

# 편의점도 구독경제... 가격 경쟁력·편의성으로 고객 굳히기

반복구매율 높은 상품 상시할인쿠폰  
통신사 할인까지 더하면 할인폭 ↑  
GS유료회원, 일반고객보다 4배 더 사

편의점 업계가 '구독경제'를 강화해 충성고객을 잡는다. 구독경제는 일정 금액을 정기적으로 지불하면 그에 상응하는 물품, 서비스를 제공하는 형태로 기존 정수기, 매트리스, 공기청정기 등 렌탈 상품에 주로 해당했다. 최근에는 커피, 베이커리, 화장품 등 일상적으로 사용하는 물건들로 영역을 넓혀가고 있다.

이에 주요 편의점들도 구독서비스를 선보이고 있다.

CU는 매월 구독료를 지불하면 한 달 내내 상품을 할인 받을 수 있는 '구독쿠폰 서비스'를 이달 5일부터 시작한다.

CU 구독쿠폰 서비스는 고객이 할인 받고 싶은 카테고리의 월 구독료를 정기 결제하면 해당 카테고리의 할인쿠폰이 CU의 멤버십 앱 '포켓CU'에 매월 발급되는 CU만의 구독 서비스다.



CU 구독 쿠폰 서비스



/BGF리테일

세븐일레븐에서 고객이 도시락 상품을 보고 있다.

/세븐일레븐

예를 들어 고객이 GET아메리카노(HOT/ICE)의 월 구독료(2000원)를 정기 결제하면 고객에게 한달 동안 사용할 수 있는 할인쿠폰이 매월 발급되고 고객들은 이를 사용해 구매할 때마다(1일 1회) 30%의 할인 혜택을 누릴 수 있다.

이번 달에 할인쿠폰을 구독할 수 있는 카테고리는 도시락, 샐러드 등 간편 식사부터 마카롱, 커피 등 디저트까지 업계 최대 규모인 9개 카테고리의 총

110여 가지 상품이다. 이 중 반복 구매율이 높은 GET커피와 생수는 연중 상시 할인쿠폰 발행 대상 품목이며, 그 외 카테고리는 고객 수요에 따라 매월 변경된다. 구독료는 카테고리별 대표 상품 한 개 가격 수준으로 정기 결제 대신 한 달만 신청해 사용해보는 1회 결제도 가능하다. 카테고리 별로 할인율, 총 사용 횟수, 쿠폰 발급 수량은 상이하며 매월 변경되는 내용은 포켓CU 앱에서 확

인할 수 있다.

구독쿠폰 서비스에 통신사 할인이나 CU 멤버십 적립 혜택까지 적용하면 할인 폭은 더욱 커진다.

CU가 구독쿠폰 서비스를 내놓은 것은 고객이 직접 상품을 고를 수 있는 차별화된 구독 서비스로 고객들에게 실질적인 혜택을 제공하기 위해서다.

또한 구독 쿠폰 서비스가 고객들의 점포 방문 빈도와 추가 구매를 이끌어

가맹점의 수익성 제고에도 큰 도움이 될 것으로 기대하고 있다.

앞서 GS25는 원두커피 브랜드 '카페 25'의 아메리카노를 이용할 수 있는 구독경제 서비스 상품을 선보였다.

또, 유료멤버십 서비스 '더팝플러스'를 론칭해 회원들에게 다양한 혜택을 제공했다. 효과도 상당하다. 실제로 일반 고객 대비 구매액이 최대 4배 가까이 높은 것으로 나타났다. GS리테일은 고객 빅데이터를 분석해 올해 연말까지 유료 멤버십 카테고리를 확대해오고 있다.

세븐일레븐은 자체 원두커피 브랜드인 '세븐커피'의 월정액 구독 서비스를, 이마트24는 지난 여름 얼음컵 정기권을 판매한 바 있다.

업계 관계자는 "고객이 이용하는 구독 비즈니스의 핵심은 맞춤형 서비스에 있다"며 "다양한 고객들이 플랫폼에서 즐겨 이용하는 상품에 대해 맞춤형 혜택을 제공함으로써 가격경쟁력과 편의성을 확보할 수 있다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 명품도 온라인 구매... 언택트 커머스 일상화

MZ세대, 온라인쇼핑 주 소비층  
백화점과 제휴 맺고 상품 유통

온라인이나 모바일 상에서 명품 구매 건수는 물론 그 규모도 늘어나고 있다.

신종코로나바이러스 감염증(코로나19)이 심화로 인한 소비자들의 반발 소비가 고가 제품 구매로 이어졌기 때문이다. 여기에 온라인 쇼핑에 거부감이 적은 MZ세대(밀레니얼세대와 Z세대)가 주 소비층으로 떠오르고, 코로나19 여파로 대면 구매 행위가 줄어든 영향도 원인이 됐다. 이에 유통업계는 최근 언택트로 명품을 구입할 수 있는 채널을 구축하며 모바일 및 이커머스를 통한 명품 유통을 활성화하고 있다.

신세계인터내셔널 측은 지난 2일 자사의 온라인몰 에스아이빌리지(S.I.VILLAGE) 매출이 지난달 말 기준을 1000억원을 돌파했다고 5일 밝혔다. 에스아이빌리지는 정식 판권을 바탕으로



카카오 선물하기에서 판매 중인 명품 브랜드 제품들. /카카오커머스

수입한 정품을 판매하는 패션몰로, 70여 종의 고가 브랜드를 보유하고 있다. 이 같은 신뢰감을 바탕으로 올해 목표

치를 약 2달 앞서 달성했다.

모바일 쪽에서는 카카오커머스의 카카오톡 선물하기가 럭셔리 브랜드 상품 판매에 있어 선전하고 있다. 카카오톡 선물하기에서 판매 중인 명품으로 분류된 상품군은 주로 패션잡·뷰티 종류로 4월 기준 총 100개가 입점돼 있다. 이중 향수 및 화장품을 비롯한 샤넬 뷰티와 쉐넬글라스를 취급하는 젠틀몬스터 등이 대표적이다. 이밖에 현대백화점 무역센터점과 제휴를 맺고 해당 점의 구찌 핸드백과 톰브라운 제품 등의 판매가 이어지고 있다.

카카오커머스 관계자는 "이미 선물하기 서비스가 많이 구매 정착이 된 측면이 있어 고객들이 자연스럽게 이용 중이다"면서 "더욱이 올해부터는 사용 연령대가 40~50대에도 확대되면서 전반적인 연령대에서 주문이 증가했다"고 말했다.

/원은미 기자 silverbeauty@

## 쿠광 제천시에 1000억 투자 '첨단물류센터'

지역경제·일자리 창출 활성화

충청북도 제천시에도 쿠광 첨단물류센터가 들어서면서 지역일자리 500개가 새롭게 생긴다. 쿠광은 제천시청에서 충청북도, 제천시와 대규모 물류센터 설립을 위한 투자유치 양해각서(MOU)를 체결했다고 5일 밝혔다.

이날 협약식에는 성일홍 충청북도 경제부지사, 이상천 제천시장, 김명규 쿠광 물류정책 전무 등 주요 관계자들이 참석해 첨단물류센터 설립을 위한 양해각서를 체결하고, 첨단물류센터 건립과 함께 지역경제 활성화와 일자리 창출을 위해 협력할 것을 약속했다.

이번에 새롭게 추가되는 '쿠광 제천 첨단물류센터'는 제천시 제3산업단지 내 설립되며 10만m<sup>2</sup> 규모로 2023년에 완공 예정이다. 쿠광은 1천억 원을 투자해 최신식물류센터설립을 비롯



제천 첨단 물류센터 건립 투자 협약식

해 자체적으로 개발한 물류 소프트웨어와 인공지능(AI)을 활용한 상품관리 및 작업자 동선 최적화 시스템, 친환경 포장 설비와 첨단물류장비 등을 도입할 예정이다. 제천 첨단물류센터는 충청북도 음성군에 위치한 '쿠광 금왕 물류센터'와 함께 충청도 지역 전역을 커버하며 물류와 유통의 허브로 자리잡게 된다.

대규모 첨단물류센터가 들어섬에 따라 코로나19로 위축된 지역경제 발전에도 크게 기여할 것으로 전망된다. /신원선 기자

## 공영쇼핑 물가 안정 특집방송서 130억 판매고

가장 많이 팔린 상품 '김치'

공영쇼핑은 10월에 진행한 '국민 물가 안정' 특집 방송을 통해 판매액 130억 원을 기록했다고 5일 밝혔다.

공영쇼핑은 지난 9월부터 민생 안정 대책에 적극 동참하기 위해 쌀, 김치, 과일 등 주요 생필품을 할인해 판매하는 '국민 물가 안정' 특집방송을 하고 있다. 판매가는 가격 안정화를 위해 이윤을 최소화하고 기존 상품 대비 10~54%까지 할인된 가격으로 제공한다.

10월 들어 방송한 '국민 물가 안정' 특집은 총 66회 동안 130억원 이상 판매되며 인기를 모았다. 그 중 가장 많은 사

량을 받은 상품은 김치다. 긴장마와 태풍으로 인해 최근 배추 가격이 뛰면서 '국민 반찬'인 김치가 품귀현상을 빚은 바 있다.

지난달 11일 방송한 '도미솔 김치'는 한 시간 만에 1만2000세트 이상 판매되며 매진을 기록했다. 이날 방송은 미리 주문만 1800세트 이상 기록하는 등 방송 전부터 큰 관심을 모았다. 10일 방송한 '김순자 명장김치'도 6600세트 가량 판매되며 방송 시작 30분 만에 매진됐다.

이밖에 쌀, 오징어 등 먹거리도 불티나게 팔렸다. '육토진미 신동진쌀'은 10월 한 달 간 1만7000세트 가량 판매되며



인기를 보였다. '기존대비 10% 할인된 가격에 선보인' '청해원 손질오징어'는 2만세트 가량 판매됐다.

코로나19 국면에서 마스크가 필수품으로 자리한 가운데 지난달 12일 방송한 'KF94 콤팩타이 마스크'가 1만세트 이상 판매되기도 했다. 50매 구성을 기존보다 5000원 저렴한 2만9500원에 선보인 것이 인기 요인으로 꼽혔다.

/김승호 기자 bada@

## 루헨스 "여행지서도 정수필터 사용하세요"

마이크로 세디먼트 필터 포함  
4인가족 기준 최대 5일 사용

원봉의 라이프케어 브랜드 루헨스가 여행지에서 사용하기 편리한 '휴대용 정수 필터(WCS-150)'를 출시했다고 5일 밝혔다.

휴대용 정수 필터는 샤워기와 호스 사이에 체결하여 사용할 수 있는 제품이다.

국제적으로 공신력 있는 NSF(미국 위생협회) 인증을 완료한 마이크로 세디먼트 필터를 포함해 녹, 스케일 등 불순물을 제거한다.

유효 정수량 1000ℓ로 1인 기준 최대 14일까지, 4인 가족 기준 최대 5일까지



루헨스 휴대용 정수필터

장기간 여행 시 사용할 수 있다.

특히 휴대용 정수 필터는 5.2cm의 초미니 사이즈, 21g의 초경량 무게로 간편하게 휴대할 수 있다. 구매 시 본품 및 리필 필터를 한 번에 보관할 수 있는 전용 방수 파우치를 증정해 편리성을 더했다. /백지연 기자 wldus0248@