

몽골 사로잡은 K-편의점... GS25·CU, 점유율 전쟁 치열

GS25, 최단기간 100호점 돌파 현지화·다목적 기능 강화 주효 CU, 시장 점유율 70% 압도 K-간편식품 등 먹거리 정조준

국내 편의점 시장이 포화 상태에 이르자 편의점 GS25와 CU가 몽골 영토 확장에 집중하고 있다.

GS25는 최단기간 몽골에서 100호점을 돌파했다고 3일 밝혔다. 지난 2021년 5월 몽골 재계 2위인 손코리아그룹과 손잡고 몽골에 첫 진출한 지 16개월만으로 몽골에 진출한 편의점 브랜드 중 가장 단기간 쌓아 올린 금자탑이다.

GS25 측은 몽골의 식문화와 K-푸드 열풍을 적절히 융합한 현지화 전략과 편의점의 인프라를 활용해 다목적 기능을 강화한 점이 주효했다고 분석했다.

실제로 몽골로 수출된 '카페25' 등 국내 GS25의 PB 상품들은 현지 최고 인기 상품으로 부상했으며, 편의점 인프라를 통해 몽골 내 부족한 식당, 카페, 쉼터 등을 대신하는 다목적 기능을 충실히 수행하고 있다.

GS25는 몽골에서 쌓은 운영 노하우와 다목적 인프라 기능을 중점 강화하며, 2025년까지 몽골 GS25를 500점 이상 전개해 현지 1위 편의점으로



현지 고객으로 가득 찬 몽골 GS25 100호점 내부. /GS리테일

도약하겠다는 청사진도 내놨다.

가장 최근 문을 연 몽골 GS25 100호점 'GS25 잠드가르야점'은 몽골 랜드마크인 테를지 국립공원 초입에 위치해 있다. 연간 30만명 이상의 국내외 관광객이 몰리는 입지 특성을 활용해 GS25 브랜드와 감점을 알리는 플래그십 스토어로 키우겠다는 전략이다.

'GS25 잠드가르야점'은 91평 규모의 초대형 편의점이며 일반 편의점 대비 3배 이상 다양한 8000여 개 상품을 판매한다. 즉석 조리 먹거리, 농축수산물, 주류 상품 등을 강화해 전면에 배치했으며, 국내 GS25 매장 수준

의 인기 PB 상품을 만날 수 있는 것도 한 특징이다.

정희경 GS25 해외사업팀장은 "코로나19 상황에도 불구하고 몽골 GS25가 큰 성장을 이루는 등 K-편의점의 저력을 유감없이 발휘하고 있다"며 "K-편의점을 넘어 대한민국 문화를 전 세계로 알리는데 GS25가 교두보 역할을 할 것"이라고 말했다.

CU는 이보다 앞선 2018년 8월 센트럴 익스프레스와 마스터프랜차이즈(MFC) 계약 체결 후 몽골 CU 1호점(상그리아점)을 오픈했다.

이후 올해 9월 말 기준 260여 점을 운영하는 등 몽골 편의점 시장의 70%

를 넘는 압도적인 점유율을 차지하고 있다.

CU는 다양한 먹거리 수요를 겨냥해 김밥 등 한국식 간편식품을 비롯해 토스트, 핫도그 등 즉석조리식품을 판매하고 몽골식 전병인 보즈와 몽골 전통 만두튀김인 효소르 등 현지 식품도 편의점 상품으로 개발해 현지화에 성공했다.

특히 몽골 CU에서 판매하는 전체 상품의 약 30%를 국내 중소기업이 만든 PB상품들로 구성해 국내 중소기업 40여 곳이 CU를 통해 간접적으로 몽골 시장에 진출해 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

CU, e스포츠 기업과 '맞손' 스낵 등 T1 컬래버 상품 출시

편의점 CU는 글로벌 e스포츠 전문 기업 T1 엔터테인먼트&스포츠(이하 T1)와 손잡고 이달 4일부터 컬래버 상품들을 순차적으로 선보인다고 3일 밝혔다.

이에 앞서 CU는 지난 7월 T1과 온·오프라인 공동 마케팅을 위한 전략적 업무협약을 체결했다.

T1은 국내의를 통틀어 독보적인 우승 커리어를 가진 리그 오브 레전드 프로젝트팀이다. 이번에 출시하는 T1 컬래버 상품들은 덮밥, 주먹밥, 햄버거와 같은 간편식사를 비롯해 핫바, 스낵, 컵라면 등 게이머들이 간단하게 즐기기에 좋은 12종의 상품들로 구성됐다.

국내에는 물론 해외에서도 탄탄한 팬층을 확보하고 있는 T1의 인기를 고려해 컬래버 상품들은 김치, 고추장 등 한국의 전통 식재료를 활용한 매콤한 맛의 상품들로 기획됐다. 패키지에는 T1 선수단의 이미지와 함께 국문, 영문 상품명을 병기했다.

/신원선 기자



이마트·SSG닷컴 '영화 '아바타' 레고로 만나요'

세계적인 히트작 '아바타'가 속편 '아바타: 물의 길' 개봉을 앞두고 13년 만에 레고로 처음 출시됐다.

이마트와 SSG닷컴은 영화 아바타 속편 개봉에 앞서 13년만에 재개봉한 영화 '아바타 리마스터링'을 기념해 레고코리아와 손잡고 '레고 아바타' 시리즈 4종(사진)을 단독으로 선보인다고 3일 밝혔다.

이마트와 SSG닷컴이 선보인 레고 아바타 시리즈 4종은 총 2만개 한정 물량으로, 전국 이마트 매장과 SSG닷컴, 공식 레고스토어를 통해서만 구매가 가능하다.

이번에 판매하는 레고 아바타 시리즈 4종은 영화 아바타 1편 속 판도라 행성이나 비족은 물론, 영화 속 주요 장면을 섬세하고 정교하게 구현한 레고 시리즈다. /김서현 기자

세븐일레븐 세븐카페라떼 파우더 타임세일

편의점 세븐일레븐이 일교차가 큰 가을 시즌을 맞아 오전 7시부터 11시까지 세븐카페 HOT 라떼 파우더 전 상품(5종)을 1000원에 판매한다.

이번 타임세일 행사 품목은 카페라떼, 바닐라라떼, 토피넛라떼, 밀크카라멜라떼, 제주농차라떼 5종이다. 이 가운데 제주농차라떼는 최근 농촌진흥청과 함께 출시한 신상품으로, 제주 농가에서 수확한 녹차 어린잎만 사용해 짙은 맛은 줄이고 고소한 풍미는 높인 상품이다.

고객은 10월 한달간 오전 7시부터 11시까지 세븐카페 HOT 라떼 파우더 구매 시 전 상품을 30~40% 할인된 1000원에 즐길 수 있다. /신원선 기자

유통가 "환율 부담없이 직구 즐기세요"

롯데온 환율변동 최소화 세일워크 11번가 해외직구 골프용품 기획전

환율이 1달러당 1440원 선을 넘어 서면서 그동안 거대 규모를 자랑하던 해외직구구매 시장이 쪼그라들 위기에 처했다. 너무 높아진 환율에 직구 대신 국내 상품으로 눈을 돌리는 이들이 많아진 탓이다. 이 같은 트렌드에 맞서 해외 직구를 주선 중인 e커머스들이 안간힘을 쓰고 있다.

3일 롯데온은 10월 한달간 '해외직구 세일 워크'를 진행하면서 재고를 확보한 150개 이상 주요 인기 상품에 대한 환율변동을 최소화한다고 알렸다. 이외에도 1만여개 해외직구 상품에 최대 12% 할인 및 추가 최대 10% 카드 즉시 할인 혜택을 제공해 고객이



롯데온 해외직구 행사.

부담 없이 해외직구 상품을 구매할 수 있도록 했다.

롯데온은 매주 '가을준비', '직구온데이', '신상품 특가' 등 다른 주제에 맞춰 1만여개 다양한 해외직구 상품

을 선보이며, 몽클레르, 바버, 구찌, 버버리 등 해외직구 인기 브랜드를 모아 행사를 구성했다. 오는 7일까지는 '가을맞이'를 주제로 가을, 겨울 신상품 패션 및 명품과 환절기 보습 및 면

/김서현 기자 seoh@

롯데백, 가을 '시티 플로깅' 2회 진행

오늘 서울 시청, 9일 한강 환경정화 활동 독려 계획

롯데백화점은 이달 4일과 9일 서울 도심에서 여는 '시티 플로깅' 행사를 진행한다. 시티 플로깅은 도심에 버려진 쓰레기를 정화하는 활동으로 환경보호에 대한 중요성을 환기하는 데 목적이 있다.

롯데백화점은 4일 서울 중구 서울

시청 동편에 리얼스마켓 부스를 설치해 시민들에게 집게, 생분해 봉투 등 플로깅 도구를 대여해 주고 참가자가 수거한 쓰레기의 양에 따라 다양한 굿즈를 증정한다. 이 굿즈는 친환경 테마로 만든 제품으로 대나무 칫솔, 비건 그레놀라 등 총 17개 품목이다.

9일에는 서울시 대표 한강 페스티벌인 '뚜벅뚜벅축제'의 '썩플리마켓'과 협업해 플로깅 행사를 이어간다.

뚜벅뚜벅축제는 지난 8월 말에 시작해 10월 말까지 매주 일요일마다 잠수교 주변의 차량을 통제하고 플리마켓, 공연 등을 여는 서울시 주관 친환경 행사다. 이에 롯데백화점은 이 축제에도 리얼스마켓을 개설해, 시민들의 잠수교 및 한강 일대의 환경정화활동을 독려할 계획이다.

롯데백화점은 앞으로도 환경재단과 함께 여름에는 비치코밍, 가을에는 시티플로깅 행사를 정례화해 유통업계의 ESG 활동을 선도해갈 계획이다. /김서현 기자



롯데백화점은 지난 8월 제주 월정리 해수욕장에서 비치코밍을 진행했다. /롯데백화점