

폭염에 울고 연휴에 웃고… 주요 유통업체 매출 7.7% ↑

오프라인 5.4%, 온라인 9.3% ↑
폭염 이어지며 소비자 활동 감소
이른 추석에 대형마트 매출 반등

여름철 최대 성수기를 맞은 편의점의 성장세가 기록적인 폭염에 주춤했다. 외부 활동이 줄면서 방문객이 감소한 영향이다. 반면 대형마트는 이른 추석에 따른 선물세트 수요와 홈플러스 영업 재개 영향이 더해지며 5개월 만에 매출이 반등했다. 상반기 가파르게 성장했던 백화점은 두 자릿수 성장세는 유지했지만 증가폭은 둔화됐다.

30일 산업통상부의 '8월 주요 유통업체 매출 동향'에 따르면 지난달 주요 유통업체 매출은 전년 동월 대비 7.7% 증가했다. 오프라인은 5.4%, 온라인은 9.3% 늘었다. 오프라인에서는 백화점이 11.9%로 가장 높은 증가율을 기록했고 SSM(5.0%), 대형마트(4.5%), 편의점(0.8%)이 뒤를 이었다.

통상 여름철 대표적인 수혜 채널로 꼽히는 편의점은 폭염의 역풍을 맞았다. 지난해 GS25의 7~8월 매출은 월평균보다 최대 12% 높았고, CU도 지난해 3분기 매출이 1분기보다 21.8% 많았다. 그러나 올해 편의점 매출 증가율은 5월 5.



지난달 서울 서대문구 현대백화점 신촌점에서 시민들이 쇼핑을 즐기고 있다.

9%, 6월 5.1%에서 7월 1.1%, 8월 0.8%로 둔화됐다.

올해 8월 전국 평균기온은 27.1도로 평년보다 2.0도 높아 역대 두 번째로 높았다. 특히 8월 상순 전국 평균기온은 29.1도로 역대 최고 수준을 기록했고, 8월 2일 경남 양산에서는 최고기온이 42.5도까지 치솟았다.

산업부는 폭염에 따른 외부 활동 감소로 편의점 구매건수가 줄었지만 구매단가가 증가하면서 매출 증가세를 유지했다고 분석했다. 반대로 온라인에서는 폭염으로 배달서비스 이용 등이 늘면서 서

비스·기타 매출이 16.9% 증가했다.

대형마트는 5개월 만에 반등했다. 매출 증가율은 3월 -15.2%, 4월 -6.6%, 5월 -5.1%, 6월 -10.5%, 7월 -11.2%로 감소세를 이어오다 8월 4.5%로 플러스 전환했다. 올해 추석이 지난해보다 빨라 선물세트 수요가 8월부터 발생하면서 식품 매출이 5.4%, 가전·문화가 17.8% 증가한 영향이다.

홈플러스 영업 재개도 변수다. 홈플러스에 따르면 지난달 13일 재개장 이후 매출은 1164억원으로 영업중단 전 같은 기간보다 57% 증가했다. 고객 수는 38%,

구매회원 수는 255% 늘었다. 한화투자증권은 홈플러스가 영업을 재개하고 판촉을 강화했음에도 경쟁 대형마트의 점포당 매출 증가세가 이어진 점에 주목했다. 8월 대형마트 전체 매출은 4.5% 늘었지만 점포당 매출은 20.7% 증가했다.

백화점은 성장세가 둔화됐다. 매출 증가율은 4월 21.7%, 5월 24.5%, 6월 22.2%에서 7월 17.9%, 8월 11.9%로 낮아졌다. 롯데·신세계·현대백화점의 7~8월 평균 기존점 매출 증가율도 약 13%로 2분기 평균 19.5%보다 6%포인트 이상 낮아졌다.

명품과 가전의 성장 둔화가 영향을 미쳤다. 한화투자증권에 따르면 30% 이상 증가하던 해외유명브랜드 매출 증가율은 8월 15.6%로 낮아졌고 가정용품은 1.2% 감소했다. 반면 패션은 6월을 저점으로 회복세를 보이고 있다.

온라인 매출은 9.3% 증가했다. 이른 추석에 따른 선물세트 판매로 식품이 12.6% 늘었고 폭염에 따른 배달서비스와 여행·문화상품 수요로 서비스·기타도 16.9% 증가했다. 8월 전체 주요 유통업체 매출에서 온라인이 차지하는 비중은 59.7%로 집계됐다.

seo@metroseoul.co.kr



metr

홈플러스 “황금연휴, 특가로 즐기세요”

‘맛있는 황금연휴 5일 특가전’ 개최
한돈 등 4000여종 상품 할인판매

홈플러스가 5일까지 개전절 연휴 5일간 ‘맛있는 황금연휴 5일 특가전’을 개최한다. 이번 행사에서는 삼겹살, 목심, 채소 등 주요 먹거리를 비롯해 연휴 기간 나들이 고객을 위한 간편식과 간식류 등을 할인 판매한다. 막걸리와 생필품 등 총 4000여종의 상품을 선보인다.

먼저 10월 1일 한돈데이를 맞아 마이홈플러스 멤버특가로 농협안심한돈 삼겹살·목심을 50% 할인 판매한다. 2~5일에는 한돈 돼지고기 전 품목을 최대 50% 할인하며, 한돈 냉동 돼지고기와 한돈 일품 포크 삼겹살·목심 등을 할인 판매한다. 1~5일에는 호주 청정우 척아이를 멤버특가로 40% 할인한다.

과일과 채소도 할인 판매한다. 행사 기간 제주하우스밀감과 네이블·카라카라



서울 시내 한 홈플러스 매장 모습.

오렌지를 멤버특가로 50% 할인한다. 1~7일에는 채소 반값 행사를 열고 노타리버섯, 양상추, 청경채, 양파, 알배기, 밤·호박 고구마 등을 멤버특가로 50% 할인한다. 행복대란 30구도 행사카드 결제 시 할인 혜택을 제공한다.

연휴 기간 나들이 고객을 위해 1~7일 파이·비스킷 30여 종을 묶음 할인하고,

신라면을 포함한 라면 20여 종은 2개 이상 구매 시 10% 할인한다. 스낵 40여 종은 ‘10+5’ 행사를 진행한다.

날짜별 할인 행사도 진행한다. 2~5일 심플러스 냉동블루베리를 멤버특가로 판매하고, 심플러스 유기농 엑스트라버진 올리브유와 코카콜라·코카콜라 제로는 ‘1+1’ 행사를 진행한다. 청정원 순창 태양초 고추장은 70% 할인한다. 일부 상품은 수량이 한정되며 온라인 행사 내용은 다를 수 있다.

3~4일에는 오리온 초코파이를 ‘1+1’으로 판매한다. 이와 함께 김치 7종, 유부초밥 10종, 치킨·너겟 7종, 두유 9종도 ‘1+1’으로 제공한다.

연휴 기간 가족 단위 고객을 겨냥한 델리 상품 행사도 마련했다. 홈플러스 실속 모듬초밥 30입을 멤버특가로 판매하고, 1~5일에는 홈플러스 버팔로왕봉을 멤버특가로 선보인다.

/김서현 기자



지난달 30일 서울 성동구 노브랜드 버거 성수점 내 ‘과일 바로 스무디’ 팝업스토어에서 ‘스꾸(스무디 꾸미기)하우스’ 모델들이 직접 꾸민 즉석 과일 스무디를 소개하고 있다.

신세계푸드 ‘스꾸 하우스’ 팝업 운영

신세계푸드는 즉석 스무디에 대한 소비자 접점을 확대하기 위해 오는 10월 28일까지 서울 성수동 노브랜드 버거 성수점 내에 ‘스꾸(스무디 꾸미기)하우스’ 팝업스토어를 운영한다고 30일 밝혔다.

‘과일 바로 스무디’의 맛과 비주얼을 개인의 취향에 따라 직접 완성하며 즐길 수 있는 체험형 공간으로 구성했다. 신세계푸드 즉석 과일 스무디 브랜드 ‘과일 바로 스무디’는 지난 2월 트레이더스 마곡점에서 처음 선보인 이후 출시 10개월 만에 누적 판매량 300만 잔을 돌파했으며, 현재 전국 트레이더스 T카페를 비롯해 주요 이마트, 노브랜드 전문점, 노브랜드 버거 매장 등으로 판매처를 확대하며 소비자 접점을 넓히고 있다.

‘스꾸하우스’에서는 1잔당 2900원에 스무디 선택부터 토핑 조합, 컵 꾸미기까지 다양한 체험을 즐길 수 있다.

‘스무디존’에서는 딸기바나나, 방울토마토, 파인애플망고, 트리플베리, 수박딸기 등 5가지 메뉴 가운데 원하는 맛을 선택할 수 있다. ‘토피빙’과 ‘셀프토피빙’에서는 타피오카펄, 화이트펄, 파퓰보바, 그레놀라, 초코쿠키크런치 등 14종의 토피빙과 드리즐을 입맛에 따라 자유롭게 조합해 맛과 식감을 더할 수 있다.

/이세경 기자

롯데웰푸드 7개 공장 ‘글로벌 해섭’ 인증 취득

롯데웰푸드가 국내 7개 공장의 ‘글로벌 해섭(Global HACCP)’ 인증을 취득해 국제 수준의 식품안전관리체계를 강화했다고 30일 밝혔다.

이번 인증을 획득한 생산 시설은 주요 수출 제품을 생산하고 있는 영등포, 양산, 평택, 대전, 천안, 김천, 횡성 총 7개 공장이다. 롯데웰푸드는 글로벌 시장에서 요구하는 엄격한 식품안전 기준을 충족하는 생산 인프라를 인증받음으로써, 해외 소비자와 바이어가 신뢰할 수 있는 식품안전관리 역량을 한층 제고했다.

롯데웰푸드 관계자는 “당사의 모든 공장은 GFSI(Global Food Safety Initiative)의 글로벌 식품안전 인증 규격을 기반으로 국제 수준의 식품안전관리체계를 운영하고 있다”며, “이번 글로벌 해섭 인증을 계기로 예방 중심의 관리체계를 더욱 고도화해 전 세계 소비자가 안심하고 선택할 수 있는 제품을 공급할 것”이라고 말했다.

/이세경 기자

신제품

농심, 12일 ‘너구링’ 출시

농심이 오는 12일 스낵 신제품 ‘너구링(사진)’을 출시한다.

이번 신제품은 소비자들이 직접 만들어 즐기던 스낵 모디슈머 레시피에서 아이디어를 얻었다. 인기 라면 ‘너구리’와 스낵 ‘양파링’을 결합한 제품으로, 양파링 특유의 짭짤하고 고소한 맛에 얼큰한 너구리의 해산물 풍미를 더한 것이 특징이다.

농심 관계자는 “소비자들이 직접 만들어 즐기며 화제가 된 레시피에서 착안해, 양파링과 너구리의 매력을 한 제품에 담았다”라며 “익숙한 두 제품이 만나 만들어낸 색다른 맛과 재미를 즐겨보길 바란다”라고 말했다.

/이세경 기자



CJ웰케어 맥플랜 뉴트리션 드링크

건강기능식품 전문기업 CJ웰케어가 마이크로바이옴 전문기업 CJ바이오사이언스의 연구 역량을 접목해 차별화된 영양설계를 담은 일반식품인 ‘맥플랜 뉴트리션 드링크’ 3종을 출시했다고 30일 밝혔다.

이번 신제품은 바쁜 현대인들이 한 병으로 균형 잡힌 영양을 섭취할 수 있도록 개발된 대용량(350ml) 일반 프로틴·식이 섬유 음료다.

기존 영양료로 특유의 텁텁한 맛을 개선하고 대중적인 맛을 구현한 점도 돋보인다. 소비자 취향에 따라 선호도를 높일 수 있도록 초코맛, 아몬드맛, 흑임자맛 등 총 3종의 라인업으로 선보여 선택의 폭을 넓혔다.

CJ웰케어 관계자는 “현대인의 라이프스타일에 맞춘 다양한 혁신 제품으로 웰니스 시장을 선도해 나갈 것”이라고 전했다.

/이세경 기자

배추 5kg과 김치양념 1.5kg으로 구성해 별도의 재료 준비 부담을 줄였다.

사전예약 접수는 롯데마트 ‘도어드리겠습니다센터’, 롯데슈퍼 ‘안내데스크’ 및 계산대, 온라인 앱 롯데마트 제타에서 가능하다. 사전예약한 절임배추는 11월 5일부터 12월 21일까지 고객이 원하는 날짜에 매장에서 수령할 수 있다.

롯데마트·슈퍼는 2016년부터 HACCP 인증을 받은 산지 절임배추 시설과 협력해 절임배추 사전예약을 운영하고 있다. 채소팀 MD(상품기획자)는 예약 접수 기간인 10월 배추 산지를 방문해 원물 생육 상태를 점검하고, 11월 이후에는 절임배추 가공센터를 방문해 생산 과정을 검수한다.

/김서현 기자

롯데마트·슈퍼, 절임배추 사전예약

7일까지 접수… 6만5000박스 준비

롯데마트와 롯데슈퍼가 오는 7일까지 1차 절임배추 사전예약을 진행한다. 해남 절임배추와 괴산 준고랭지 절임배추, 평창 고랭지 절임배추 등을 한정 판매한다.

롯데마트·슈퍼는 올해 절임배추 물량을 전년 대비 20% 늘렸다. 지난 8월 우천으로 가을 배추 산지의 과잉이 일부 지연된 데다 9~10월 고온에 따른 작황 변동 가능성까지 고려해 주요 산지를 중심으로 물량을 선제적으로 확보했다.

이번 1차 예약 판매 물량으로 총 6만 5000박스를 준비했다. 롯데마트와 롯데슈퍼는 1차 절임배추 사전예약을 종료한 이후에도 12월 15일까지 사전예약을 이어갈 계획이다.

김치 양념과 알타리, 갓김치 등 주요 김장 재료도 사전예약으로 선보인다. 멸치액젓으로 감칠맛을 더한 전라도식 김치양념과 새우젓을 사용한 경기도식 김치양념, 절임알타리와 갓김치 등을 판매한다.

소규모 가구를 위한 ‘해남 절임배추 간편 KIT(6.5kg)’도 선보인다. 해남 절임