

“할인 없어도 저렴하게”… 유통업계, 초저가·균일가로 승부

유통사 가격경쟁 전략 변화

이마트 생활용품 전문점 ‘와우샵’ 식료품 ‘오케이 프라이스’ 성장세
롯데마트, ‘외식 물가 잡기’ 초점
가격거품 뺀 피자·핫도그 판매 열풍
현대홈쇼핑, 이월상품 할인 ‘D숍’

고물가 기조가 장기화되면서 유통업계 가격 경쟁 문법이 바뀌고 있다. 복잡한 할인 쿠폰이나 카드 제휴 혜택 대신, 소비자가 직관적으로 인지할 수 있는 고정가 중심 초저가 전략이 대세로 자리 잡는 모양새다.

19일 업계에 따르면 이마트, 롯데마트, 현대홈쇼핑 등 주요 유통사들은 1000원대 핫도그부터 9900원 의류까지



이마트 왕십리점에 위치한 와우샵 모습.

/이마트

가격 상한선을 미리 정해둔 전용 코너와 브랜드를 잇달아 선보이고 있다.

이마트는 생활용품과 식료품 영역을 나눠 구조적인 초저가 실험에 나섰다.

생활용품 전문점인 ‘와우샵’은 이마트가 직접 기획·소싱한 1300여종의 비식품 상품을 판매한다. 전체 상품의 86%가 3000원 이하, 64%가 2000원 이하로 구

성대 ‘다이소’ 못지않은 가격 경쟁력을 갖췄다는 평가다.

현재 왕십리점 등 4개 점포에서 시범 운영 중인 와우샵은 지난달 오픈 이후 일평균 매출이 목표치 대비 최대 3배를 웃돌 정도로 반응이 뜨겁다. 특히 옷걸이, 수납함 등 홈퍼니싱 제품과 주방용품이 매출을 견인하고 있다.

식료품 분야에서는 5000원이라는 가격 상한선을 둔 자체브랜드(PL) ‘오케이 프라이스(5KPRICE)’가 선전 중이다. 기존 PL 상품 대비 용량을 25~50% 줄이는 대신 가격을 5000원 미만으로 묶어 장보기 부담을 낮춘 것이 특징이다. 실제로 오케이 프라이스는 지난해 4분기 매달 4~5%씩 매출이 늘며 성장세를 이어가고 있다.

롯데마트는 ‘외식 물가 잡기’에 초점을 맞췄다. 지난 15일부터 전 점에서 판매를 시작한 ‘68피자(6800원)’와 ‘15핫도

그(1500원)’가 주인공이다. 원재료 대량 매입과 조리 공정 단순화를 통해 가격 거품을 뺐다.

전략은 적중했다. 출시 나흘 만에 피자와 핫도그 판매량이 4만5000개를 돌파했고, 해당 상품군인 ‘콜드델리’ 매출도 전년 동기 대비 10%가량 뛰었다. 온라인 주문을 병행해 폐기율을 낮춘 점도 수익성 확보에 기여했다는 분석이다.

홈쇼핑 업계도 ‘균일가’ 대열에 합류했다. 현대홈쇼핑은 패션 이월 상품을 최저 9900원부터 판매하는 온라인 전용관 ‘D숍’을 론칭했다. 백화점 아울렛의 온라인 버전인 셈으로, 최초 판매가 대비 평균 70% 저렴하다. 현대홈쇼핑은 4050 핵심 고객층을 묶어두는 동시에 가격 민감도가 높은 2030 세대까지 끌어들이는 구상이다.

/손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr

“단독산지·신품종으로 신선식품 차별화”

롯데마트, ‘과일 차별화 전략’ 가동
밀양 얼음골 사과, 안정적 물량 확보
제주 우리향, 핑크캔디 등 신품종 도입

롯데마트가 단독 산지 확보와 신품종 라인업 확대를 핵심으로 하는 ‘2026년 과일 차별화 전략’을 본격적으로 가동한다고 19일 밝혔다.

롯데마트는 대형마트 3사 중 유일하게 단독 산지 상품을 운영한다. 올해는 ‘밀양 얼음골 사과’를 단독으로 선보인다. 밀양 얼음골 사과는 큰 일교차와 풍부한 일조량 덕분에 식감과 당도가 뛰어난 것으로 유명하다. 최근 이상기후로 수확량이 감소해 품귀 현상을 빚고 있지만, 롯데마트는 밀양농협과의 선제적인 협력을 통해 안정적인 물량을 확보하는 데 성공했다.

신품종 도입에도 속도를 낸다. 롯데마트는 지난 연말 대형마트 최초로 ‘제주



롯데마트가 밀양 얼음골 사과, 제주 우리향, 그린시스 배 등 다양한 과일을 선보인다.

/롯데마트

우리향’을 준비했다. 황금향과 레드향을 교배한 이 품종은 일반적인 만감류와 달리 껍질이 얇아 굴처럼 쉽게 까먹을 수 있는 편의성을 갖췄다.

이와 함께 동양배와 서양배를 교배해 연녹색 껍질과 산뜻한 산미가 특징인 ‘그린시스 배’도 운영하며 고객들의 호기심을 자극하고 있다.

겨울철 대표 과일인 딸기 구색도 대폭 강화했다. 이달 들어 ‘핑크캔디’, ‘아리향’ 등 신품종 4종을 추가해 총 11개 품종의 딸기 라인업을 완성했다. 블루베리 역시 여름철 인기 품종인 ‘슈퍼크런치’와 유사한 아삭한 식감을 가진 칠레산 신품종 ‘세코야 블루베리’를 도입해 동절기 과일 경쟁력을 높였다.

/손종욱 기자

신세계免, 디저트로 소비 트렌드 전환

테이스트 오브 신세계, 매출 30배 ↑

신세계면세점이 식품 큐레이션 존 ‘테이스트 오브 신세계’가 오픈 6개월 만에 식품 카테고리 매출을 30배 끌어올리며 면세점 소비 트렌드를 바꾸고 있다고 19일 밝혔다.

지난해 7월 명동점에 문을 연 테이스트 오브 신세계는 국내 중소·중견 디저트 및 식품 브랜드를 엄선해 선보이는 공간이다. 오픈 전후 6개월 데이터를 분석한 결과, 식품 구매 고객 수는 4배, 매출은 30배 급증했다. 또한 식품과 함께 화장품, 패션 등 다른 카테고리 상품을 함께 구매하는 교차 구매 비중도 10배나 늘어난 것으로 나타났다.

이는 기존 화장품과 주류 중심이었던 면세 쇼핑 수요가 여행의 추억을 남길 수 있는 경험형 디저트와 선물용 식품으로 확장된 결과로 풀이된다.

매출 상위권은 브릭샌드(휘낭시에), 오설록(티·디저트), 그래인스쿠키(비건 쿠키), 슈파말차, 니블스(수제 초콜릿) 등 국내 브랜드가 휩쓸었다. 특히 2030



신세계면세점 명동점에 위치한 ‘테이스트 오브 신세계’.

/신세계면세점

외국인 관광객에게 큰 인기를 끈 ‘브릭샌드’는 명동점 성과를 바탕으로 지난해 인천공항 제1터미널점에 추가 입점했다. 브릭샌드는 이달 신제품 ‘불닭 맛’을 출시했으며 향후 공항 단독 상품도 선보일 예정이다.

신세계면세점 관계자는 “테이스트 오브 신세계는 단순한 매장이 아닌 지속 성장형 플랫폼”이라며 “앞으로도 우수한 국내 브랜드를 발굴해 글로벌 시장으로 도약할 수 있도록 돕는 역할을 강화하겠다”고 말했다.

/손종욱 기자

오뚜기, 美 팬시 푸드쇼서 ‘치즈라면’ 알려

‘보들보들 치즈라면’ 기반 기획 제품
현지 입맛 반영해 브랜드 인지도 강화

오뚜기가 치즈라면을 앞세워 미주 유통망 확대에 속도를 내고 있다.

오뚜기는 최근 미국 샌디에이고에서 열린 ‘2026 윈터 팬시 푸드쇼(Winter Fancy Fair)’에 참가해 치즈라면(cheesy ramen)을 중심으로 현지 바이어들과 대규모 상담을 진행했다고 19일 밝혔다. 이번 전시회에서 오뚜기는 대형 리테일러와 코걸 유통사, 브로커 등 총 105곳과 미팅을 진행하며 미주 시장 내 수요를 점검했다.

오뚜기가 전면에 내세운 제품은 지난해 리브랜딩을 거쳐 라인업을 확대한 치즈라면이다. 미국 내 치즈 소비가 높은 점을 감안해 체다, 스와이시 등 현지 입맛을 반영한 제품을 선보이며 브랜드 인지도를 높이는 데 주력했다.

치즈라면은 오뚜기의 스테디셀러 ‘보들보들 치즈라면’을 기반으로 미주 소비자를 타겟으로 기획된 제품이다. 국물 라면 2종과 볶음 라면 2종 등 총 4개 품목으로 구성됐으며, 용기면과 봉지면을 포함해 8종으로 운영된다.

현장에서는 ‘치즈와 라면의 결합’이라는 콘셉트와 함께 맛과 품질, 패키지 디자인 측면에서 긍정적인 반응을 얻었다는 설명이다.

패키지에는 밝은 색감을 적용하고 치즈를 형상화한 마스코트 캐릭터를 활용해 현지 소비자 친화성을 높였다.

단순한 수출용 제품이 아닌, 현지 시장에 맞춘 브랜드 전략이라는 점을 강조한 셈이다.

오뚜기는 전시회 참가와 함께 미국 주요 유통 채널에서 로드쇼와 시식 행사도 병행하며 오프라인 접점을 확대하고 있다. 아울러 현지 인플루언서와의 협업을



2026 윈터 팬시 푸드쇼 오뚜기 부스에서 치즈라면을 셰프가 조리하는 모습.

/오뚜기

통해 온라인 콘텐츠 마케팅도 강화하는 등 온·오프라인을 연계한 시장 공략에 나서고 있다.

오뚜기 관계자는 “미주 시장에서 치즈라면을 중심으로 오뚜기 라면의 경쟁력을 본격적으로 알리고 있다”며 “이번 팬시 푸드쇼를 계기로 현지 유통 파트너와 협업을 확대해 판매 채널을 넓혀 나갈 계획”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

“10% 할인으로 설 선물 미리 준비하세요”

SSG닷컴, 올리버드 기획전 진행

SSG닷컴이 설 명절을 한 달여 앞두고 오는 23일까지 닷새간 ‘설 선물 올리버드 혜택 기획전’을 진행한다고 19일 밝혔다.

이번 기획전에서는 명절 선물로 선호도가 높은 홍삼, 통조림, 한과 등 가공 및 건강식품 카테고리 상품에 적용 가능한 10% 장바구니 할인 쿠폰을 제공한다. 해당 쿠폰은 5만원 이상 구매 시 최대 5만원까지 할인 혜택을 받을 수 있으며, 행사 기간 ID당 2장씩 다운로드할 수 있다.

대량 구매 고객을 위한 적립 혜택도 강화했다. 행사 기간 중 명절 상품을 각각 200만원, 300만원, 500만원 이상 구매하고 적립을 신청한 고객에게는 구매 금

액에 따라 2만원, 6만원, 15만원의 SSG 머니를 지급한다.

아울러 다음 달 6일까지 이어지는 명절 선물 사전예약 프로모션 혜택도 동시에 누릴 수 있다. 행사 카드로 이마트물과 신세계물 선물세트를 결제할 경우 최대 150만원, 신세계백화점물 상품은 최대 40만원까지 SSG머니 적립 혜택을 제공한다. CJ 스텝 세트, 데체코유기농 오일 세트 등 일부 인기 품목은 최대 50% 할인된 가격에 선보인다.

SSG닷컴 관계자는 “명절 선물을 미리 준비하는 고객 수요에 맞춰 풍성한 사전 구매 혜택을 마련했다”며 “상대방의 주소를 몰라도 간편하게 마음을 전할 수 있는 ‘선물하기’ 기능을 활용해 보시길 권한다”고 말했다.

/손종욱 기자