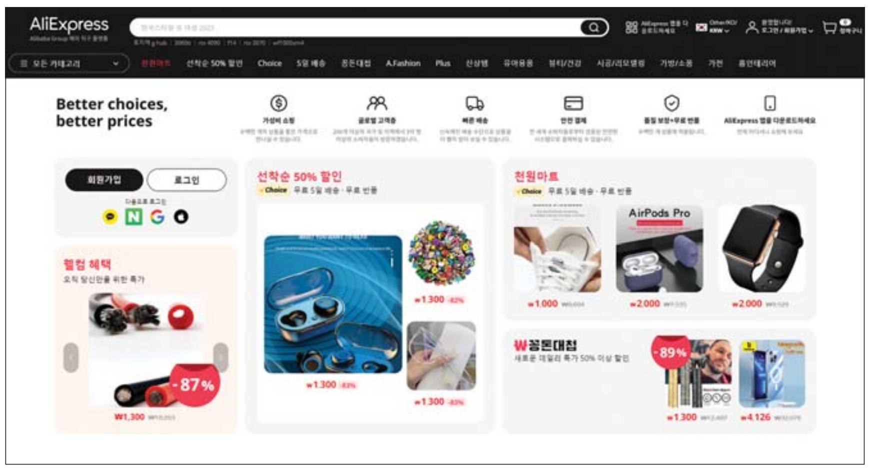
알리, 내년 韓 물류창고 구축 전망
국내 e커머스업계 긴장감 최고조

최저가 전략에 배송 속도전
1년새 앱 사용자 2배 가량 증가
업계 "1위 쿠팡 위협할 수도"


알리익스프레스 홈페이지 캡처 /알리익스프레스

국내 e커머스 시장은 쿠팡이 독보적으로 1위를 기록하고 있는 가운데, 중국 알리바바그룹의 산하 온라인 직구 플랫폼 '알리익스프레스(이하 알리)'가 최저가를 내세우며 국내시장에 돌풍을 일으키고 있어 업계가 주목하고 있다.

특히 알리는 최저가뿐만 아니라 배송에도 속도전을 낼 것으로 알려지면서 국내 e커머스 업계가 긴장하고 있는 분위기다.

3일 유통업계에 따르면 알리가 이르면 내년 한국에 물류창고를 구축할 것으로 전해지면서 국내 유통 시장 점유율이 알리로 기울 것이라는 예측이 나온다.

물류창고까지 구축하게 되면 현재 알리가 전략으로 내세우고 있는 '최저가'에 배송 '속도전'까지 더해지면서 성장에 가속도가 붙을 것이라는 전망이다.

지난 2018년 한국시장에 진출한 알리는 지난해 11월 한국 전용 고객센터를 열고 마동석을 홍보모델로 발탁하는 등 공격적인 마케팅을 이어왔다.

이에 알리는 CJ대한통운에서 제품들의 배송 기간을 최대 3일 안으로 줄일 수 있게 됐다. 뿐만 아니라 무료배송, 무료반품 서비스까지 접목하면서 경쟁력을 올리고 있다.

일각에선 이런 알리의 공격적인 마케팅이 쿠팡을 견제하면서 더욱 속력을 내고 있다는 분석도 나온다. 쿠팡의 사업모델과 비슷하기 때문이다.

하지만 또 다른 일각에선 알리가 한국에 물류센터를 구축한다 해도 하청업체들과 협력해 배송하는 시스템으로 운영할 것이라는 의견이 나오는 가운데, 배송원을 고용, 직접 운영하는 쿠팡과는 다른 형태의 배송 서비스가 될 것이라는 쪽으로 무게가 실린다.

그럼에도 불구하고 일부 상품이 쿠팡보다 '최저가'라는 점, 중국에서 바로 상품을 생산해 판매한다는 점이 국내 어느 e커머스 업체보다 가격경쟁력적인 측면에서 우위에 있다는 점에는 큰 이견이 없다.

실제로도 알리의 성장속도는 눈에 띈다. 알리익스프레스 앱의 한국인 사용자는 올해 10월 기준 613만명으로 지난해 대비 (297만명) 약 2배 들었다. 이는 G마켓 이용자(582만 명)에 비교하면 괄목할 만한 성장 속도다.

이에 업계 전문가는 쿠팡도 대부분의 제품이 중국에서 생산되는 만큼 알리의 이런 성장을 안일하게 대처해서는 안된다는 입장이다.

유통업계 관계자는 "앞으로 국내 내수 시장에서 알리가 쿠팡을 제치고 업계 1위를 기록할 수 있을지 장담하지 못하지만 국내 경기가 어렵고 물가 상승이 지속되고 있는 만큼 앞날도 가늠하기 어렵다. 또한 시시때때로 소비자들의 트렌드도 변하고 있다. 그럼에도 불구하고 조저가, 빠른배송의 형태는 이어 질 것으로 예상되면서 업계 내 알리의 미래는 밝은 것으로 보여진다"고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

뷰티업계, 'K-인플루언서' 육성 팔 걷어

LG생건 라이브 크리에이터 모집
아모레퍼시픽 'A마스터' 서류접수

'에스트라'는 오는 7일까지 'A마스터 3기' 모집한다. /아모레퍼시픽

뷰티 업계가 'K인플루언서'를 직접 발굴함으로써 브랜드와 소비자 간의 소통을 강화해 새로운 성장 동력을 모색하고 있다.

3일 업계에 따르면 LG생활건강은 오는 20일까지 '내추럴 뷰티 라이브 크리에이터 6기' 참가자를 모집한다.

LG생활건강은 앞서 지난 2018년부터 현재까지 '내추럴 뷰티 라이브 크리에이터' 과정을 통해 총 160여 명의 뷰티 인플루언서를 배출한 바 있다. 이들은 K뷰티 인플루언서로서 유튜브, 인스타그램 등에서 왕성하게 활동을 이어가고 있다.

이번 모집 인원은 총 36명이다. LG생활건강은 오는 2024년 1월 15일 발대식을 열고 평일 주2회 강의를 진행할 예정이다.

무엇보다 'K인플루언서' 육성을 위해 LG생활건강은 실제 방송과 유사한 실습을 포함한 전문 쇼호스트 교육을 전액 무료로 제공한다. 이와 관련 미미언니, 리코 등 업계 최고의 스타 쇼호스트들의 수업을 마련했다.

또 수강생 개개인의 실력을 고려한 개별 멘토링, 주제별 과제 수행 등도 진행하고 있다. 이를 통해 선발된 우수 수강생에게는 LG생활건강 라이브커머스 방송에 동반 출연할 수 있는 기회가 주어진다.

아울러 LG생활건강은 '내추럴 뷰티 라이브 크리에이터 6기'를 환경 전문 비영리단체인 환경재단과 함께 운영해 친환경 뷰티 교육도 강화할 방침이다.

생활뷰티기업 애경산업도 오는 18일까지 'AK LOVER 뷰티·라이프 클럽' 참가자를 모집한다. SNS 운영자라면 누구나 지원 가능하다.

'AK LOVER 뷰티·라이프 클럽'에 발탁된 뷰티 크리에이터는 애경산업 제품을 체험하고 자신이 운영하는 SNS에서 제품 홍보 활동과 마케팅 활동 등을 펼치게 된다. 모집 분야는 숏폼, 블로그팀, 인스타팀 등이 있다. 활동기간은 오는 2024년 1월부터 5월까지다.

애경산업 관계자는 "AK LOVER 뷰티·라이프 클럽을 통해 애경산업과 뷰티 크리에이터들은 진정성 있는 소통을 할 수 있을 것이다"라고 말했다.

아모레퍼시픽의 더마 화장품 브랜드 '에스트라'는 오는 7일까지 국내 대학생을 대상으로 'A마스터 3기' 모집을 위한 서류접수를 진행한다. 이후 오는 21일과 22일에 면접 전형을 거쳐 오는 29일 최종 합격자를 발표할 예정이다.

'A마스터'로 선발되면 오는 2024년 1월부터 약 8주의 활동 기간 동안 더마 화장품 관련 콘텐츠를 제작하게 된다. 에스트라에 따르면 A마스터 1기와 2기의 참가자들은 약 1200여 건의 콘텐츠를 제작했다.

향후 활동 우수자는 에스트라 마케팅에도 참여할 수 있게 된다.

에스트라 관계자는 "이번 3기 참가자들과도 참신하고 재기 발랄한 콘텐츠들을 다양하게 만들어 갈 수 있기를 기대한다"고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@

이마트 "2030년까지 탄소 32.8% 감축"

넷제로 보고서 2023
2050 탄소중립 전략·로드맵 수립

이마트 2023넷제로 보고서 표지 /이마트

이마트가 2050년까지 온실가스 순배출량을 '0'으로 만드는 탄소중립을 추진하며 글로벌 기후 위기 대응에 동참한다.

이마트는 지속가능한 환경경영을 위한 2050 탄소중립전략과 로드맵을 수립하고, '넷제로 보고서 2023'을 발간했다고 3일 밝혔다.

이마트는 2018년 대비 탄소 배출량을 2030년까지 32.8% 감축하는 중간목표를 세웠다. 나아가 2050년까지 6대 온실가스 배출량을 모두 '0'으로 만들겠다는 넷제로(Net Nero)를 달성하기 위한 전략 계획과 성과를 보고서에 담았다.

보고서에 따르면 이마트는 온실가스 감축사업 테마를 ▲운영효율 개선 ▲설비 교체 ▲탄소상쇄사업 ▲신재생 에너지 투자 등 4가지로 나누고 테마별 탄소 감축에 소요되는 투자·운영·에너지절감 비용을 고려해 한계감축비용을 산정했다. 이어 탄소배출권 시장가격을 고려한 내부 탄소가격을 설정, 한계감축비용과 비교해 최적화된 감축 로드맵을 마련했다.

이마트는 직접적으로 배출한 온실가스뿐만 아니라 간접적으로 배출하는 온실가스 배출량에 대한 정량 데이터를 관리해 미래 배출량에 대한 최적의 감축 전략을 수립할 계획이다.

/최빛나 기자

SSG닷컴 "'신선직송관' 구경하세요"

전국 각지 검증 협력사 상품 입점

SSG닷컴이 우수 협력사의 신선식품을 한 곳에 모아 판매하는 '신선직송관'을 오픈한다고 3일 밝혔다.

SSG닷컴의 '신선직송관'은 전국 각지의 최고급, 초신선 상품을 취급하는 검증된 협력사만 입점할 수 있다. 당일 어획 활어, 새벽시장 경매 과일 등 유명 산지에서 직접 받아보는 신선상품, 빠르게 받아보는 오늘출발 상품, 품목별 바이어가 엄선한 신선식품, 고객 후기로 입증된 인기상품, 특가·행사 상품 등 속성별로 카테고리를 분류해 고객이 편리하게 직관적으로 둘러볼 수 있도록 쇼핑 환경을 구축했다.

이와 함께 SSG닷컴은 자체 신선식품에 적용중인 '신선보장제도'에 이어 '신선직송관'에 입점한 협력사 상품품질을 보장하는 '품질보장제도'를 새로 도입한다. 고객이 신선하지 않은 상품을 받았을 경우 고객센터 통한 접수 과정 없이 쓱닷컴 앱에 상품 촬영사진을 등록하는 방식으로 간편하게 환불을 받을 수 있게 됐다.

오는 4일부터 17일까지 '신선직송관' 오픈 기념 행사를 최대 60% 할인된 가격에 진행한다. 쓱닷컴 단독 상품으로 선보이는 '구미우' 1++등급(NO.9) 한우 등심특수부위 모둠 구이를 비롯해 '맛젤' 해남 꿀고구마, 햇 부사 사과, 제주 고당도 한라봉 등이다.

/최빛나 기자

유통가 신제품&이벤트

커피앳웍스, '화이트 홀리데이 블렌드' 출시

브루드 커피, 드립백, 원두 3종

SPC가 운영하는 스페셜티 커피 브랜드 커피앳웍스가 '화이트 홀리데이 블렌드'를 출시했다고 3일 밝혔다.

이번에 선보이는 '화이트 홀리데이 블렌드'는 케냐, 파나마, 콜롬비아 등 다양한 지역에서 생산된 커피로, 잘 익은 자몽을 한 입 베어 문 듯한 풍부한 과즙과 쌉싸름한 카카오닙스의 향미, 헤이즐넛의 고소함을 극대화했다.

신제품은 커피앳웍스 전 매장에서 ▲브루드 커피 ▲드립백 ▲원두로 12월 말까지 만나볼 수 있다.

/신원선 기자

던킨

'던킨 콤보' 혜택 확대

SPC 비알코리아가 운영하는 던킨이 대표 제품인 커피와 도넛을 함께 즐기는 커피&도넛 '던킨 콤보' 프로모션 혜택을 확대 실시한다고 3일 밝혔다.

이번 프로모션은 던킨 커피와 도넛을 함께 구매하면 할인된 가격에 제공하는 행사로 기존 해피앱 바코드 스캔 시에만 제공하던 혜택을 별도의 조건 없이 구매하는 모든 고객에게 확대 시행한다.

/신원선 기자 tree6834@

파파존스

마마치킨 '치맥' 할인 혜택

한국파파존스의 자체 치킨 브랜드 '마마치킨'가 연말을 맞아 특별한 혜택으로 채운 12월 이벤트를 마련했다.

마마치킨은 12월 한 달간 매장을 방문해 치킨 메뉴와 함께 맥주 주문 시 인기 맥주 3종에 최대 3000원의 할인 혜택을 제공한다.

이와 함께 치킨 메뉴 포장 고객에게는 3000원의 할인 혜택을 제공한다.

/신원선 기자