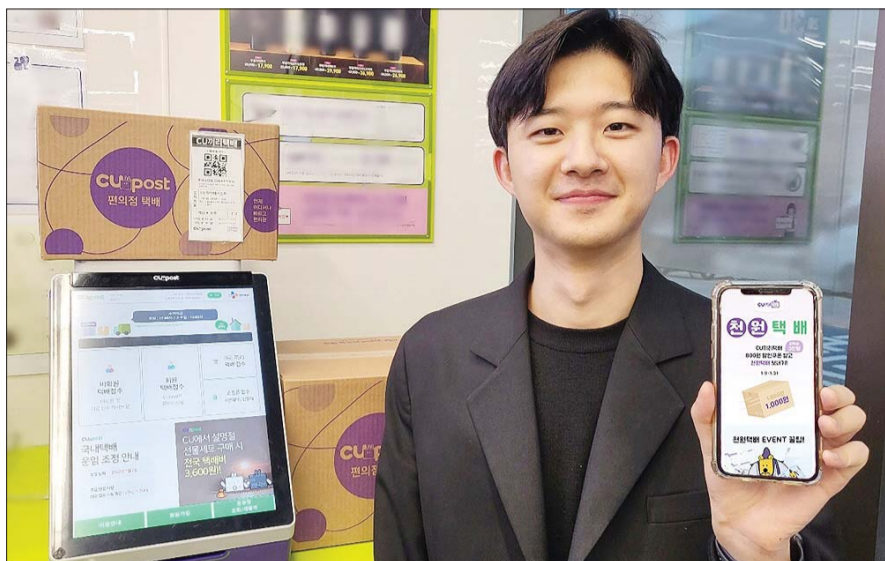


# 조금 불편해도 '반값' 메리트... 편의점 점포간 택배 '대박'

GS25 '반값택배' 대명사화 사용  
유통업계 '틈새시장' 성공사례

집앞 물품배송 안돼고 조금 느려  
대신 가격 1600원~2400원대로  
최대 6000원 일반택배보다 저렴

#취미로 문구용품을 수집하는 김정현(33)씨는 수집품을 사고 팔 때 매번 편의점 '반값택배'로만 사람들과 거래하고 있다. 김씨는 "3000원짜리를 사고파는 데 굳이 4000원씩 택배비를 내기도 그렇다 보니 반값택배로 거래하고 있다"며 "도착일자 불분명한 건 흠이지만, 도착하면 오가는 길에 픽업하면 돼 편리하다"고 말했다.



GS25와 CU가 운영 중인 점포간 택배 서비스는 매년 빠른 속도로 이용 건수가 늘고 있다. 아주 저렴한 가격으로 배송이 급하지 않은 물품을 보내고 받을 수 있어 다양한 목적으로 이용 되고 있는데, 특히 중고거래에서 큰 인기를 끌고 있다. /BGF리테일

편의점 점포간 택배 서비스가 '대박'을 쳤다. 편의점 점포간 택배는 GS25와 CU가 각 사의 편의점 물류 인프라를 활용해 편의점 점포 간 물품을 배송해주는 서비스다. GS25가 2019년 먼저 '반값택배'라는 이름으로 론칭했고 CU가 2020년에 'CU끼리택배' 서비스를 시작했다. 선발주자인 GS25의 서비스 명인 반값택배가 대명사화 해 온라인에서는 브랜드 관계 없이 '반값택배'로 불

리고 있다. 유통업계에서는 점포간 택배의 성공을 '틈새시장' 공략의 성공사례로 본다. 편의점 업체만이 확보 중인 전국구 점포 인프라를 활용해 기존 택배사가 제공하지 못하는 서비스를 고안했기 때문이다. 택배 운임비보다 저렴한 물품이나, 배송이 급하지 않은 물품에 대한 수요를 포착했다는 평가다. 점포간 택배는 배송기사가 집까지 배

송해주지 않고, 일반 택배보다 배송이 만 하루 이상 더 걸린다는 단점이 있다. 대신, 상대적으로 저렴한 데다 공휴일에도 접수, 배송도 가능하다. 두 곳 모두 택배 중량을 기준으로 운임을 책정하는데, 0~500g에 대해 1600원, 접수 최대 무게인 5kg까지에 대해서는 2400원을 받는다. 일반 택배사인 CJ대한통운 기준 2kg 이하 물품 5000원, 5kg 이하 물품 6000원인 점을 고려할 때 반값에

도 못 미친다. 조금 불편한 대신 아주 저렴한 것이다. 최근에는 서비스 강화로 접수 후 2~3일 내에 받아볼 수 있다.

실제 실적은 어떨까. GS25에서만 2022년 한 해 동안 오간 반값택배의 수는 1000만 건을 넘겼다. 지난해 상반기만 봐도 이용건수가 전년 동기 대비 143% 늘었다. 지난해 8월 '택배 없는 날(8월13~15일)'에는 전년 대비 이용건수가 214.8% 신장하기도 했다.

CU는 2020년 3월 CU끼리택배를 론칭한 후 지난해 2020년 대비 1069.9% 이용건수가 증가했다. 2년 만에 10배 이상 성장한 셈이다. CU의 전체 택배에서 차지하는 비율도 2020년에는 1.8%에 불과했지만 2021년 8.2%, 작년 한해에는 무려 15.8%의 수치를 기록하며 큰 폭으로 올랐다. 두 곳 모두 2030대의 이용이 압도적인데, GS25의 반값택배 이용자 80%는 20~30대 여성이다.

서비스의 인기로 GS25와 CU는 배송일 단축을 노력하는 등 서비스 경쟁력 강화에 한창이다. CU는 CU끼리택배 예약 서비스를 자체 멤버십 앱 '포켓CU'에서도 할 수 있도록 해 고객 접근성을 높였다고 9일 밝혔다. 앱 서비스 개편을 기념해 1월 한 달간 포켓CU를

통해 CU끼리택배를 이용한 고객 3만 명에게 800원 할인쿠폰도 제공한다.

BGF리테일 관계자는 서비스 강화 이유로 팬데믹 이후 변화한 일상을 지목했다. 그는 "최근 3년 사이 온라인 쇼핑, 중고 거래 등 비대면 거래가 많아지는 가운데 물가 인상으로 택배비 부담이 가중되면서 고객들의 편의점 점포간 택배 이용이 폭발적으로 늘어나는 추세"라며 "고객들의 다양한 이용 목적에 따라 접근성과 활용도가 높아 관련 서비스를 강화하고 있다"고 밝혔다.

중고거래에서 반값택배 이용이 크게 각광받으면서 중고거래 플랫폼이 편의점과 협업에 나서기도 했다. 10일 번개장터는 GS네트웍스와 제휴해 'GS25 반값택배' 서비스를 번개장터 앱 내에서 접수할 수 있도록 했다고 알렸다.

번개장터 관계자는 "개인 간 중고거래에서의 배송 편의성을 높이기 위해 'GS25 반값택배' 서비스를 도입하게 됐으며, 현재 높은 재이용률을 기록하는 등 초기 반응이 뜨겁다"며 "오픈 이후에도 기본 정보 연동 등 서비스 고도화에 집중해 고객에게 더욱 편리한 거래 환경을 제공할 계획"이라고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 종이전단 폐지... 연간 나무 3000그루 보존

롯데마트, 친환경 경영 일환  
앱·QR코드 이용 모바일 전단 운영

롯데마트는 10일 25년만에 종이 전단지 배포를 전면 중단하고 모바일 전단을 운영한다고 밝혔다.

대형마트에서 종이 전단은 매주 행사를 알리는 중요한 홍보 수단 중 하나로 여겨지지만 일회용인 데다 지난 전단이 전량 폐기 돼 자원 낭비를 야기했다.

롯데마트는 친환경 경영의 일환으로 새해부터 종이 전단 홍보를 전면 폐지하고 개편된 모바일 전단을 운영하기로

했다. 연간 150여톤의 종이 사용을 줄일 수 있을 것으로 전망되는데, 이는 연간 20년생 나무 약 3000그루를 보존하는 것과 같으며 약 1만 6000여kg의 탄소배출을 저감하는 효과로도 이어진다.

모바일 전단은 롯데마트의 오프라인 전용 어플리케이션인 '롯데마트GO' 또는 매장 내 고지된 QR코드를 스캔해 확인할 수 있다. 매주 목요일 오전 9시에 해당 주차의 새로운 소식과 행사 내용이 업로드된다.

롯데마트 측은 앞으로 간편하고 쉽게 모바일 전단을 이용할 수 있도록 지속

적으로 디자인과 기능을 개선해나갈 예정이다.

김정우 롯데마트 브랜드전략팀 전담 담당자는 "친환경 경영과 ESG가치 실현을 위해 20여년간 운영하던 1회용 종이 전단 운영을 전면 중단하고 이제는 모바일 전단으로 고객들과 소통하고자 한다"며 "고객들과 함께 환경보호에 동참한다는 점에서 감회가 새롭고, 모바일 전단의 지속적인 개선을 위해 노력하는 것은 물론 향후 이와 연계된 다양한 프로모션도 검토할 예정이니 많은 이용 바란다"고 말했다. /김서현 기자

## 하이트진로 '제로슈거 진로' 첫 출고

깔끔하고 부드러운 목넘김 한층 강화

하이트진로가 건강을 중시하는 소비자 트렌드를 반영해 제로슈거 '진로'를 출시한다.

하이트진로는 경기도 이천공장에서 제로슈거 진로를 첫 출고했다고 10일 밝혔다. 진로는 수도권을 시작으로 전국 주요 상권의 업소 및 대형마트, 편의점 등에서 판매될 예정이다.

리뉴얼해 선보이는 제로슈거 진로는 당류를 사용하지 않고 하이트진로의 99년 양조 기술로 진로 본연의 맛을 유지했다. 특히 깔끔하고 부드러운 목넘김을 한층 강화한 것이 특징이다.

하이트진로 마케팅실 오성택 상무는 "진로는 깔끔한 맛과 젊고 트렌디한 이미지로 출시 이후 소비자들에게 많은 사랑을 받았으며 두꺼비 캐릭터를 활용, MZ



하이트진로의 제로슈거 진로가 10일 이천공장에서 첫 출고를 앞두고 있다. /하이트진로

세대들과 소통할 수 있는 다양한 마케팅을 진행했다"며 "앞으로도 국내 소주 시장을 선도하는 브랜드로 발돋움할 수 있도록 노력하겠다"고 밝혔다. 한편, 2019년 4월 출시한 진로는 누적 14억명(지난해 12월26일 기준)이 판매되며 국내 대표 소주 브랜드로 성장 중이다. 지난해 1~11월 누적 판매량은 전년 동기 대비 약 5% 증가했다. /신원선 기자 tree6834@

## 뚜레쥬르 '오복 한가득' 설 선물세트 선보

우리쌀 톨케이크 등 제품 다양

CJ푸드빌이 운영하는 뚜레쥬르가 2023년 새해를 맞아 설 선물세트를 선보인다고 10일 밝혔다.

올해 선보이는 제품은 '오복(五福) 한가득'을 주제로 2023년 한 해 동안 복이 깃들길 바라는 마음을 담았다. 명절 선물 구매시 가심비를 중시하는 고객 성향을 반영해 제품과 가격대를 다양하게 구성한 것이 특징이다. 또한 다양한 복의 의미를 담은 단청과 오방색, 염원을 상징하는 색동·모란·까치 등을 적용한 화려한 패키지로 선물의 품격을 높였다.

대표 제품 '우리쌀 톨케이크'는 우리쌀로 만든 시트와 콩고물 크림이 어우러져 부드럽고 고소한 맛이 특징이다. '골든 휘낭시에 세트'와 '모나카와 양갱



오복 한가득 선물세트. /CJ푸드빌

이 오복오복'은 어르신들에게 인기있는 디저트로 구성했다.

특히 '모나카와 양갱이 오복오복'은 다양한 복의 의미를 담은 단청을 모티프로 한 패키지 속에 통단팥·흑임자 모나카와 팥·밤·호박 양갱을 풍성하게 넣어 명절 선물로 제격이다.

1월 17일까지 뚜레쥬르앱을 통해 설 선물세트를 사전 예약하면 15% 할인 혜택을 제공한다. /신원선 기자

## 갤러리아백화점, 4500만원 한정판 '플래티넘 주빌리 70년'

갤러리아백화점이 4500만원에 육박하는 고급 설 선물세트로 한정판 위스키 '플래티넘 주빌리(Platinum Jubilee) 70년'을 공개했다. 입고 수량은 단 1병이며 명품관에서 판매한다.

플래티넘 주빌리는 영국 엘리자베스 2세 여왕 즉위 70주년을 기념해 지난해 출시된 위스키로 고든앤맥페일의 가장 오래된 싱글몰트 위스키 중 하나다.

여왕이 왕위에 오른 1952년 증류해 70년 동안 셰리 와인 숙성에 사용했던 목조통(50리터)에 숙성했다.

여왕 즉위 기념일인 지난해 2월 6일 병입 후 전세계 단 256병만 공개했다. 용량은 700ml, 도수는 52.3% 이다. 갤러리아는 오는 21일까지 전 지점에서 2023 설 선물세트 본판매를 진행 중이다. /김서현 기자

## 햇반 솔반 한정 기획상품 '정성한상' 선보

전통 디자인 브랜드 미미달과 맞손

즉석 영양 솔밥 브랜드인 CJ제일제당 '햇반 솔반'이 새해를 맞아 특별 한정 기획상품 '정성한상'을 선보인다고 10일 밝혔다.

이 제품은 한국 전통 솔밥의 원리로 정성껏 지어낸 햇반 솔반의 가치를 알리기 위해 전통 디자인 브랜드인 '미미달'과 손잡고 기획했다.

고려청자 문양으로 디자인된 패키지에 전북내장영양밥, 불고기버섯영양밥, 뿌리채소영양밥, 꿀약밥 각 2개씩이 담긴 일반세트 상품과 여기에 고려청자 컵



햇반 솔반 미미달 정성한상 기획세트 /CJ제일제당

코스터 2개가 추가된 기획세트 상품 두 가지로 선보였다. 시즌 한정 수량으로 판매된다. CJ제일제당 공식몰 CJ더마켓에서 구입 가능하며, 카카오톡 선물하기로도 만날 수 있다. /신원선 기자