

# 마트·외식기업·편의점까지... 신성장동력 찾아 '몽골' 간다

전체 인구의 절반이 2030세대 수도인 '울란바토르' 집중 공략 이마트, 작년 현지에 4호점 개점 롯데마트·홈플러스PB 판매 나서 CU, 6년만에 편의점 매출 1173억



몽골 CU점 내부 모습. /CU

유통업체가 몽골 시장 진출에 나섰다. 2030세대가 전체 인구의 절반을 차지하는 몽골에서 신성장 동력을 찾고자 하는 움직임으로 풀이된다.

21일 유통업계에 따르면 국내 유통 기업들 사이에서 몽골 시장이 새로운 글로벌 전략지로 떠오르고 있다.

특히, 몽골의 수도 울란바토르에 업계 이목이 집중되고 있다. 몽골 인구의 약 45%가 울란바토르에 거주하고 있음과 동시에 2030 젊은 경제활동 인구가 몰려 있기 때문이라는 게 업계 분석이다.

유통업계 중 가장 먼저 몽골시장을 눈여겨 본 곳은 대형마트와 프랜차이즈 기업들이다. 앞서 이마트는 2016년 몽골 현지 기업 알타이그룹과 손잡고 몽골에 첫 점포를 낸 바 있다. 이후 2017년 2호점을 내고, 2019년 3호점을 내며 사

업을 확장해 오다 지난해 2023년 4호점 매장을 개점했다.

4호점은 장보기부터 외식, 레저, 문화 활동이 모두 한곳에서 가능한 복합 소핑몰인 미래형 대형마트 모델로 출범했다는 게 업계 관계자의 설명이다.

롯데마트와 홈플러스 역시 자체 상품(PB) 상품을 중심으로 몽골 시장 진출에 나섰다. 롯데마트는 온리프라이스, 요리하다, 초이스엘 등 자체 브랜드 상품을 울란바토르 국영백화점과 하이퍼마켓 등 25개 점포에서 판매한다. 홈플러스 역시 현지 유통업체를 통해 자체 생활용품 상품을 판매하고 있다.

외식 프랜차이즈 기업 역시 몽골 시장 공략 사업에 속도를 내는 모양새다. 롯데GRS는 지난 2월 울란바토르 대형 소핑몰 '노민플라자'에 롯데리아 5호점을 새롭게 선보였다. 현재 롯데GRS는 지난 2018년 처음으로 몽골 사업에 뛰어들었다.

이외에도 맘스터치, CJ푸드빌의 '뚜레쥬르' 역시 몽골 시장에 점포를 선보이며 시장 공략에 나서고 있다. 맘스터치는 몽골에서 1년 만에 맘스터치 점포를 6개로 늘렸고, 뚜레쥬르는 지난해 6

월 '몽골 글로벌파크점' 플래그십 스토어를 열었다.

몽골 시장을 편의점 업계에게도 금싸라기 땅이다. 업계 관계자에 따르면 BGF리테일의 편의점 CU가 매출 약 1173억 원, 경상이익 39억3000만 원을 달성했다.

몽골 진출 6년 만이다. 앞서 BGF리테일은 지난 2018년 몽골 현지 기업 프리미엄 넥서스와 프랜차이즈 계약을 맺고 국내 편의점 업계 중 처음으로 몽골 시장에 출사표를 던졌다. 현재 몽골에서 영업 중인 CU 점포는 모두 400여 곳에 달한다.

유통업계관계자는 "몽골 진출에 더욱 박차를 가할 것"이라며 "경제난이 지속되고 있는 가운데 경제력을 확보하기 위해선 성공적인 해외 진출이 답. 사업 다각화에 힘을 쏟는 이유"라고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

## 홈플러스, 브랜드 제휴로 매출 최대 2배 '쑥'

제휴행사 기간 객수 전년대비 77%↑ 내일부터 강서점서 '베리얼스' 팝업



모델이 21일 서울 등촌동 홈플러스 메가푸드마켓에서 '베리얼스'와 함께하는 '제로웨이스트 팝업스토어'를 소개하고 있다. /홈플러스

홈플러스는 최근 팝업스토어, 단독 혜택 등 활발한 브랜드 제휴 활동이 '홈플러스 몰(Mall)' 전체 매출에 크게 기여하고 있다고 21일 밝혔다. 고객들의 점포 방문 계기를 만들어 객수 증가에 큰 영향을 끼친 것이다.

홈플러스는 각종 즐길거리와 제휴 혜택 등이 고객들을 오프라인 점포로 이끌었고, 자연스럽게 매출 상승으로 이어졌다는 분석이다. 실제로 몰 매출이 크게 증가한 제휴 행사 기간 객수 변화를 보면, 점포별 전년 동기 대비 최대 77%까지 증가한 것을 확인했다.

향후 홈플러스는 이 같은 매출·객수

신장 효과를 발판 삼아, 브랜드 제휴 활동을 더욱 확대할 방침이며, 이 달에도 다양한 제휴 협업 행사, 단독 혜택들을 전개한다.

먼저, 오는 23일까지 홈플러스 메가푸드마켓 강서점 1층 주출입구 앞에서

라이프스타일 편집숍 '베리얼스'와 함께 '제로웨이스트 팝업스토어'를 진행한다. 천연 주방솔, 실리콘 지퍼백 등 다양한 자체 제작 친환경 제품들과 대나무 칫솔, 비누 등 제로웨이스트 상품들을 판매한다.

마이홈플러스 멤버십 회원만을 위한 혜택도 마련했다. 실리콘 지퍼백 3종 세트 구매 시 1만원 할인 및 1리터 지퍼백을 추가 증정하며, 친환경 디퓨저 최대 30% 할인 및 디퓨저 구매 시 건조기 양모볼 2000원 할인 혜택을 제공한다. 또 모든 구매자에게 제로웨이스트 아이템을 증정한다. 22일 오후 5시 30분부터는 홈플러스 임직원과 함께하는 플로깅 행사 '얼스줍깅'도 함께 진행한다. /최빛나 기자

## 초콜릿·커피 원료 맛성분 디지털 전환

롯데중앙연구소, 정량화 방법 제시

롯데중앙연구소가 맛과 향 등 식품 품질 평가의 디지털 전환(DX) 연구 성과를 발표했다고 21일 밝혔다.

롯데중앙연구소는 지난 16일부터 18일까지 개최된 대한화학회 학술발표회에서 사람의 오감을 디지털로 전환하는 Total Sensory System 구축 성과와 이를 토대로 고안한 식품 평가 정량화 방법 및 초콜릿, 커피 원료의 품질 모델에 대해 발표했다.

발표에 따르면 롯데중앙연구소는 지난 2014년부터 10여년간의 연구를 통해

▲전자코 ▲전자혀 ▲전자귀 ▲전자눈 ▲식각 분석기 등으로 구성된 Total Sensory System을 구축했다. 특히 전자혀로 단맛, 신맛, 짠맛, 쓴맛, 감칠맛, 짙은맛과 같은 기본적인 맛들의 성분을 분석 후 전문가 패널의 응답과 대조해 상관성을 도출했으며 이를 토대로 맛 성분의 디지털화와 정량화 방법을 제시했다.

롯데중앙연구소는 또한 Total Sensory System을 활용해 글로벌 주요 산지 10개국의 초콜릿 원료와 12개국의 커피 원료에 대한 품질 모델을 개발했다. /신원선 기자 tree6834@

## 신세계 계열사 총출동 '대한민국 썩데이'

내달 1일~10일 역대 최대 규모·혜택 1일~3일 이마트 한우 최대 50% 할인

대한민국을 대표하는 쇼핑 축제 '2024 대한민국 썩데이'가 내달 1일 역대 최대 규모와 혜택으로 선보인다.

썩데이는 신세계그룹의 온·오프라인 계열사가 총출동해 고객에게 확실히 이득이 되는 특가 기획 상품, 새로운 즐거움이 가득한 이벤트를 선사하는, 그야말로 '국가대표 쇼핑축제'다.

올해로 5회차를 맞이한 2024 썩데이는 내달 1일부터 10일까지 총 10일간 진행된다. 기간 중에 주말 두 번을 끼고 진행되는 건 처음이며 기간도 역대 가장 길다. 그만큼 고객이 반길 만한 상품과 이벤트가 가득하다.

올해 썩데이는 G마켓, SSG닷컴 등 온라인 계열사와 이마트, 신세계백화점 등 18개 주요 계열사가 총출동한다. 신세계를 대표하는 계열사들은 개별 특가 상품 뿐만 아니라 유기적 협업을 통해 온·오프

라인을 넘나드는 이벤트를 벌인다.

이번에 준비한 썩데이 규모는 1조 9000억원으로 역대 최대 규모다. 올해 썩데이는 '썩데이 시그니처 톱 100'이라는 테마로 대표 상품을 엄선했다. 인기 먹거리와 의류, 가전, 가구 등 필수 상품들이 총망라됐다. 신세계그룹은 오랜 기간 이어진 고물가로 주머니 사정이 여의치 않은 소비자들에게 확실한 득템의 기회를 제공할 계획이다.

내달 1~3일 행사를 열어 썩데이 포문을 열 이마트는 한우 전 품목을 최대 50% 할인한다. 스테디셀러인 이판란 60구를 8980원에, 제철을 맞은 러시아 대계를 연중 최저가로 제공한다.

SSG닷컴에서는 LG 오브제컬렉션 위시타워를 169만 원대 초특가로 선보인다. 이 가전제품은 시중에서 200만원 대에 팔리는 상품이다. 이번 썩데이에서는 여행 상품도 놓치지 말아야 할 핵심 혜택 중 하나다. 겨울방학 여행과 내년 휴가 계획까지 미리 짤 수 있도록 준비했다. /최빛나 기자

## 알리익스프레스 내달 11일 광군제 맞아 '100원 래플' 프로모션

알리익스프레스가 21일 내달 11일 광군제를 맞아 1억 원의 현금을 받을 수 있는 '알리 100원 래플' 프로모션을 공개했다.

이번 '알리 100원 래플' 프로모션은 연중 최대 쇼핑 및 할인 행사인 광군제 맞이 사전 예열을 위해 특별히 준비된 이벤트로, 내달 1일부터 18일까지 매일 진행된다.

단 100원으로 누구나 참여할 수 있는 이번 이벤트에서는 응모자 중 추첨을 통해 현금 1억 원, 명품 브랜드 상품, 앱 쿠폰 등 과격적인 경품을 증정한다. 자세한 상품 라인업은 오는 28일부터 앱에서 '알리 100원 래플' 검색을 통해 확인할 수 있다. 이벤트 참여 방법은 매우 간단하다. 알리익스프레스 앱을 다운로드한 후 '알리 100원 래플'을 검색해 손쉽게 이벤트에 참여할 수 있으며, 각 상품별로 1회 씩 응모할 수 있다. /최빛나 기자



감귤을 들고 웃고 있는 제주 감귤 농민들. /쿠광

## 쿠광, 제주감귤 800t 매입 '농가와 상생'

쿠광이 이달 말까지 제주 감귤 농가에서 감귤 약 800톤을 매입한다. 역대급 폭염과 잦은 국지성 호우로 피해를 입어 판매가 여의치 않은 제주 농가의 감귤을 매입해 감귤 물가를 안정화하는 한편, 농가 소득을 보전하기 위한 조치다.

쿠광은 이달 말까지 800톤가량의 감귤을 제주 농가에서 매입할 예정이라고 21일 밝혔다. 최근까지 330톤의 감귤을 매입했고, 이달 말까지 500톤을 추가로 사들인다. 매년 감귤 시즌이 본격화되는 10월을 맞아 쿠광이 매입한 역대 최대 규모다.

쿠광의 이번 매입 결정은 올 7~9월 중순까지 제주 지역에 폭염과 잦은 국지성 호우로 최근 노지 감귤의 열과(과

일이 갈라지거나 터지는 현상) 피해 규모가 폭증한 상황에서 이뤄졌다.

이에 쿠광은 상대적으로 선호도가 떨어져 제주 농가에서 유통 채널로 판매가 여의치 않은 감귤을 대거 매입했다. 전체 매입분 가운데 절반가량을 소형(49~53mm)과 대형(63~70mm)이 차지한다. 폭염 직격탄을 맞은 상황에서 소대형 감귤의 유통이 원활하지 않으면 감귤이 크기별로 가격 격차가 벌어져 중장기적으로 물가가 치솟고, 전체적인 농가 소득이 줄어들 수 있다. 쿠광은 소대형 감귤 중에서도 당도와 맛, 품질이 중형 감귤만큼 우수한 상품을 선별해 고객들에게 저렴한 가격으로 제공할 예정이다. /최빛나 기자