

초여름 날씨... 유통업계, 냉장·냉동식품 관리·배송 '이상무'

티몬 T프라임에 '프레시몰' 신설 냉장·냉동식품 신선배송 서비스

G마켓 '스마일배송 저온센터' 운영 저녁 8시 이전 주문시 익일배송

롯데마트 냉동식품 매출 10% ↑ 프랑스 브랜드 '피카드' 상품 준비



롯데마트 제타플렉스 잠실점 냉동매대에서 피카드 상품을 들고 홍보하는 모델의 모습. /롯데마트

최근 최고기온이 30도에 육박하는 등 초여름 날씨가 지속되자 유통업계가 식품 유통망을 강화하고 있다. 안전한 신선 식품 배송을 위해 냉장·냉동 물류창고를 신설하는 등 고객들의 편의성과 쇼핑만족도에 초점을 맞췄다.

업계는 코로나19장기화, 온라인 시장 활성화 등으로 냉장·냉동식품에도 소비 트렌드가 변했기 때문이라고 설명한다. 최근에는 이상기온으로 급격히 더워진 탓에 냉동식품 소비도 큰폭으로 늘어난 가운데 합리적인 가격으로 구성된 이색적인 상품군을 확대하고 있다.

16일 유통업계에 따르면 티몬은 지난 15일 통합 풀필먼트 서비스 'T프라임'에 '프레시몰'을 신설하고 냉장·냉동식품 신선배송 서비스를 시작했다.

'프레시몰'은 냉장·냉동식품 전문 신선 풀필먼트 서비스다. 물류 관계사인 큐익스프레스와 함께 입점 파트너들의

재고관리와 주문, 배송을 한번에 지원해 편의성과 쇼핑 만족도를 높인다는 목표다.

티몬에 따르면 최근 날씨 영향과 집밥 수요 증가 등으로 간편식 주문이 늘어났다. 티몬이 지난달 10일부터 지난 10일까지 한 달간 냉장·냉동·식품 거래액을 조사한 결과 지난해 동기대비 118% 상승한 것으로 나타났다. 품목별로는 ▲소시지·핫도그·피자·어묵 257%, ▲만두·돈까스·치킨·튀김 157%, ▲양념·육가공·수산 103%, ▲탕·찌개·국·쿠김박스 60% 등이 각각 늘었다.

G마켓은 전용 배송서비스 '스마일배

송'의 고객 이용 행태를 분석한 결과 멤버십 회원의 매출 비중이 80%에 달하는 것으로 나타났다.

또 실제 온도가 높아지면서 해당 서비스를 이용하는 고객들도 증가하고 있다는 분석이다.

스마일배송은 G마켓이 2014년 업계 최초로 선보인 익일합포장 배송 서비스다. 여기에 식품들의 신선도를 유지하기 위해 G마켓이 콜드체인 플랫폼 팀프레시와 파트너십을 맺고 경기도 이전에 구축한 '스마일배송 저온센터'를 신설해 운영하고 있다

스마일배송 저온센터를 활용하면 냉장과 냉동에 최적화된 전문센터에서 상

품의 보관과 재고관리가 가능하다.

스마일배송 저온센터에 입고된 상품도 일반 스마일배송 상품과 동일하게 익일배송 시스템이 적용된다.

저녁 8시 이전 주문 시 다음날 받아 볼 수 있는 빠른 배송과 무료배송 등의 혜택을 제공하는 G마켓의 핵심 서비스이다.

G마켓 관계자는 "현재 냉동 상품을 대상으로 저온센터를 가동하고 있다. 올해 하반기에는 냉장상품까지 영역을 확대해 운영할 계획"이라며 "올해 안에 스마일배송 저온상품의 가짓수도 기존의 2배 수준으로 늘릴 것"이라는 목표를 밝혔다.

롯데마트의 냉동식품 매출은 지난해 대비 10% 이상 성장했다. 특히 롯데마트는 프랑스 인기 냉동 식품을 오프라인 매장에 들여오면서 업계가 주목했다.

롯데마트는 지난달 29일 프랑스 인기 냉동 식품 브랜드 '피카드(Picard)' 상품을 오프라인 매장 단독으로 도입해 운영 중이다. '피카드'는 1906년 설립해 달팽이 요리, 코코뱅 등 프랑스 정찬부터 식재료인 채소와 과일, 디저트까지 모든 종류의 음식을 냉동식품으로 판매하는 업체로, 프랑스 냉동 유통시장 점유율이 20% 이상 차지할 만큼 시장 영향력이 매우 크다.

이번에 선보이는 피카드 상품은 프랑스 현지인들로부터 가장 인기를 받고 있는 상품 위주로 준비했다. '피카드 버터 크로아상(440g)'과 '피카드 초코 버터 케이크(330g)'와 같은 베이커리류, '피카드 트러플 탈리아텔레 파스타(250g)'와 '피카드 냉동 알감자(450g)'와 같은 간편식을 포함해 총 11종이다.

아울러 롯데마트는 상품들의 합리적인 가격을 위해 해외 직소싱 프로세스를 통해 가격 경쟁력을 확보했다. 중간에 벤더사를 끼지 않고 피카드 업체에서부터 곧바로 수입을 진행함으로써 판매가를 낮출 수 있다는 것.

오프라인 단독으로 판매하는 '피카드' 상품은 롯데마트 제타플렉스 잠실, 서초점을 포함한 30개점에서 구매할 수 있다.

정병구 롯데마트·슈퍼 식품수입팀장은 "이번 피카드 상품 도입은 롯데마트의 글로벌 소싱 역량을 바탕으로 고객들이 다양한 냉동 식품을 쇼핑할 수 있도록 준비한 프로젝트"라며 "지난달 출시한 11종 외에도 달팽이요리인 에스카르로나 토마토 소스 요리인 라파뚜이 등의 신규 피카드 상품 출시와 더불어 운영 점포 또한 지속 확대할 계획"이라고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

홈플러스, 마트서 장보고 식사하는 고객 늘었다

메가푸드마켓 리뉴얼 오픈 1년 차 식품 매출 34%, 식음료 테넨트 54% ↑

홈플러스는 지난 3월 대형마트 식품 매출과 몰(Mall) 식음료 테넨트(입점 매장)의 매출이 모두 증가했다고 16일 밝혔다. 특히 초대형 식품 전문 매장 '홈플러스 메가푸드마켓'에서는 리뉴얼 오픈 1년차 점포의 식품 매출이 전년 동기 대비 34% 올랐고, 식음료 테넨트 매출은 54% 늘었다. 신선식품의 경우 모든 카테고리 매출이 올랐다.

회사 측은 고물가에 내수 수요가 증가하면서 대형마트를 찾아 장을 보는 동시에 식사까지 편리하게 해결하는 고객들이 증가한 것으로 분석했다.

또 마이홈플러스 멤버십 할인 쿠폰을 사용하면 홈플러스 몰 식음료 매장



모델이 16일 서울 등촌동 '홈플러스 메가푸드마켓' 강서점 푸드코트 '더 홈 키친'에서 쇼핑하는 모습. /홈플러스

에서 할인을 받을 수 있는 점도 영향을 미쳤다. 홈플러스는 지난해 5월 마이홈플러스 멤버십을 '홈플 ONE 등급제'로 개편하면서 마트, 온라인, 몰, 익스프레스 멤버십을 하나로 통합했다. 등급별로 몰을 포함한 홈플러스 전 채널

에서 결제 금액에 따라 최대 5000원 할인을 받을 수 있는 '통합쿠폰'이나 3만원 이상 결제 시 7% 또는 5% 할인이 가능한 '몰 할인 쿠폰'을 지급한다.

'홈플 ONE 등급제' 론칭 이후 '통합쿠폰'을 이용해 할인을 받은 고객은 145

만명, '몰 할인 쿠폰'을 통해 할인을 받은 고객은 15만명에 달했다. 3월 '통합쿠폰', '몰 할인 쿠폰' 사용 고객은 전월 대비 32% 늘었다. 따뜻한 봄철 외출 증가로 씬씬이는 커졌으나, 높은 물가에 조금이라도 쇼핑 할인 혜택을 챙기려는 고객들이 많은 것으로 나타났다.

다양한 식음료 브랜드를 접할 수 있는 것도 홈플러스 몰의 장점이다. 홈플러스 몰은 한식, 중식, 일식, 양식 등 다양한 메뉴를 한 곳에서 만나볼 수 있는 푸드코트 '더 홈 키친'은 물론, '쿠우쿠우', '아웃백 스테이크 하우스' 등 다양한 식음료 앵커 테넨트를 보유하고 있다. /최빛나 기자



SSG닷컴 랜더스백 유니폼 선판매

SSG닷컴이 올해도 '랜더스백'을 가장 먼저 공개한다.

SSG닷컴은 오는 26일부터 28일까지 진행되는 SSG랜더스 스타벅스 데이를 기념해 16일 오전 10시부터 SSG랜더스와 스타벅스(SCK컴퍼니)가 협업해 출시한 랜더스백 유니폼(사진)을 단독 선판매한다고 밝혔다.

랜더스백은 매 시즌 발매될 때마다 화제를 모아온 슝닷컴 SSG랜더스 공식 스토어의 베스트셀러다. 특히 지난 시즌 새롭게 추가된 민트 색상 유니폼은 공개 당시 4분 만에 준비된 물량이 모두 완판되었으며 관련 키워드가 슝닷컴 실시간 검색어를 휩쓸었을 정도로 인기였다.

이러한 호응에 힘입어 올해 민트 색상 유니폼 물량을 900장으로 대폭 늘렸다. 기존 그린 색상 유니폼도 600장을 기획, 두 컬러를 합쳐 총 1500장의 랜더스백 유니폼을 준비했다.

이번 랜더스백 유니폼은 기본 홈 유니폼 디자인에 스타벅스 고유의 그린 색상과 민트 색상을 적절히 배합한 것이 특징이다. 두 색상 유니폼 모두 90~120까지 총 6가지 사이즈로 출시되며 가격은 13만5000원이다. 구매한 유니폼은 17일부터 순차적으로 배송될 예정이며 모자와 전용 마킹지는 따로 출시되지 않는다. /최빛나 기자

G마켓·옥션, 빅스마일데이 참여셀러 모집 하림 푸디버디, '팝콘치킨' 3종 출시

첫 참여자 'AI매출업 광고' 서비스

G마켓과 옥션이 상반기 최대 쇼핑 축제 '빅스마일데이'를 앞두고 오는 28일까지 행사에 참여할 셀러를 모집한다고 16일 밝혔다. 빅스마일데이는 내달 7일부터 20일까지 2주간 열린다.

행사 참여 셀러에게는 매출 상승을 돕기 위한 '광고 지원 프로그램'을 제공한다. 빅스마일데이에 처음 참여하는 셀러라면 고효율 개인화 광고 상품인 'AI매출업 광고'를 7일간 무료로 경

험해볼 수 있다. 여기에 행사기간 동안 사용 가능한 AI매출업 이머니 5만원을 지급하고, 판매자광고센터 이머니(CPP) 10만원 등이 포함된 총 20만원 상당의 3종 기프트를 제공한다.

물류보관비도 지원한다. 익일합포장 서비스 '스마일배송'을 처음 이용하는 신규 셀러의 경우 가입 달을 포함해 4개월간 물류보관비가 무료다. 여기에 입출고 시스템 및 포장, CS처리 등의 풀필먼트 운영비를 50% 할인한다.

/최빛나 기자

100% 국내산 닭가슴살 사용

하림은 어린이식 브랜드 푸디버디가 '팝콘치킨' 3종을 출시한다고 16일 밝혔다.

이번에 새롭게 출시하는 제품은 '부드러운 순살 팝콘치킨', '흔들흔들 팝콘치킨 양념치킨맛/바베큐맛' 등 총 3종이다. 앞서 선보인 '흔들흔들 팝콘치킨 달콤치즈맛/짜장맛' 제품에 대한 어린이들과 부모 소비자들의 호응에 힘입어 푸디버디 팝콘치킨 라인업을 강

화하게 됐다.

지난해 출시된 '흔들흔들 팝콘치킨'은 호기심을 자극하는 비주얼과 직접 흔들어 먹는 재미있는 제품으로 입소문을 타면서 출시 일주일 만에 쿠팡에서 여러 차례 일시 품절 사태를 빚은 바 있다.

팝콘치킨은 100% 국내산 닭가슴살을 12시간 냉장 숙성한 후 통째로 깨끗한 순식물성 기름에 튀겨 겉은 바삭하고 고소하며, 속은 부드러운 식감을 살린 제품이다. /신원선 기자 tree6834@

