

판 커진 온라인 명품플랫폼... 계약·고발·도용 등 '잡음'

캐치패션, 허위광고 등 사유로 발란·트렌비·머스트잇 고발 3사 "적법한 절차" 즉각 반박 논쟁 격화로 업계 신뢰하락 우려



캐치패션 광고 영상 캡처 이미지.

/캐치패션

온라인 명품 플랫폼 업체들 사이에 판매채널과의 계약, 표시 및 광고 정당성을 둘러싼 논쟁이 격화되고 있다.

지난달 30일 캐치패션을 운영하는 스마일벤처스는 법무대리인인 법무법인 세움을 통해 해외 메이저 명품 판매채널과의 계약 체결 사실이 없음에도 여러 매체를 통해 이들과 정식 계약을 체결한 것처럼 표시 및 광고를 하거나 판매정보를 은폐한 혐의로 발란, 트렌비, 머스트잇을 공정거래위원회에 신고했다고 밝혔다.

발란, 트렌비, 머스트잇 등 3사가 매치스패션, 마이테레사, 파페치, 네타포르테, 육스 등 명품 판매채널의 상품 정보 이용 및 판매를 허가받지 않았는데 무단으로 상품 정보를 크롤링하는 등 저작권법을 어겼고, 거짓·과장광고에 따른 표시광고법도 위반했다는 것이다.

캐치패션에 따르면 발란은 캐치패션 공식파트너사의 상품을 판매할 권한이 없으면서 이들 상품을 무단 도용하고, 이들을 판매자로 명시하며 판매해 왔다.

또 트렌비는 캐치패션의 공식파트너사들 상품을 판매할 권한이 없음에도 불구하고 정식 계약을 통해 상품을 공급받는 것처럼 표시하거나 병행수입 또는 구매대행으로 상품을 판매하면서 판매자를 '프리모클럽'이란 이름으로 통

칭하여 판매자 정보와 유통경로를 감추어 판매하고 있다.

머스트잇 역시 캐치패션 공식파트너사의 상품정보, 사진, 고유번호 등 데이터베이스를 무단으로 긁어와 사용하면, 정식 계약으로 데이터베이스와 상품을 공급받는 것처럼 표시·광고했다.

캐치패션 측은 "최근 이들 3사는 모두 사실 무근이라는 공식 입장을 내놓았지만, 이와 동시에 실제 웹사이트상에서 문제시되는 부분을 삭제 또는 수

정한 정황이 발견됐다"며 "상품 판매 페이지 내에서 직접적인 표시만 삭제하거나, 판매자명 또는 상품 이미지를 변경하고 여전히 상품 판매를 이어가고 있다"고 입장을 밝혔다.

이에 대해 업계 거래액 1위 머스트잇은 "유럽 현지 부티크와의 정식 계약 관계를 통해 확보한 상품만을 판매하며 상품 및 판매 정보 역시 적법한 절차를 거쳐 공개하고 있다"면서 "무단으로 사용했다는 의혹을 받고 있는 해외 온라인 플랫폼과 정식 계약 관계를 맺고 있다"고 반박했다.

발란과 트렌비 측도 해외 부티크·명품 플랫폼과 계약을 맺고 사용한 것이라며 맞서고 있다. 3사에 비해 신규 업체에 해당하는 캐치패션이 이슈를 만들어 시장의 주목받기 위해 고발했다고도 주장하고 있다.

발란은 육스·네타포르테와 공식 계약을 맺었고 마이테레사와 파페치는 공식 바이어 계약을 체결했으며, 상품 사진도 허용된 범위내에서 사용했다는 입장이다. 트렌비는 해외 명품 플랫폼인 24S를 비롯해 브랜딩, 해롯, 하비니콜스, 삭스5th에비뉴, 메이시스 등 해외

대표 백화점과도 공식 제휴를 맺은 공식 한국 파트너라고 밝혔다.

이러한 갈등은 명품 온라인 판매를 위해 각 플랫폼 사가 현지 업체와 맺은 계약내용이 다르고 복잡하기 때문에 생긴 것으로 분석된다. 정식 파트너십을 강조하며 홈페이지를 비롯해 홍보를 감행하지만, 개별 상품을 어떤 루트를 통해 들어오는지 명확히 알 수가 없고 정식 판권 계약이 있는 백화점이나 대기업 온라인몰처럼 유통 단계가 단순하지 않기 때문이다.

또 제품 판매를 중개하거나 대리해 수수료만을 대가로 받는 구매대행이나, 국내 독점 판매권을 가진 공식업체가 아닌 다른 수입업자가 해외 상품을 들여와 판매하는 병행수입을 향한 소비자 불신이 온라인 명품 플랫폼에 녹아든 탓도 있다.

관계자들 사이에서는 "온라인 명품 구매에 대한 소비자의 관심이 지속되는 와중에 업체 간 논쟁이 격화됐다"면서 "갈등 상황이 오래가면 플랫폼 업계의 전반적인 신뢰도도 하락할 수 있다"는 우려도 나온다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

오리온 '꼬북칩', 美에 매운맛 보여준다

'플레이밍 라임맛' 샘스클럽 입점 매운맛 선호 히스패닉 시장 공략



오리온은 꼬북칩 '플레이밍 라임맛(매운맛·사진)'이 미국 대형 유통채널 샘스클럽에 입점하며 히스패닉(중남미계 미국 이주민) 시장을 공략한다고 지난달 30일 밝혔다.

미국 전체 인구 중 히스패닉의 비중은 백인 다음으로 많은 약 20%를 차지하고 있으며 지난 20년간 가장 인구가 많이 증가한 인종이고 구매력이 높은 핵심 소비시장으로 부상하고 있다.

샘스클럽은 미국 내 600여 개의 매장을 운영하고 있는 북미 3대 회원제 창고형 할인매장 중 하나다. 지난 3월 미국 하와이주(州) 샘스클럽에서 판매를 시작한 꼬북칩(현지명 터틀칩스) 콘스프릿과 초코츄러스맛의 소비자 호응이 이

어지자, 샘스클럽은 북미지역에서도 제품을 출시해달라는 러브콜을 지속적으로 오리온에 보내왔다.

이에 오리온은 캘리포니아, 아리조나, 콜로라도 등 서부지역 3개주 72개 샘스클럽 매장을 시작으로 꼬북칩 콘스프릿과 초코츄러스맛과 함께 '플레이밍

라임맛'도 선보이며 매운 소스를 즐겨 먹는 히스패닉 시장 공략에도 나선다는 계획이다. 추후에는 미국 전역으로 확대 갈 예정이다.

오리온은 꼬북칩을 '초코파이'를 잇는 글로벌 브랜드로 성장시키고 있다. 중국에서는 현지명 '랑리거랑'으로 콘스프릿, 마라새우맛, 초코츄러스맛 등을 현지에서 생산해 판매하고 있다. 호주에서는 100년이 넘는 역사의 대형 유통체인 콜스에서 판매를 개시하고 시드니, 멜버른, 브리즈번 등 호주 전역으로 꼬북칩 분포를 확대하고 있다. 캐나다, 독일, 뉴질랜드 등 15개 수출 국가에서도 3년간 연평균 매출 성장률 2.2배 이상을 기록했다.

/원은미 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

GS리테일, 유통채널 총출동 '쇼핑 축제'

5개 유통채널 '상상초월' 참여 GS25 경품, GS샵 할인 혜택 등

GS리테일의 모든 유통채널이 한데 뭉쳐 10월 한 달간 '상상초월' 이벤트를 진행한다. GS25, GS샵, GS더프레시, GS프레시몰, 락라블라 등 총 5개 유통채널이 '상상초월' 행사에 동참한다.

'상상초월'은 GS샵이 일 년에 단 두 번 진행하던 최대 쇼핑 행사로, GS리테일 통합 법인이 출범함에 따라 전 유통채널이 참여하게 됐다.

GS25에서는 1000여 개 행사상품을 준비해 '1+1', '2+1', '덤증정' 등 고객

이벤트를 한 달 내내 진행한다. 또 10월 핼러윈 데이를 맞아 '미니언즈 몬스터' 컬래버레이션 행사상품을 구매할 경우 캐릭터 담요를 증정한다.

GS25에서는 명품백, 한정판 스니커즈 등 다양한 경품 약 5000개를 준비했다. GS페이로 3000원 이상 구매한 후 이벤트 페이지에 응모하면 행운의 주인공이 될 수 있다. 이와 별도로 GS페이 5000원 이상 첫 결제 시 3000원을 GS&POINT로페이백 해준다.

GS샵에서는 TV홈쇼핑 및 데이터홈쇼핑 상품을 총 3회, 35만원 이상 구매하는 고객 전원에게 차량용 무선 진공

청소기를 증정한다. '상상초월'이 시작되는 첫날인 10월 1일 하루 '딜데이' 이벤트를 열고 해당 상품을 구매할 시 적립금 13%, 카드할인 7% 등 총 20% 할인을 제공한다. 행사기간 동안 GS페이로 5만원 이상 구매 시 1만원을 페이백 받을 수 있다.

GS더프레시에서는 매주 새로운 시즌 대표 상품을 선정해 선보이며, 이를 GS페이로 구매할 경우 50% 할인 혜택을 준다. GS프레시몰에서도 '1+1' 또는 최대 50% 할인 행사와 더불어 매일 다양한 채소를 100원에 핫딜로 판매한다. GS페이로 4만원 이상 첫 결제하면 5000점 리워드를 지급한다. 락라블라에서는 가을 맞이 추천 아이템을 선정해 특가로 준비했다.

/원은미 기자

SSG닷컴 "꽃도 새벽에 꼭 받아보세요"

화훼농가 추가 판로지원 일환 백합·소국 등 생화 7종 배송

SSG닷컴이 화장품에 이어 '꽃'도 새벽배송 가능 품목에 포함시킨다. 화훼농가에는 추가적인 판로를, 새벽배송을 이용하는 소비자에게는 색다른 쇼핑 경험을 제공할 수 있게 될 전망이다.

SSG닷컴은 오늘부터 화훼 전문 배송 업체 '오늘의 꽃'을 통해 직매입한 '생화'를 새벽배송으로 판매한다고 지난달 30일 밝혔다. '오늘의 꽃'은 국내 화훼산업 활성화를 위해 농림축산식품부 산하 농림수산물교육문화정보원(EPIS)의 지원을 받고 있는 업체다.

이번에 SSG닷컴 새벽배송으로 첫 판매되는 생화 상품은 총 7종이다. '백합'과 '용담초', '금수 소국', '하젤 장미', '화이트 쿠루쿠마'와 같은 단일 품목 5종을 비롯해 꽃다발 형태의 추천상품 2종을 함께 선보인다.

모든 생화는 원활한 새벽배송을 위해 전일 오후 5시까지 온라인스토어 네오



로 입고된다. 꽃이 시들지 않고 최상의 상태를 유지할 수 있도록 특별히 제작된 전용 박스에 담겨 영상 10도 이하의 공간에 별도 보관되며, 새벽배송 상품과 함께 적정 온도로 고객 집 앞까지 배송된다. 입고 24시간 이내 판매를 원칙으로 하는 까닭에 당일 판매하지 못한 상품은 모두 폐기한다.

한편, 신규 서비스 론칭을 기념해 이달 13일까지 2주 동안 매일 다른 상품을 선정해 반 값에 판매하는 행사도 함께 진행한다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

"드럭스토어 핫아이템 쿠팡서 만나보세요"

6일까지 최대 70% 할인

쿠팡이 드럭스토어의 인기 뷰티&스킨케어 제품을 기간 한정 특가와 함께 할인 쿠폰을 제공하는 '드럭스토어 핫아이템' 이벤트를 오는 1일부터 6일까지 진행한다.

쿠팡은 이벤트 기간 동안 가을 인기 상품을 최대 70% 할인된 가격에 선보인다. 또 기획전 기간 동안 2만원 이상 구매 시 5000원 할인 쿠폰을 선사한다.

기간 특가로 제공되는 상품은 센카 퍼펙트힐 페이스 워시 대용량 클렌징 폼, 마녀공장 비피다 바이옴 앰플 토너, 머지 더퍼스트 펜 아이라이너 P1, OREO, 폴메디슨 닥레드 리페어 손톱영양제, 아모레퍼시픽 이너프 프로젝트 수분크림, 아이오페 더마트리블클렌저, 닥터자르트 시카케어 크림 수딩 플레이, 미프 모이스처 울인원로션, AHC 퓨어레스큐 아이크림 등이다.

/원은미 기자