

로켓보다 더 빠르게... '30분 내 배송' 퀵커머스 배달전쟁

비대면, 재택근무에 시장 '급성장' 배민 'B마트' 30분~1시간내 배송 쿠팡 '쿠팡이츠' 평균 15분내 도착 GS25·CU 등 편의점도 뛰어들어

퀵커머스 시장이 날로 치열해지고 있다. 기존 배달플랫폼인 배달의민족과 이커머스 쿠팡이 퀵커머스 사업을 넓히고 있는 가운데, 편의점까지 가세하면서 경쟁이 심해지고 있다. 익일배송을 넘어 당일배송, 30분내 배송까지 등장한 것.

퀵커머스는 30분내 배송 완료를 목표로 한다. 시작은 배달의 민족의 B마트다. B마트는 2018년 11월 서비스를 시작한 이후 빠르게 점유율을 확대했다. 이들은 주문 즉시 신선식품을 비롯한 상품들을 소비자의 집 앞까지 배송한다. 시내에 물류센터가 약 30곳이 있으며 배달 소요 시간은 30분~1시간이다.

코로나19로 재택근무, 비대면 소비가 일상이 되면서 퀵커머스 사업도 빠르게 성장했다.



CU배달원이 소비자에게 상품을 건네고 있다.



쿠팡이츠 배달원이 상품을 배송하고 있다.

/각사

쿠팡은 이달 초 자체 배달앱 쿠팡이츠를 통해 서울 송파구에서 '퀵커머스' 시범서비스를 시작했다. 주문 즉시 배달원이 도보나 자전거·오토바이 등으로 근거리를 직접 배달해주는 서비스다. 평균 배달 예상 시간은 10~15분으로, 시범 테스트 후 서비스 지역을 확대할 계획이다.

GS리테일도 퀵커머스 시장을 적극 공략하고 있다. 지난달 22일 자체 앱 '우덜-주문하기' 앱 론칭 후 10일간 누적주문이 10만건을 돌파하며 큰 호응을

끌어내고 있다. 간편한 주문과 49분 내 배달, 할인 혜택 등을 동시에 누릴 수 있다는 점이 장점이다.

CU는 제휴처를 늘리는 방식으로 접근성과 이용객수를 제고한다는 전략이다. 요기요, 카카오톡, 네이버에 더해 최근에는 페이코 오더까지 제휴하며 업계에서 가장 많은 배달 플랫폼을 확보하게 됐다.

페이코 오더는 간편금융 플랫폼 기업 NHN페이코에서 선보이는 스마트폰 기반 주문 서비스로 별도의 앱 설치 없

이 기존 페이코 앱 내 라이프 메뉴 '페이코 오더' 탭에서 이용할 수 있다.

배달 오더는 고객 위치 반경 1.5km 이내의 CU에서 필요한 상품을 주문하고 페이코로 결제하면 상품이 목적지까지 배달되는 서비스다. 해당 서비스는 2000여 점포에서 이용 가능하며 최소 주문 금액은 1만원, 배달료는 3000원이다. 페이코에 등록된 카드를 통해 다른 앱과의 연동 없이 한번에 결제까지 해결된다.

CU는 원활한 라이더 매칭을 위해 배

달대행 서비스 업체와의 협력도 강화하고 있다.

CU는 국내 3대 배달 대행 업체인 메쉬코리아, 생각대로, 바로고와 손잡고 서울 및 경기도는 물론 강원, 전라, 충청 등 전국 각지에서 CU 배달 서비스를 제공하고 있다. 전국 단위의 퀵커머스를 실현할 수 있는 국내 최대 물류 거점을 이미 확보하고 있는 것도 CU의 강점이다.

CU의 배달 서비스는 지난해 동기 대비 올해 1분기 매출이 29.9% 신장한데 이어 2분기에도 매출이 2배(99.3%) 가량 신장할 만큼 가파르게 수요가 증가하고 있다. 특히 거리두기 4단계가 예고된 지난 주말부터 4단계 거리두기가 시작된 12일까지 배달 매출 신장률은 전년 동기 대비 181.2%나 경증 뛰었다.

업계 관계자는 "배달시장이 커지면 서 라이더 확보나 물류센터 관련한 투자 등 업계 내 경쟁이 치열하다"며 "재택근무 도입 및 외부활동을 자제하는 분위기가 형성되면서 관련 시장은 더욱 커질 것으로 예상된다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

편의점도 '메타버스 열풍'... MZ세대 공략 "다시 집콕"... 롯데온, 생필품 할인 행사

GS리테일, 싸이월드와 업무협약 싸이월드시 쇼핑시 퀵커머스로 배달 CU, 네이버 메타버스 '제페토' 입점 내달 'CU 제페토한강공원점' 오픈



김중서 GS리테일 플랫폼BU 전략부문장(왼쪽)과 손성민 싸이월드제트 대표이사가 GS타워에서 업무 협약을 맺고 있다.

편의점이 메타버스 플랫폼을 활용해 소비자 점점 확대에 나선다. MZ세대를 중심으로 한 젊은 고객층을 확보하며 온·오프라인 유통망을 연결해 시너지를 내겠다는 복안이다.

메타버스(메타와 유니버스의 합성어)는 현실세계와 3차원 가상세계를 혼합한 공간을 뜻하며 증강현실(AR) 기술을 활용해 가상현실에서 나만의 아바타로 나이, 성별, 인종 등을 넘어 다양한 이들과 교류할 수 있다. 현재 전세계 2억 명 이상이 이용하고 있으며 우리나라에서도 디지털 환경에 익숙한 Z세대(1990년대 중반에서 2000년대 초반에 태어난 세대)를 중심으로 최근에 큰 인기를 끌고 있다.

14일 GS리테일은 싸이월드제트와 서울 강남구 역삼동 소재의 GS타워 20층 회의실에서 온·오프라인과 메타버스의 시너지 창출을 위한 업무 협약을

테일 전용 미니홈피 개설, 방명록 작성 등 메타버스에서의 다양한 서비스도 선보인다는 방침이다.

싸이월드는 현실세계와 3차원 가상세계를 혼합한 공간을 뜻하는 메타버스의 대표적인 콘텐츠로 GS리테일은 해당 플랫폼을 통해 MZ세대와 소통을 확대, 온라인 경계를 넘어 오프라인의 실물 쇼핑까지 확대될 것으로 내다보고 있다.

앞서 BGF리테일이 운영하는 CU도 메타버스에 들어선다. 네이버의 메타버스 플랫폼 제페토에서 한강공원 편의점을 오픈하는 것.

오는 8월 제페토 내 인기 맵 중 하나인 한강공원에 'CU 제페토한강공원점'을 오픈하고 유저들이 자주 방문하는 공간인 교실과 지하철에도 순차적으로 점포를 선보일 계획이다.

CU는 이용자와의 소통과 교류를 중시하는 제페토 유저들의 특성을 반영해 특화 매장 컨셉인 버스킹 공간도 추후 공개할 예정이다. 이외에도 실제 점포에서처럼 즉석원두커피 기기에서 커피를 내리거나 한강공원 편의점의 인기 메뉴인 즉석조리라면도 먹을 수 있다.

/신원선 기자

거리두기 완화 될 때까지 행사 진행

코로나19 확산으로 사회적 거리두기가 강화된 가운데, 롯데온(ON)이 생필품 수요 잡기에 나선다.

롯데온은 14일부터 '온(ON)택트하우스 시즌2' 행사를 진행해 식품과 생필품 등 200여 상품을 최대 25% 할인 판매한다. 이번 '온택트하우스'는 지난해 12월에 이어 두 번째 진행하는 행사로, 사회적 거리두기가 완화 될 때까지 계속 유지할 계획이다.

지난 해 12월 정부는 연말연시를 앞두고 사적인 모임을 자제하기 위해 5인 이상 모임을 금지하는 강화된 사회적 거리두기를 시행한 바 있다. 당시 롯데온은 강화된 방역 지침 시행에 맞춰 집에서 필요한 식품과 생활용품 할인 판매하는 '온택트하우스' 행사를 진행했다.

약 3주간 행사 진행 결과, 식품과 생

필품 매출은 전월대비 41.2% 증가했으며 특히 소고기, 양념육, 반찬 등을 비롯한 식품류와 냄비, 후라이팬, 그릇 등 주방용품 등의 매출이 두 자릿수 이상 늘며 매출 신장을 이끌었다.

롯데온은 이번 사회적 거리두기 4단계가 시행되는 기간에도 온라인에서 생필품을 구매하는 수요가 크게 증가할 것으로 예상하고 '온택트하우스 시즌2'를 진행한다.

이번 행사는 총 11개의 테마로 나눠 상품을 준비했다. '쟁여두면 든든한 식품', '떨어지면 난감한 필수품', '지금 면역력이 필요할 때' 등 테마에 맞는 상품을 선정했으며 생수, 화장지, 비타민 등 약 200개 상품을 최대 25% 할인 판매한다. 사회적 거리두기 지침이 더욱 강화된 만큼 행사 상품 수도 이전과 비교해 2배 가량 늘려 준비했다.

/신원선 기자

유통 단신

신세계푸드 '올반 한잔할래' 5종 인기



신세계푸드는 올해 1~6월 안주 간편식 '올반 한잔할래' 5종(동파육, 불난 마늘족발, 감바스, 쭈꾸미삼겹살, 해물누룽지·사진)의 판매량이 전년 동기 대비 36% 증가했다고 14일 밝혔다. 특히 대표적인 와인 안주로 여겨지는 감바스의 판매 증가율이 51%로 가장 높았다.

신세계푸드의 '올반 한잔할래' 감바스는 통통한 새우의 탱글탱글한 식감과 마늘, 올리브유의 깊은 풍미가 어우러진 스페인 대표 요리 감바스를 간편식으로 구현한 간편식이다.



/조효정 기자 princess@

SSG닷컴 "화장품 새벽배송으로 받으세요"

인기 상품 300여 종 대상

SSG닷컴이 새벽배송 상품력 강화를 위해 자외선 차단제와 립글로스 등 인기 화장품들을 포함시킨다.

SSG닷컴은 오는 15일부터 화장품 새벽배송을 실시하는 한편, 이를 기념해 21일까지 '새벽을 여는 뷰티 - 바를 수록 좋은 건 빠를수록 좋으니' 프로

모션을 실시한다고 14일 밝혔다.

이번 새벽배송에 포함되는 화장품은 스킨케어, 바디케어, 헤어케어 상품을 비롯해 자외선 차단제, 메이크업 소품, 남성 화장품 등 총 300여 종이다. 새벽 배송 주 고객 층인 '30대 여성'이 선호하는 인기 상품을 우선적으로 추렸다. SSG닷컴은 이상품들을 김포에 위치한 온라인 스토어(최첨단 자동화 물류센

터) '네오(NE.O)'에 입고시킨 뒤 새벽배송을 진행한다.

이에 따라 SSG닷컴 새벽배송을 이용하는 수도권 및 충청권 고객들은 15일 새벽배송부터 화장품을 받아볼 수 있다. 화장품은 새벽배송 시 훼손 방지를 위해 별도 밀봉 포장되며, 온라인 장보기 상품과 마찬가지로 친환경 보랭가방 '알비백'을 통해 수령 가능하다.

SSG닷컴은 이번 화장품 새벽배송의 시작을 기념해 특별 프로모션도 실시한다.

/신원선 기자

풀무원식품 비건라면 2종 500만봉 판매

풀무원식품 비건라면 2종 '정면'과 '정비빔면' (사진)의 판매량이 500만 봉지를 돌파했다고 14일 밝혔다.

'정면'은 한국비건인증원 인증을 받은 최초의 비건라면이다. 2020년 8월 출시 후 4개월 만에 누적 판매량 200만 봉지를 기록했고, 이달 420만봉지를 넘어섰다. 정면은 짭짤 없이 매달 꾸준한 판매를 이어가고 있다.

/조효정 기자 princess@