

“원하는 시간, 장소서 픽”... 애주가 홀린 유통가 ‘주류 픽업’



이마트가 출시한 앱 서비스 와인그랩의 메인 화면.

이마트 ‘와인그랩’ 앱서비스 출시 스마트오더는 물론 맞춤와인 추천 GS리테일 ‘와인25플러스’ 흥행 롯데마트 ‘보틀병커’, 앱 픽업 연계

유통대기업들이 잇따라 주류 픽업 서비스에 나서고 있다. 현재 주류 상품은 전통주 외에는 온라인 판매가 금지되었다. 이 탓에 유통 인프라가 부족한 지역에서는 원하는 상품이 있어도 타지역까지 원정 구매를 나설 수밖에 없었다. 유통업체들이 속속 내놓은 주류 픽업 서비스는 고객이 원하는 술을 주문하면 이를 지정된 점포에서 수령할 수 있도록 해줘 애주가들이 크게 환영하고 있다.

지난달 31일 업계에 따르면 이마트는 1일 이마트앱 서비스 ‘와인그랩’을 새로

개 선보이고 다양한 프로모션을 진행한 다.

새로 선보이는 와인그랩은 와인, 위스키, 리큐어 등을 주문한 후 이마트 매장에서 당일부터 픽업하는 스마트오더 기능뿐 아니라 개인화된 서비스를 제공한다. 구매, 선호 데이터 등을 기반으로 맞춤와인 추천 서비스를 제공하고 바코드 스캔 등 유용한 쇼핑 기능이 추가됐다.

개인화 서비스뿐 아니라 와인그랩은 주문부터 결제까지 앱에서 간편하게 할 수 있다. 주문한 주류는 결제한 당일부터 전국 130개 이마트 매장에서 받을 수 있다. 매장 방문시에는 주문자 신분증을 확인한다.

데이터를 기반으로 사용자에 맞춰진 맞춤와인 추천 서비스는 사용자의 누적 구매 데이터와 와인 취향테스트 결과를

토대로 당도·무게감·타닌·산도 세부 지표까지 고려한 상품을 추천해준다. 바코드 스캔 서비스는 매장 쇼핑 시 주류 상품의 바코드를 통해 맛과 특징 등 상품 정보와 고객 후기를 확인할 수 있도록 쇼핑을 돕는다.

롯데마트는 지난 7월, GS리테일은 2020년 7월 앱을 통한 주류 픽업 서비스를 시작했다. 롯데마트가 7월 출시한 ‘보틀병커 모바일 앱’은 지난해 12월부터 운영 중인 와인 전문숍 보틀병커의 오프라인 경험을 온라인으로 있는 데에 주안점을 뒀다.

보틀병커 모바일 앱은 롯데마트의 유통 인프라와 와인 큐레이션을 결합해 앱에서 실시간 매장 재고 확인 후 사전예약을 통해 매장에서 즉시 수령할 수 있는 ‘스마트 픽업’ 서비스를 제공하고 오프라인 점포 내 재고 확인을 돕는다. 또

구매 와인 기록과 상품 검색 기능을 바탕으로 개인 맞춤 기능을 제공하고 음식, 시즌, 상황별로 어울리는 와인 큐레이션 콘텐츠도 발행한다.

GS리테일이 2020년 7월 론칭한 ‘와인25플러스’는 지난해 4월 론칭 1년 6개월여 만에 누적 판매 200만 병을 넘겼다. 와인25플러스는 소비자가 GS리테일의 모바일 앱인 더팝(이하 더팝 앱)을 통해 5000여종의 와인, 위스키 등 주류를 구매하고 원하는 GS25 점포에서 찾아 갈 수 있도록 한 시스템이다.

GS25가 올해 1분기인 1월부터 4월까지 와인25플러스 매출을 분석한 결과, 와인25플러스를 통해 판매되는 주류 카테고리 매출은 전체 GS25 오프라인 매장 매출의 40%에 육박하는 수준까지 성장했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

‘국산 1호’ SK바사 백신, 5일부터 접종 시작

‘스카이코비원’ 오늘부터 사전예약 정부 “미접종자 적극 참여” 권고

국산 1호 백신 ‘스카이코비원’ 접종이 5일부터 시작된다. 1일부터 사전 예약을 할 수 있다.

중장애난안전대책본부는 지난달 31일 회의에 스카이코비원 백신은 5일부터 당일 방문 접종이 가능하다고 밝혔다. 1일부터 시작되는 사전 예약분에 대해서는 13일부터 접종을 실시한다.

SK바이오사이언스가 개발한 첫 국산 백신 스카이코비원은 코로나19 바이러스 항원을 유전자재조합 방식으로 제조한 후 체내에 주입해 항체를 생성하

도록 유도하는 백신이다. 인플루엔자, B형간염, 자궁경부암 백신 등에 활용된 합성항원 플랫폼이 적용되며 장기간 안전성과 유효성이 입증된 것이 특징이다. 이에 따라 백신 안전성 우려로 접종을 하지 않았던 사람들에게 새로운 백신 선택권을 부여할 수 있을 것으로 기대할 수 있다.

중대본은 “스카이코비원 백신은 기존 백신에 비해 중화항체 값은 2.9배 높고 이상반응도 대부분 미미한 정도”라며 “18세 이상 성인 중 아직 접종을 안하신 분들은 국산 백신 접종을 권한다”고 말했다.

식품의약품안전처는 지난달 26일 스

카이코비원 61만회분에 대한 국가출하 승인을 허가했다. SK바이오사이언스는 지난 3월 질병관리청과 스카이코비원 총 1000만 도즈(1000만회분)에 대한 국내 공급계약을 맺은 바 있다.

이와 함께 정부는 현재 코로나19 유행의 우세종인 BA.5 변이에 효과적인 2가 백신(개량백신)을 4분기 중에 도입하기로 했다. 개량백신은 60세 이상, 기저질환자 등 고위험군에 우선 접종한다.

다만 변이에 대한 효과를 고려해 기존에 2차 이상 접종을 완료한 18세 이상 성인도 접종받을 수 있도록 했다.

/이세경 기자 seilee@



도미노피자 “미국 정통 비프스테이크 폼미 가득” 도미노피자가 지난달 31일 서울 중구 명보아트홀에서 미국 서부 정통 스테이크의 폼미를 지닌 ‘와일드 와일드 웨스트 스테이크 피자’ 출시를 알리고 있다. ‘와일드 와일드 웨스트 스테이크 피자’는 L사이즈 33900원, M사이즈 28000원이다. /손진영 기자 son@

여름철 위생가전 관심 증가 전자랜드, 비데 판매량 ‘쑥’

방역규제가 해제 후 첫 여름, 외출 시 필요한 가전 외에도 비데·음식물처리기 등 더위로 겪는 어려움과 개인 위생 등을 신경 쓰는 데 도움이 되는 소형가전 판매량이 크게 늘었다. 31일 전자랜드가 자사의 가전 판매량을 조사한 결과 이번해 7월부터 지난 8월 21일까지의 비데 판매량이 전년 동기 대비 43% 상승한 것으로 나타났다.

비데 판매량이 증가한 원인은 신종 코로나바이러스 감염증 시대를 지나며 강화된 소비자들의 위생에 대한 관심도로 추측된다. 팬데믹 기간이던 지난 2년간 공기청정기, 청소기, 살균 가전 등 생활 위생 관련 가전이 꾸준히 높은 판매 실적을 기록했다.

음식물처리기도 여름철 2년 연속 판매량이 증가했는데, 특히 여름이 시작되던 지난 6월 음식물처리기 판매량은 전년 동기 대비 363% 증가했다. /김서현 기자

한미약품 월1회 투여 단장증후군 신약 발표

유럽 ESPEN서 세계 최초 공개

한미약품은 월 1회 투여만으로 생존이 가능한 단장증후군 치료 혁신신약 임상 결과를 세계 최초로 유럽에서 공개한다.

한미약품은 ‘LAPSGLP-2아날로그(HM15912)’의 글로벌 임상 2상을 오는 3~6월 오스트리아 빈에서 열리는 유럽 임상영양대사회(ESPEN)에서 포스터로 발표할 예정이라고 지난달 31일 밝혔다.

이번 발표에서 한미약품은 ‘단장증후군-장부전(SBS-IF) 환자를 위한 새로운 GLP-2 유사체(HM15912)의 진행 중인 임상 2상’을 주제로, 임상 디자인과 임상 대상자 선정 기준, 임상 기간, 목표 수치 등에 대한 세부 내용을 소개한다. 한미약품은 최근 단장증후군 환자를 대상으로 LAPSGLP-2 아날로그 단독투여 글로벌 및 국내 환자 대상 임상 2상을 시작했다.

LAPSGLP-2 아날로그는 한미약품의 약물 지속형 플랫폼인 랩스커버리 기술을 적용한 혁신신약으로, GLP-2

의 개선된 체내 지속성과 우수한 용모세포 성장촉진 효과를 토대로 세계 최초 월 1회 투여 제형으로 개발되고 있다.

단장증후군은 선천적 또는 후천적 원인으로 소장 길이가 성인 기준 200cm 미만일 때 발생하는 흡수 장애로, 심각한 영양실조가 나타나는 희귀질환이다. 단장증후군 환자는 일상 생활을 위해 하루 10시간 이상 소요되는 총정맥영양법(영양소를 대정맥 및 말초혈관에 직접 공급하는 방법)과 같은 인위적 방법으로 치료받아야 한다.

또 장기간 정맥 영양 공급으로 인한 주사 부위 감염으로 패혈증이나 혈전증 등이 발생할 수 있으며, 6년 생존률이 65% 정도밖에 안된다. 특히 신생아 10만명 중 약 24.5명에서 나타나는 소아 단장증후군은 성장 발육에 심각한 영향을 주므로 혁신적 치료제가 절실한 상황이다.

LAPSGLP-2 아날로그는 2019년 미국 식품의약국(FDA)과 유럽 의약품청(EMA), 한국 식품의약품안전처로부터 각각 희귀의약품으로 지정된 바 있다.

/이세경 기자

롯데GRS, ‘7일간의 동행축제’ 동참

브랜드별 할인 등 릴레이 프로모션

롯데GRS는 롯데리아, 엔제리너스, 크리스피크림도넛 등 자사가 운영하는 외식 전 브랜드가 1일부터 7일까지 중소기업벤처부가 주최하는 ‘7일간의 동행축제’에 동참한다고 지난달 31일 밝혔다.

롯데GRS는 브랜드별 릴레이 형태로 참여하며, 소비 촉진을 위해 일자별 특정 품목에 한해 할인 행사를 진행한다.

진행 기간 동안 L포인트 적립율도 2배로 늘린다. 릴레이 선두는 크리스피크림도넛이다. 1일부터 2일까지 오리지널 글레이즈드 하프터즌을 약 30% 할인 판매하고, 4일부터 5일까지 엔제리너스에서 아메리치노를 약 30% 할인한 금액으로 제공한다. 이어 5일부터 6일까지는 롯데리아에서 치킨버거 단품 메뉴를 약 32% 할인된 금액으로 구매할 수 있다. /신원선 기자 tree6834@

오늘의 날씨

해 뜨기 / 06:02 | 해 지기 / 19:02

9월 1일 (목)

음력 : 8월 6일

수도권 날씨

20~30°C

운동 지수

빨래 지수

세차 지수

외출 지수

연천 16/30h
동두천 16/29
백령도 20/27
파주 16/29
가평 15/29
서울 20/30
양평 17/29
인천 20/28
수원 19/29
용인 19/29
평택 16/28

·자료제공 : Kweather 케이웨더(주) www.kweather.co.kr

YouTube

유튜브(메트로신문) 동영상 제공