

배송 확대, 방역 강화... 온라인몰, 4단계 격상에 준비 '분주'

온라인 주문량 증가 대비나서 생필품·신선식품 벌써 증가세 SSG닷컴, 배송마감 연장 계획 물류센터 방역 최대치로 강화

사회적 거리두기가 4단계로 격상됨에 따라 유통업체가 분주하다. 온라인 주문량이 늘어날 것을 예상해 인기 상품 물량을 확보하는가 하면 배송 마감 시간을 연장해 대응에 나선다는 계획이다.

정부는 수도권 '사회적 거리두기' 단계를 오는 12일부터 25일까지 2주간 4단계로 격상, 오후 6시 이후에는 3인 이상 사적모임을 제한했다. 사실상 외식이 어려워지면서 벌써부터 온라인 쇼핑몰의 생필품, 신선식품 주문량은 늘고 있는 추세다.

11일 신세계 SSG닷컴에 따르면 지난 8일 밀키트와 가정간편식(HMR) 주문 건수는 전날보다 20% 증가했다. 라면과



수도권의 사회적 거리두기 4단계를 하루 앞둔 11일 서울 마포구의 한 대형마트에 영업시간 변경을 알리는 안내문이 설치되어 있다. /뉴시스

생수 주문도 각각 16%, 10% 늘었다. 평소 80~85% 수준이었던 즉배송과 새벽배송 주문 마감율도 90%를 웃돌았다. 마켓컬리도 지난 5~7일 주문 건수를 집계한 결과, 전주 동기 대비 4% 증가한 것으로 나타났다. 이 기간 김치, 국, 밑반찬 등 반찬류는 17%, 간편식은 6% 늘었다. 생필품은 화장지, 물티슈, 세제 등 판매량이 10% 증가했다. 롯데마트 온라인몰에서도 이달 6~8일 매출이 전주 동기 대비 17.8% 증가했다. 상품별로는 휴지 등 위생용품이

57%로 가장 많이 늘었고 이어 상온간편식(17.9%), 과일(16.5%), 쌀(8.5%) 순이다. 오아시스마켓의 5~7일 하루 평균 주문건수는 2만3000건으로 전주(1만9000건) 대비 20% 가량 늘었다.

SSG닷컴은 주문이 예상 이상으로 몰릴 경우 주문 가능 시간을 연장하는 방안을 생각 중이다.

이마트 점포에서 제품을 배송하는 '쓱배송'의 경우 일반적으로 오후 1~2시면 당일 주문이 마감되는데 이 마감 시간을 연장하는 방식이다.

롯데마트와 홈플러스는 일단 온라인몰을 현행대로 운영하며 상황을 지켜볼 방침이다.

마트 관계자는 "소비자들이 많이 찾을 것으로 예상하는 먹거리 인기 상품을 확보해놨다"며 "장기화된 상황에 배송 체계는 꾸준히 갖춰놨고 혼선은 없을 것으로 예상된다"고 말했다. 이어 "온라인 유통망이 잘 구축돼 있기 때문에 사재기 현상이나 품질대란은 없을 것으로

예상된다"고 덧붙였다.

다만 물류센터 방역에는 만전을 기하고 있다. 물류센터 내 확진자가 발생하면 해당 건물을 폐쇄해 운영을 중단해야 하고 소비자 피해로 고스란히 이어지기 때문이다.

마켓컬리는 코로나19 사태 초기 때부터 체온측정 및 전신 소독기, 선제적 코로나 검사 등 할 수 있는 최대치의 방역을 하고 있다는 입장이다.

SSG닷컴도 외부 출입 통제, 마스크 미착용 시 출입금지, 방역 전담안전관리 인력 운영, 탈의실 및 각 층별 동선에 열화상카메라를 비치해 체온체크, 센터 내부 및 차량 소독을 수시로 진행하고 있다.

한편, 11일 중앙방역대책본부에 따르면 이날 0시 기준 코로나19 국내 발생 신규 확진자는 1280명이며, 해외유입 사례는 44명이다. 국내 코로나19 누적 확진자는 16만8046명이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

신세계百貨, 신진 예술가와 '상생 전시회'

작가 재능·역량발휘 기회 제공 경기점·타임스퀘어점 등서 진행

신세계백화점이 신진 예술가들을 위한 상생 플랫폼으로 거듭났다. 코로나19로 인해 전시 기회가 줄어든 아티스트들을 위해 공간을 잇따라 마련하고, 판매까지 돕고 있는 것이다.

지난달 강남점 옥상정원에서 국내 작가들의 작품을 소개한 데 이어 이번에는 경기점과 타임스퀘어점에서도 전시를 이어간다. '이머징 아티스트 위드 신세계'라는 이름으로 마련한 이 행사는 경기점에서 오는 18일까지 만날 수 있으며, 타임스퀘어점은 7월 20일부터 8월 22일까지 준비했다. 아티스트들의 재능과 역량을 발휘할 기회를 제공하고 대중과 소통할 수 있는 장을 마련한다는 취지다.

특히 이번에는 백화점 전시 현장은 물론 SSG닷컴에서도 작품을 감상하고 구매할 수 있어 고객 접근성과 편의성까지 고려했다. 작가들에게는 오프라인과 온라인 공간에서 동시에 홍보할 플랫폼을 제공한다는 의미다.



신세계백화점 경기점에서 신진 예술가 작품을 전시한 모습 /신세계백화점

경기점에서 선보이는 작가는 총 16명으로 서양화, 동양화, 팝아트, 조형 등 장르도 다양하다. 옥상정원은 물론, 문화홀 로비와 복도 벽면에 작품을 설치했다. 대표 작가는 이미소, Zoey, 류영봉, MeME, 이시, 조용익, 박소희, 김미숙, 양종용, 김민기, 권태훈, 신재은, 이용은, 담다, 박기복, 신재훈 등이다.

이번 전시는 예술 스타트업에 돕는 상생 프로젝트이기도 하다. 작품 큐레이션을 담당할 에이전시인 '맨션나인'은 임직원 10명의 소기업으로 유망 작가들을 발굴하고 있다.

/신원선 기자

SSG닷컴 "충청에도 새벽배송 갑니다"

충청권 주요 도시서 실시

SSG닷컴이 새벽배송 2년만에 충청권까지 권역을 확대했다.

SSG닷컴은 오는 12일부터 대전광역시와 청주시, 천안시, 세종특별자치시, 아산시 등 충청권을 대표하는 주요 도시를 중심으로 새벽배송을 시작한다고 11일 밝혔다.

이로써 SSG닷컴은 새벽배송 시장에 진출한 지 2년 만에 충청권까지 외연을 넓히게 됐다. 수도권을 벗어난 지역

에서 새벽배송을 실시하는 건 이번이 처음으로 향후 고객 반응을 살펴 점진적인 권역 확대도 모색할 예정이다.

배송 지역은 기존 SSG닷컴에서 주문하고 이마트에서 출발하는 '쓱배송(주간배송)' 권역과 최대한 동일하게 잡았다. 즉, 이마트 '대전터미널점'과 '둔산점'을 비롯해 '청주점', '천안서북점', '펜타포트점', '세종점', '아산점' 등 8개 점포에서 배송하는 대부분의 권역에서 새벽배송도 이용할 수 있는 셈이다.

이는 인구 밀도와 예상 수요 등을 고려해 원활한 배송을 진행하기 위해서다. 또한 기존 쓱배송 이용 고객이 새벽배송에 대한 호응도 높을 것이라고 분석했다. 해당 지역 거주 고객들은 11일 오후 3시부터 새벽배송 주문이 가능하고, 다음날인 12일 아침 7시까지 상품을 받아볼 수 있다.

SSG닷컴은 이번 충청권 새벽배송을 기념해 해당 지역 고객을 위한 특별 프로모션도 준비했다. 충청권 새벽배송으로 10만원 이상 구매한 고객의 경우 '구매 사은'을 신청하면 선착순 2000명에게 '스타벅스 우산'을 증정할 계획이다.

/신원선 기자

GS리테일, KB국민銀行과 'GS페이' 만든다

핀테크 구축 등 업무협약 체결

온·오프 커머스 융합의 시대에 유통사와 금융사가 핀테크 구축을 위해 손잡았다.

GS리테일과 KB국민은행은 지난 9일 역삼동 소재 GS리테일 본사 경영회의실에서 허연수 GS리테일 대표이사, 허인 KB국민은행장 등이 참석한 가운데 핀테크 도입 등 유통과 금융이 결합한 디지털트랜스포메이션 확대와 관련한 업무 협약을 체결했다.

양사는 업무협약을 통해 ▲GS페이(PAY) 개발을 통한 핀테크 비즈니스 확대 ▲공동 프로모션 및 홍보 마케팅 협력 ▲양사의 데이터 협업을 통한 빅데이터 시너지 창출 등의 공동 사업을 추진한다.

양사는 하반기 중에 GS페이 개발을 완료, 론칭할 계획이다. GS페이는 통합 온·오프 커머스 사업을 영위하게 된 GS



허연수 GS리테일 부회장(왼쪽)과 허인 KB국민은행장이 업무 제휴 협약을 들고 포즈를 취하고 있다. /GS리테일

리테일의 모든 사업 영역에서 주요 핀테크 수단으로 활용될 전망이다.

고객의 쇼핑과 관련한 데이터와 결제 데이터를 결합한 빅데이터 제휴도 이뤄진다. 양사는 수집된 빅데이터를 활용해 개인 별 맞춤형 마케팅 제안, 유용한 쇼핑 정보의 제공, 생애 주기별 추천 상품 연계 등 다양한 협업을 추진키로 했다.

/신원선 기자

홈술 대세에 간식·안주용 견과류 '인기'

이마트, 상반기 견과류 매출 41% ↑ 2주간 '구운아몬드' 1+1 행사 진행

건강 간식으로 각광받는 견과류 수요가 증가하고 있는 가운데, 이마트가 견과류 직소싱 물량을 대폭 늘렸다.

이마트는 15일부터 28일까지 2주간 직소싱 '구운아몬드(500g)' 1+1 행사를 진행해 8800원에 판매한다고 11일 밝혔다.

이번에 판매하는 아몬드는 '아몬드의 왕'이라 불리는 '네파럴' 품종의 '엑스트라넵버런(미국 농무부가 부여하는 최상위 등급)' 등급 상품이며, 산지는 미국 캘리포니아다.

이마트가 이처럼 아몬드 1+1 판매에 나서지는 것은 코로나의 장기화로 건강 간식 견과류에 대한 수요가 지속적으로

늘어나고 있기 때문이다.

이마트가 상반기 매출을 분석한 결과, 1월부터 6월까지 견과류 매출이 전년 동기 대비 41% 증가한 것으로 나타났다. 같은 기간 견과류가 전체 과일에서 차지하는 비중도 지난해보다 2%p 늘어난 11.2%를 기록해 역대 최초로 10%를 넘어섰다.

특히 전체 이마트 견과류 매출의 40% 이상을 차지하는 수입 아몬드, 수입 호두 등이 각각 59.6%, 39.4% 등 높은 신장률을 기록하며 매출 신장세를 견인했다.

이는 코로나발 홈술족, 집밥족이 늘어나며 안주 및 간식용 견과류 수요가 증가했기 때문으로 풀이된다.

/신원선 기자