 카테고리의 성장을 주도했다. 이 기간 전체 축산 매출에서 수입 소고기가 차지하는 비중은 작년 18%에서 올해 23%로 확대됐다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

공간활용·발수력 甲 패브릭 리클라이너 소파

현대리바트 ‘몰리세’ 출시

스마트 패브릭 사용, 물 흡수 지연 소파 뒷면 추가공간 필요없어 ‘장점’



현대리바트 패브릭 리클라이너 소파 ‘몰리세’

현대백화점그룹 계열 토털 인테리어 기업 현대리바트는 패브릭 리클라이너 소파 ‘몰리세’를 출시한다고 4일 밝혔다.

현대리바트 측은 “국내 가구업계에서 패브릭 소재로 리클라이너 소파를 출시하는 것은 이례적”이라며 “일반적으로 리클라이너 소파는 가죽 소재로 제작하는데 최근 패브릭 소재가 가구 트렌드로 떠오르면서 기능성 소재인 ‘스마트 패브릭’을 적용한 소파를 개발하게 됐다”고 설명했다.

이 패브릭 리클라이너 소파 ‘몰리세’에는 유럽 패브릭 시장 1위 업체인 폴란

드 DAVIS사의 ‘스마트 패브릭’이 적용됐다. 일반적인 패브릭 소재보다 물이 닿았을 때 흡수를 지연시키는 발수력이 뛰어난 것이 특징이다. 내구성과 위생성도 뛰어난 프리미엄급 소재다.

또한 방식이 앞으로 나오면서 앉는 부분이 눕혀지는 ‘제로월 인클라이너’

기능을 적용했다. 이로 인해 일반적인 리클라이너 소파 제품과 달리 소파 뒷면에 추가로 공간이 필요하지 않다는 장점이 있다. 아울러 미국의 Legget & Platt사의 하드웨어와 독일의 OKIN사 모터 등 최고급 부품도 사용했다.

‘몰리세’ 소파의 색상은 블루그레이와 샌드베이지, 사이즈는 3인용(1940×1040×730)과 4인용(2700×1040×730) 각각 두 종류로 출시된다. 판매 가격은 3인용 소파와 4인용 소파 각각 157만원과 186만 2천원이다.

현대리바트는 ‘몰리세’ 소파 출시를 기념해 오는 30일까지 온라인몰인 ‘리바트몰’에서 ‘몰리세’ 소파를 구매하는 고객에게는 ‘무드모던 사이드 테이블’을 증정하는 프로모션을 진행한다.

/원은미 수습기자 silverbeauty@

KT&G ‘릴 하이브리드2.0’ 전국 판매

8일부터 판매처 4.4만곳으로 확대

KT&G가 쉐련형 전자담배 ‘릴 하이브리드2.0’의 판매지역을 전국 모든 도시로 확대한다고 4일 밝혔다.

지난 2월 첫선을 보인 ‘릴 하이브리드2.0’은 서울시와 6대 광역시, 세종특별자치시 등 주요 대도시 출시를 시작으로 지난 4월까지 전국 37개 도시로 판매처가 확대되었다. 오는 8일부터는 전국에 미입점된 편의점(GS25·CU·세븐일레븐·이마트24·미니스톱·씨스페이스) 1만 5417개소가 추가되어 총 4만3951개소로 판매처가 늘어날 예정이다.

‘릴 하이브리드2.0’은 쉐련형 전자담배 최초로 스틱 삽입 시 자동으로 예열하는 ‘스마트 온’ 기능을 탑재했으며, 전



KT&G ‘릴 하이브리드 2.0’

면 OLED 디스플레이를 장착해 배터리와 카트리지가 잔량, 퍼프 횟수 등 정보를 실시간으로 제공한다. 뛰어난 편의성과 더불어 ‘릴 하이브리드 1.0’의 풍부한 연무량 및 찜땀 감소까지 유지하고 있어, 제품 출시 이후 소비자들로부터 좋은 반응을 얻고 있다. /조효정 기자 princess@

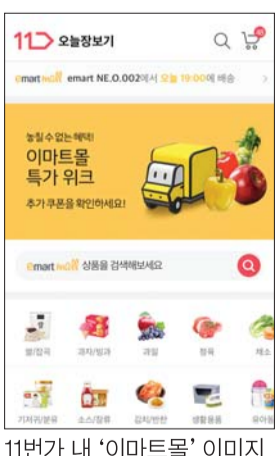
11번가 속 이마트몰 ‘노브랜드’ 식품 인기

이용고객 51% 3040세대 여성

11번가에서 ‘이마트몰’ 당일배송을 가장 많이 이용한 고객은 3040세대, 이들이 가장 많이 구매한 품목은 ‘노브랜드’ 간편식이었다.

4일 11번가 발표된 SSG닷컴의 이마트몰 입점 이후 4월23일부터 5월26일간 판매 데이터를 분석한 결과, 가성비 높은 이마트의 PB브랜드인 ‘노브랜드’ 상품의 인기가 가장 높았다.

이마트몰 당일배송을 가장 많이 이용한 고객은 3040세대 여성으로 전체 결제 고객의 절반 이상인 51.2%였다. 이어 40대 남성 15.1%, 30대 남성 10.4%순으로 3040세대 고객이 전체의 77%나 해당된다. 3040세대 고객들이 가장 많이 구매한



11번가 내 ‘이마트몰’ 이미지

상품은 주로 ‘노브랜드’ 식품이었다. 특히 ‘노브랜드’의 데리야끼닭꼬치, 칠리새우, 치즈스틱 등 간편즉석식품부터 감자칩, 소프트콘 등의 간식류를 많이 구매했다.

최근 코로나19로 외식 대신 집에서 간단한 저녁이나 흡수를 즐기는 이들이 많아져 당일배송 니즈가 많아진 것으로 풀이된다. /원은미 수습기자

롯데칠성음료 페트병 ‘에코라벨’ 도입

롯데칠성음료가 소재 기업 ‘SKC’와 손잡고 국내 최초로 재활용이 가능한 페트병 라벨인 ‘에코라벨’을 도입한 음료를 출시하고 제품 확대에 나선다고 4일 밝혔다.

에코라벨은 음료 몸체인 페트병과 같은 재질인 PET를 라벨로 사용하고 인쇄 시 특수 잉크를 적용한 것으로, 소비자가 음용 후 별도로 라벨을 제거하지 않더라도 재활용 공정에서 라벨 인쇄층이 완전히 분리되면서 페트병과 함께 재활용될 수 있다. 롯데칠성음료는 SKC와 손잡고 약 1년간 다양한 음료 제품군을 토대로 재활용성, 품질 안전성 등을 테스트 끝에 국내 최초로 제품 상용화에 나섰다. /조효정 기자



세븐일레븐, 통학차량에 공기 청정기 설치

/세븐일레븐

세븐일레븐, 유치원 차량 공기청정기 지원

편의점 세븐일레븐이 아이들이 편히 숨 쉴 수 있는 깨끗한 환경을 위해 발벗고 나섰다.

세븐일레븐은 환경의 날(6월 5일)을 맞아 환경재단과 함께 서울 지역 유치원 통학차량 내에 공기청정기 2백 대를 설치한다고 4일 밝혔다.

이번 지원은 지난 1년간 세븐일레븐 전국 1만여 점포에서 모금된 ‘미세먼지

예방 동전 모금액’으로 진행됐다. ‘미세먼지 예방 동전 모금’은 세븐일레븐의 대표 친환경 캠페인 활동으로, 지난 2018년 환경재단과 MOU를 맺고 전국 점포에 모금함을 설치 후 꾸준히 기금을 모아오고 있다. 세븐일레븐이 지금까지 환경재단에 전달한 모금액 규모는 약 1억 5000만 원에 달한다.

/신원선 기자