

한잔으로 일상회복 분위기 UP... 유통가, '주류 전쟁' 격화

롯데마트 주류특화매장 확대
현대백 와인 전문 유통사 설립
신세계 제주소주 공장 재가동
이마트 편의점 내 주류상품 강화

유통가의 '주류 전쟁'이 엔데믹을 맞고도 더욱 심화되고 있다.

코로나19 시기 '혼+홈술'이 유행하며 본격 시작한 주류 전쟁은 엔데믹으로 전환하면 기세가 잦아들 것으로 예상됐지만 도리어 더 경쟁이 격화하는 분위기다. 오히려 혼+홈술로 자신의 취향을 찾는 이들의 계속된 소비가 오프라인 채널로 자연스럽게 이어지는 만큼 경쟁이 더 심화될 거라는 평가가 나온다.

11일 메트로경제의 취재에 따르면 유통대기업은 중심으로 주류 관련 신사업과 신규 점포가 계속 쏟아지는 가운데 경쟁이 격화하고 있다.

과거 유통의 주류 판매 전략은 각 채널별로 상이해, 서로 일정 영역을 침범하지 않으면서 시너지를 유도했다. 백화점이 고급 술을 선보일 때 편의점은 이색술에 집중하는 전략이 대표적이다.

최근 추세는 다르다. 유통대기업이 동시에 여러 채널을 갖고 있어도 각 채널별 전략을 세우기보다는 유통사업 전략의 일부로 주류 사업을 밀면서 각 채널 경쟁력을 모두 끌어올리기 위해 가격이나 품목을 겹치는 데에 연연하지



보틀뱅크 상무점



/뉴스시스 이마트24 주류 편의점 강동ECT점

/이마트24

않는다.

대신, 구축한 오프라인을 통해 온라인에서 주문하면 어디서나 수령가능하다는 점 등을 장점으로 내세운다. 여기에 더해 주류 유통을 맞는 것은 물론 제조에 적극적으로 나선다. '주류 특화매장'이 우후죽순 신규 개점하기도 한다.

업계 관계자들은 계속되는 유통대기업들의 '주류 전쟁'을 팬데믹 시기 있었던 주류 소비 문화 변화에 따른 추세보다는 오프라인 채널 경쟁의 일환으로 해석한다. 현재 주류법상 전통주를 제외한 술은 온라인 판매가 불가능하다. 이 탓에 고객은 술을 구입하기 위해 반드시 매장에 방문해야 한다. 유통기업들은 주류 구입을 위해 방문한 고객이 목적소비 달성 후 여기에 페어링하기 위한 추가적인 상품 구입을 노린다는 설명이다.

롯데는 지난해부터 와인전문점과 주류특화매장 등을 통해 재미를 본 뒤 잇따라 주류에 집중한 신규점포를 출점 중이다.

롯데마트는 지난 4월 와인전문점 '보틀뱅크' 3호점을 광주 상무지구에 개점했다. 12월 잠실점 제타플러스에 연 1호점이 폭발적인 인기를 얻은 후 빠른 속도로 개점이 이어지는 추세다.

보틀뱅크 3개점(제타플러스 잠실점, 창원중앙점, 상무점)의 월 평균 매출 성장률은 500%에 이르며 입점 점포의 전체 주류 매출액은 6배 이상 뛰었다. 롯데마트 측은 보틀뱅크의 인기를 테마별 큐레이션과 품목 다양화 외에도 차별화된 고객경험 서비스를 통한 '핫 플레이스'화를 꼽는다. 80종에 이르는 와인을 시음할 수 있는 테이스팅탭 등 다른 곳에서 볼 수 없는 고객경험이 젊은 세대

가 '인증샷'을 남기는 지역 핫플레이스로 자리잡는 데 한몫했다는 평가다.

12월 선보인 세븐일레븐 KT강남점도 와인 전문 콘셉트숍 '와인스튜디오'를 통해 전년 동기 대비 매출이 20% 이상 뛰는 등 호실적을 기록 중이다. 편의점 내 30평 공간을 할애해 와인을 중심으로 5000원부터 70만 원까지 이르는 다양한 술을 진열했다. 와인 매출만 봤을 때 개점월 다음달인 올해 1월 해당 매장의 와인매출은 전월 대비 260% 상승했다.

현대백화점그룹은 지난 3월 현대그린푸드를 통해 와인 유통을 전문으로 다루는 와인유통사 '비노에이치'를 설립했다.

비노에이치의 초대 수장으로 스페인 와인 전문가인 송기범 현대그린푸드 외식사업부 수석 소믈리에를 선임했

다. 비노에이치는 유기농·프리미엄와인 등 차별화된 와인 상품을 전문적으로 수입해 유통할 예정으로, 현대백화점 와인사업을 지원할 예정이다.

신세계는 지난달 수익성 문제로 사업을 중단한 제주소주 공장을 재가동하기 시작했다. 신세계는 2016년 제주소주를 인수하며 소주시장에 진입했지만 대형 유통망인 이마트를 갖고 있음에도 실패한 바 있다. 제주소주 재가동에 들어간 신세계는 과일소주 전량을 동남아 등 해외 시장으로 수출할 예정이라고 밝혔다.

그러나 제주소주의 참담한 실패와 별개로 신세계는 이미 국내 1위 와인유통업체인 신세계L&B를 통해 와인뿐 아니라 발포주 개발 등 주류 품목 전반으로 저변을 넓히고 있다.

이마트는 신세계L&B 등의 지원을 통해 전문 매장 개점과 함께 편의점 맥주 다품목화 등을 이어가고 있다. 이마트24는 '프리미엄 맥주 기획전' 등 한정 판매 전략을 적극적으로 구사하며 완판 행진을 이어가고 있다. 여기서 그치지 않고 이마트24 강동ECT점을 주류특화매장에서 주류 전문 편의점으로 재개점했다. 강동ECT점은 와인 소믈리에를 점장으로 두고 1만원 이상 프리미엄 수제맥주와 전통주, 60만원대 와인과 위스키까지 갖췄다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

롯데마트, '서로서로햇빛발전소' 준공

17개 주차장서 4MW 태양광발전소 운영
연 2092t 이산화탄소 감축 효과 전망

롯데마트가 서울에너지공사, 서부발전, KC솔라앤에너지 등과 10일 롯데마트 시화점에서 '서로서로햇빛발전소' 준공식을 개최했다.

준공식에는 롯데마트 이철민 안전관리부부장, 서울에너지공사 박재형 신재생에너지본부장 등이 참석했다.

롯데마트는 태양광 보급 사업의 일환으로 서울에너지공사, 서부발전, KC솔라앤에너지와 함께 롯데마트 시화점 등 총 17개소 주차장에 총 4MW의 태양광발



롯데마트는 서울에너지공사·서부발전·KC솔라앤에너지가 참석한 가운데 10일 롯데마트 시화점에서 '서로서로햇빛발전소' 준공식을 열었다. 사진은 이번 준공식에 참석한 (왼쪽부터) 이철민 롯데마트 안전관리부부장, 형남서 한국서부발전 신재생사업처장, 박재형 서울에너지공사 신재생에너지본부장, 김용학 KC솔라앤에너지 대표이사. /롯데마트

전소를 운영에 나선다.

17개점에 설치한 태양광 발전소는 약 1200가구에 전기를 공급하고 연간

2092톤의 이산화탄소를 줄이는 효과를 낸다.

/김서현 기자

KGC인삼공사

면세전용 '활기력' 제품 선배

KGC인삼공사가 위드코로나 이후 여행 수요 증가에 맞춰 면세전용 '정관장 활기력 에너지캐리어'를 선보였다.

'정관장 활기력 에너지캐리어'는 지치지 않는 여행을 위한 필수템이란 콘셉트로, 여행용 캐리어를 연상시키는 재치 있는 디자인에 '활기력(20ml) 20병'으로 구성된 면세전용 제품이다.

'정관장 활기력'은 6년근 홍삼농축액에 생강, 대추, 구기자, 오미자, 황기 등 전통소재와 비타민 B, C를 배합한 에너지 충전 앰플로, 한 병 섭취만으로 간편하게 기력을 보충할 수 있어 여행자에게 각광받는 제품이다. /신원선 기자

갤러리아 "벨루티 가구·오피스 제품 구경하세요"

내달 2일까지 아트 오브 크래프트맨십 유럽 현지 제작... 주문시 7~8개월 소요

갤러리아백화점은 서울 강남구 명품관에서 다음달 2일까지 프랑스 명품 브랜드 벨루티의 라이프스타일 팝업스토어 '아트 오브 크래프트맨십'을 진행한다.

벨루티는 기존 구두, 가방, 지갑 등 가죽 제품들로 유명한 브랜드로, 라이프스타일 영역으로 제품카테고리를 확장하며 국내 첫선을 보인다.

이번 팝업에서는 의자, 소파, 테이블 등 가구에서부터 홈·오피스까지 다양한

제품들을 만나볼 수 있다. 특히 이번 팝업에서 선보이는 가구 제품들은 소재, 색상 등 취향에 따라 맞춤 주문이 가능하며 이니셜, 타투 등을 추가해 나만의 리빙 제품을 가질 수 있다는 점이 특징이다.

모든 제품은 주문시 프랑스, 이탈리아 등 유럽 현지 장인들이 직접 제작하는 방식으로 진행되며, 평균 7~8개월 소요될 예정이다. /김서현 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

11번가, '아마존 스토어' 상품 라인업 강화

수백만개 아마존 미국 상품 추가

11번가가 11일 '아마존 글로벌 스토어'에 수십만 개 브랜드의 수백만 개 아마존 미국(US) 상품을 추가 판매한다고 밝혔다. 이번에 추가 한 브랜드와 상품들은 아마존 글로벌 스토어 이용 고객들의 구매이력과 요구를 심분 반영했다.

11번가는 지난해 8월 아마존 글로벌 스토어를 론칭하고 꾸준히 국내 고객 피드백을 반영했다. 이 과정에서 아마존에서 한국으로의 배송 기간도 영업일 기준 평균 6~10일에서 4~8일로 단축하는 등 검색, 배송, CS 등 모든 영역을 꾸준히 업그레이드 했다.

최근 라이브 방송이 새로운 온라인

쇼핑 문화로 떠오르면서 아마존 글로벌 스토어 라이브 방송도 월 2회 고정 편성 중이다. 지금까지 총 13회 진행된 '아마존 글로벌 스토어' 라이브 방송은 최대 시청수 119만, 매회평균 65만 이상의 시청수를 기록하며 '라이브11'의 인기 코너로 자리잡았다.

한편 11번가는 5월 중 패션, 뷰티, 주방, 디지털, 스포츠 카테고리에 추가된 인기 브랜드를 엄선한 프로모션 '아마존 블러썸'을 계획 중이다.

/김서현 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

이마트

'이마트페이' 서비스 개시

31일까지 할인 쿠폰 지급

이마트가 11일 이마트와 트레이더스 전 지점에서 '이마트페이' 서비스를 시작했다.

이마트페이는 이마트와 트레이더스 매장에서 이마트 앱 바코드 하나로 결제·혜택·적립을 한 번에 가능하게 하는 원스톱 통합 서비스다. 신세계그룹 간 연결제 서비스인 SSGPAY를 통해 서비스된다. 기존 SSGPAY 이용자는 별도 가입 절차가 필요 없다.

이마트페이로 결제하면 각종 포인트

와 할인쿠폰을 간단히 사용할 수 있고 포인트, 제휴사 마일리지 적립, 이마트 앱 스탬프 발급, 이벤트 참여까지 자동으로 완료된다.

이마트는 서비스 개시와 함께 이마트와 트레이더스에서 이마트페이를 사용한 고객을 대상으로 31일까지 프로모션을 진행한다.

이마트 매장에서 이마트페이로 7만 원 이상 첫 결제한 고객 선착순 1만명에게 e머니 5000점을 지급하며, 트레이더스 매장에서 이마트페이로 10만원 이상 첫 결제한 모든 고객에게 '이마트페이' 전용 1만원 할인쿠폰을 지급한다. 이번 프로모션은 이마트페이로 결제 시 자동으로 참여된다. /김서현 기자