

알리프레시 참전… ‘36조’ 신선식품 시장, 4강 구도 재편

알리프레시 국내산 농산물 등 선배 구독료 없이 1만5000원 ‘무료배송’

쿠팡 ‘로켓프레시’ 기반 매출1위
컬리 네이버와 ‘컬리N마트’ 출격
오아시스마켓 온·오프 동시 공략

이커머스 업계의 마지막 격전지로 불리는 36조원 규모 신선식품 시장이 요동치고 있다. 중국계 알리익스프레스(알리)가 알리프레시로 참전을 선언하면서다. 알리라는 메기의 등장과 함께 신선식품 시장은 ‘쿠팡-컬리-오아시스-알리’ 4강 체제로 재편을 눈앞에 두고 있다.

최근 알리는 온라인 마트 채널 ‘알리프레시(AliFresh)’를 시범적으로 선보였다고 27일 밝혔다. 알리프레시는 알리익스프레스 앱 내에 독립 채널로 운영된다. 시범 단계에서 국내산 농산물과 가공식품을 선보이며 향후 배송 인프라 개선과 함께 생활용품·건강식품 등으로 확장해 정식 오픈할 예정이다. 시범 운영 성과를 통해 소비자 보호 정책과 서비스를 최적화한다.



알리 관계자는 “알리프레시에 입점한 판매자가 주로 국내 중소기업인 만큼 국내 중소기업에 안정적인 판로를 제공할 것”이라고 말했다. 알리프레시는 다른 신선식품 업체와 비교해 구독료 없이 1만5000원 이상 시 무료 배송을 제공한다는 차별점을 가진다.

알리프레시의 진출로 신선업계 구도가 기존 쿠팡, 컬리, 오아시스마켓에 알리가 참전한 4강 구도로 재편될 거라 전망된다. 한국농수산식품유통공사(aT)에 따르면 올해 국내 온라인 신선식품 시장은 36조원 규모로 추정된다. 올해 1분기 농축수산물 온라인 거래액은 지난해 같은 기간과 비교해 11% 증가한 3

조7035억원에 달한다.

이커머스(전자상거래) 업계가 신선식품 시장에 뛰어드는 이유로 전문가들은 공산품 분야가 상당 부분 이커머스에 잠식된 상황에서 아직 공략하지 못한 신선식품 분야를 잡기 위해서라는 분석이 나온다.

이종우 아주대 경영학과 교수는 “대형마트와 슈퍼마켓이 신선식품 시장을 방어하고 있지만 이커머스 업체는 마지막 남은 시장인 만큼 집중적으로 공략하고 있다”며 “신선식품 시장을 잡는 이커머스 업체가 향후 전체 이커머스 시장을 지배하게 될 것”이라고 말했다.

현재까지 우위를 점하고 있는 기업은

쿠팡이다. 쿠팡은 로켓프레시를 기반으로 이커머스 업계에서 압도적인 매출을 기록 중이다. 로켓배송·로켓프레시·마켓플레이스·로켓그로시 포함된 프로덕트 커머스 매출은 올해 2분기 기준 10조3044억원으로 지난해 같은 기간과 비교해 17% 늘었다.

컬리는 올해 네이버와 손잡으며 컬리N마트를 출범하고 역직구 플랫폼인 컬리USA를 정식 출시하며 쿠팡을 추격하고 있다. 새벽배송과 무료배송은 물론 상품 셀렉션을 늘리며 경쟁력을 강화하고 있다. 네이버 플러스스토어에서 선보이며 접근성을 낮췄다. 협업과 함께 이용자 수도 늘어나는 추세다. 와이즈앱·리테일

31일부터 ‘서프라이스 위크’ 스트레이키즈, 20개국에 뽀빠로 알린다

롯데아울렛, 쇼핑축제 개막

400여개 패션·스포츠 브랜드 참여
아울렛 가격에 최대 30% 추가혜택

롯데아울렛이 오는 31일부터 다음달 9일까지 열흘간 전 점에서 연중 최대 규모 쇼핑 축제 ‘서프라이스 위크(Sur-Price Week)’를 개최한다고 27일 밝혔다.

이번 행사에는 럭셔리 패션, 스포츠 등 총 400여 개 브랜드가 참여해 아울렛 가격에 최대 30% 추가 혜택을 제공한다. 코치, 보스, 이자벨마랑 등 럭셔리 브랜드와 라코스테, 시슬리 등 패션 브랜드의 F·W(가을·겨울) 상품을 할인한다.

특히 겨울 아우터를 만나볼 수 있는 기회다. 뉴발란스는 ‘SUPER WEEK(슈퍼 위크)’를 열고 두 품목 이상 구매 시 추가 30% 할인을 제공하며, ‘하이브리드 롱 벤치다운’, ‘UNI 플라이 숏구스다운’ 등을 선보인다. K2(썬에어 A

CE), 스노우피크(시티캠퍼 다운자켓), 내셔널지오그래픽(헤론 U넥 경량 다운 점퍼) 등 아웃도어 브랜드 패딩은 최대 60% 할인한다. 살로몬은 ‘선더크로스 러닝화’, ‘템포스 러닝 팬츠’ 등을 최대 40% 할인하며, 나이키, 아디다스, 뉴발란스 러닝 상품도 할인해 선보인다.

행사 기간 100% 당첨 주사위 게임으로 최대 100만원 쇼핑 금액권을 증정하며, 주말에는 구매 금액대별 롯데상품권 증정 행사도 진행한다.

롯데아울렛 김현영 마케팅팀 팀장은 “서프라이스 위크는 연중 가장 메리트 있는 상품과 가격, 구매 혜택을 제공하는 롯데아울렛의 대표 행사”라며, “본격적인 한파가 시작되기 전 합리적인 가격의 상품으로 겨울을 맞이할 수 있도록 다양한 혜택을 마련한 만큼 고객들의 많은 관심을 기대한다”고 밝혔다.

/손종욱 기자

CJ프레시웨이, 당진 ‘고구마 라떼’ 선포

농가 상생 캠페인 ‘맛남상생’ 일환

CJ프레시웨이가 충남 당진의 대표 농특산물인 고구마를 활용한 가을 한정 메뉴를 선보였다. 푸드 서비스 사업장에 지역 농특산물을 활용한 메뉴를 제공해 농가 판로 확대를 돕는다는 취지로 기획된 농가 상생 캠페인 ‘맛남상생’ 활동의 일환이다.

이번 프로젝트에는 당도가 높고 전분감이 풍부한 충남 당진산 고구마가 주재료로 활용됐다. 신메뉴는 CJ프레

시웨이 셰프진이 간편식 테이크아웃 코너, 사내 카페 등 채널별 특성에 맞춰 개발한 ▲고구마 바질치즈 샌드위치 ▲고구마 라떼 등이다.

CJ프레시웨이는 지난 7월 당진시에서 한국농수산식품유통공사(aT)와 ‘당진 농특산물 유통 상생발전 업무협약’을 체결하고 지역 농가와의 직거래를 확대해왔다. 올 여름에는 당진 감자를 활용한 ▲감자밥과 로컬 메뉴 ▲꺼먹지 맥적구이를 전국 50여 개 급식장에 제공한 바 있다.

/신원선 기자

스트레이키즈, 20개국에 뽀빠로 알린다

롯데윌푸드, 작년 뽀빠로 701억 수출
전년비 30% ↑, 수출물량 1억개 돌파

한국 대표 스낵 ‘뽀빠로’가 이제 세계인이 즐기는 스낵으로 우뚝 섰다. 롯데윌푸드는 전 세계 70여 개국에 제품을 수출하고 있으며, 이 중 뽀빠로는 50여 개국에서 판매된다. 지난해 뽀빠로 수출액은 701억 원으로 전년 대비 30% 성장, 수출 물량이 처음으로 1억 개를 넘어섰다.

올해는 K팝 그룹 ‘스트레이 키즈(Stray Kids)’를 글로벌 앰배서더로 선정해 ‘Show your love with PEPERO(뽀빠로로 사랑을 나누세요)’ 캠페인을 세계 20개국에서 전개한다. 광고 영상은 공개 일주일 만에 600만 회 이상 조회되며 화제를 모았다. 또한 뽀빠로데이(11월 11일)를 알리는 대형 옥외광고를 뉴욕 타임스스퀘어를 비롯해 국내



뽀빠로데이 옥외광고.

/롯데윌푸드

외 주요 도심에서 선보인다.

국내에서도 2년 만에 대규모 오프라인 이벤트가 열린다. 서울 지하철 2호선에서는 ‘스트레이 키즈가 숨긴 뽀빠로를 찾아줘!’ 이벤트가 진행돼 소비자들이 직접 참여하고 즐길 수 있는 공간을 마련했다. 홍대입구, 강남, 성수 등 주요 지역에서도 옥외광고가 전개돼 축제 분위기를 더한다.

/신원선 기자 tree6834@

홈플러스, 가을 슈퍼세일 ‘블랙 홈플러스’

30일부터 2주간… 최대 80% 할인

홈플러스가 블랙프라이데이 시즌을 앞두고 이달 30일부터 다음 달 12일까지 가을 첫 대규모 슈퍼세일 ‘BLACK 홈플러스’ 행사를 개최한다. 마트·온라인·익스프레스·몰 전 채널이 참여하며, 신선 먹거리부터 생필품까지 다양한 상품을 최대 80% 할인 판매한다.

이번 행사에서는 한우, 삼겹살, 사과, 밀감, 생굴 등 가을 신선 먹거리와 뽀빠로데이·수능 시즌 상품, 주방·생활용품 등을 엄선해 선보인다. 초저가 ‘홈플러스딜’, 인기 신선식품 ‘최대 반값’, 카테고리별 ‘1+1’ 등 혜택을 마련했다.

홈플러스 몰에서는 이달 30일부터

다음 달 9일까지 ‘BLACK 홈플러스, 몰뱅데이 시즌3’ 행사를 연다. 패션, 리빙, 식음 등 70여 개 브랜드가 참여해 가을 시즌 상품과 겨울 기획 상품을 최대 50% 할인한다. 행사 기간 몰 구매 고객 대상 ‘황금 봉투’ 랜덤 사은품 증정 및 구매 금액대별 사은품 증정 행사도 진행한다.

마트와 몰에서는 이달 30일부터 다음 달 12일까지 마이홈플러스 멤버십 회원을 대상으로 스탬프 이벤트를 열어 할인쿠폰을 제공한다. 홈플러스 온라인에서는 같은 기간 ‘100% 당첨 코인 미션’ 이벤트와 ‘장담(장바구니 담기) 이벤트’ 등을 진행한다.

/손종욱 기자

동서식품, 타월·양말 등 ‘컬러 오브 맥심’ 패키지

동서식품이 맥심 커피믹스의 친숙한 브랜드 컬러를 담은 ‘컬러 오브 맥심’ 패키지를 한정 출시했다.

1980년에 출시된 이후 한국인이라면 누구나 알고 있는 커피 브랜드로 자리잡은 맥심은 ‘맥심골목’, ‘맥심가옥’과 같은 팝업스토어를 통해 소비자와 소통하며 좋은 커피 한잔을 통해 전하는 일상 속 행복’이라는 브랜드 가치를 알려왔다. ‘컬러 오브 맥심’은 타월, 슬리퍼, 양말, 의자양말, 컵 등 일상에서 친숙한 아이템에 일상 속 소소한 행복을 전하고자 하는 맥심의 감성을 입혀 맥심 브랜드에 신선한 재미를 더하고 MZ세대의 소비자들에게 더욱 가깝게 다가가기 위해 기획됐다.

또한 이번 ‘컬러 오브 맥심’은 타 브랜드나 캐릭터와 협업이 아닌, 맥심 커피믹스 고유의 색을 활용한 것이 특징이다.

/신원선 기자

쿠팡, 가전·디지털 할인 내달 9일까지 ‘쿠가세’

쿠팡이 오는 11월 9일까지 가전·디지털 카테고리 연중 최대 할인 행사인 ‘쿠팡 가전디지털 세일(쿠가세)’을 진행한다 고 27일 밝혔다.

1년에 단 두 번 열리는 ‘쿠가세’는 쿠팡의 최대 규모 가전 할인 행사다. 이번에는 애플, 삼성전자, LG전자, 다이슨(Dyson) 등 100개 이상의 브랜드가 참여해 약 3만 개가 넘는 상품을 선보인다. 특히 지난 9월 로켓배송으로 공식 론칭한 다이슨이 처음으로 참여한다.

이번 행사는 매일 오후 2시에 열리는 ‘선착순 특가’ 코너가 특징이다. 과격적인 할인가의 상품이 포함되어 있어 고객들의 관심을 모을 것으로 예상된다. /손종욱 기자