

쿠팡 '프리미엄 프레시' 론칭... 고품질 신선식품 수요 공략

온라인 식품 구매액 62% 급증
이커머스, 신선식품 경쟁 '치열'

이커머스 업계가 신선식품 경쟁력 강화에 나서고 있다. 과거 최저가와 빠른 배송을 앞세웠다면, 이제는 고품질을 더한 프리미엄 전략을 앞세우고 있다.

쿠팡은 24일 과일·수산·채소·정육 등 다양한 프리미엄 신선식품을 판매하는 '프리미엄 프레시'를 론칭한다고 밝혔다. 프리미엄 프레시는 소비자들의 까다로운 요구를 충족시키기 위해 신선도와 품질을 최우선으로 하는 제품군이다.

쿠팡 로켓프레시가 새롭게 선보이는 프리미엄 신선식품인 '프리미엄 프레시'는 과일·수산·채소·정육·계란·유제품 등 12개 카테고리 500여개 상품을 제공하며, 지



쿠팡 '프리미엄 프레시' 사과.

쿠팡 제공

속 확대해 나갈 예정이다.

과일·수산·채소의 경우 품질·크기 등 쿠팡이 정한 프리미엄 품질 기준을 충족한 상품에 '프리미엄 프레시' 라벨을 부착해 판매하며, 엄격한 검품 과정을 통해 고객들에게 최상의 품질을 보장한다.

쿠팡 뿐만 아니라 다른 업체도 프리미엄 그로스리 사업을 강화하고 있다. SSG닷컴

은 지난해 상반기부터 프리미엄 식품인 '미식관'을 선보였다. 롯데온은 지난해 산하의 e그로스리 사업단을 롯데마트·슈퍼로 이전 통합했다. 이는 대형마트 신선식품 경쟁력을 온라인에서도 발휘해 온라인 신선식품 사업을 확장하려는 의미다.

이커머스 업체들이 이처럼 프리미엄 신선식품을 강조하는 것은 온라인 식품구매가 점점 늘고 있기 때문이다. 통계청에 따르면 온라인 식품 구매액은 2020년 25조3000억원에서 지난해 1~11월 40조9000억원을 기록해 4년새 61%가 넘게 증가했다.

한 이커머스 업체 관계자는 "코로나19 이후 외출제한을 겪으면서 식품을 눈으로 보지 않고 사도 괜찮다는 인식이 높아져 신선식품 매출이 늘었다"고 말했다.

송수연 기자 ssy1216@viva100.com

유명 브랜드 패딩 90% 할인... 사칭 사이트 주의

한국소비자원은 24일 유명 아웃도어 브랜드를 사칭하는 해외쇼핑몰이 기승을 부리고 있다며 소비자들에게 주의를 당부했다.

소비자원이 운영하는 국제거래 소비자포털에는 지난해 12월 초부터 106건의 관련 피해 상담이 들어왔다. 노스페이스(53건)가 가

장 많았고 데사트(20건), 디스커버리(17건), 코오롱스포츠(16건) 순이었다.

이들은 공식 홈페이지와 유사한 인터넷 주소(URL)를 사용하는 이들 사이트는 인스타그램과 같은 사회관계망서비스(SNS) 광고로 소비자를 유인했다. 브랜드명과 로고, 사

업자 정보 등을 공식 홈페이지 그대로 사용하고, 90%가 넘는 할인율로 소비자를 현혹했다. 하지만 구매 후에는 주문확인이 안되고 주문취소 버튼도 없어 환불받기 어려웠다.

소비자원은 너무 싸게 파는 브랜드 제품을 구매를 신중하게 결정하고 피해 발생에 대비해 거래 승인 취소가 가능한 신용(체크)카드를 사용할 것을 권고했다.

정민서 기자 msjang@viva100.com



키스 오브 라이프 Pick!
내 피부를 위한 첫 단계 스킨케어



현대백 아울렛 진출 10년 연 매출 3조원 달성 목표

상반기 BI개편·콘텐츠 재설계 추진
신규출점·리뉴얼 등 '제2 도약' 선언

현대백화점이 아울렛사업에 진출 10주년을 맞아, 신규 출점 및 점포 리뉴얼 등을 통한 제2의 도약을 선언했다.

현대백화점은 2015년 2월 27일 경기도 김포시 아라김포여객터미널 인근에 프리미엄 아울렛 1호점인 현대프리미엄아울렛 김포점을 문을 열어 아울렛 사업에 본격적으로 뛰어 들었다. 이후 현대프리미엄아울렛 동대문점(2016년 3월), 현대프리미엄아울렛 송도점(2016년 4월), 현대프리미엄아울렛 가든파라다이스점(2017년 5월) 등을 순차적으로 오픈하면서 현재 프리미엄아울렛 4개점과 도심형 아울렛 4개점 등 총 8개 점포를 운영하고 있다. 특히 지난해에는 부산에 백화점과 아울렛의 감성을 결합한 신개념 쇼핑몰 '커넥트현대'를 새롭게 론칭하기도 했다.

10년간 매출도 크게 늘었다. 진출 첫해인 2015년 3000억원 수준이던 연 매출은 지난해 2조8000억원을 기록하며 10배 가까이 뛰었다. 올해는 3조원 돌파를 목표로 하고 있다.

현대백화점은 아울렛 사업의 성공 비결로 업계 패러다임을 바꾼 △콘텐츠 △도심과 가까운 지리적 강점 △입태간 경계를 허무는 '빅블러'(Big-Blur) 전략을 꼽았다.

일례로 연간 1000만명 이상의 고객이 찾는 수도권 대표 쇼핑·문화 랜드마크로 자리매김한 현대프리미엄아울렛 김포점은 지중해 해변이 연상되는 이국적인 '휴양형 아울렛'으로 차별화했다. 김포점을 관통하는 450m 길이의 중앙 수로에서는 고객들이 여유롭게 산책을 즐기며 한강을 조망으로 볼꽃놀이를 감상하는 이색적인 풍경을 연출한다.

교외형 아울렛과 실내 쇼핑몰의 장점을 결합한 '하이브리드형 아울렛'을 도입한 것도



지난해 6월 현대프리미엄아울렛 김포점 야외무대에서 진행된 슈퍼스타 이미지 콘서트 모습. 현대백화점 제공

현대아울렛이 최하다. 현대백화점은 김포점 등 프리미엄아울렛 4개 모든 점포의 고객 동선에 접이식 문인 폴딩도어와 냉난방시스템(EHP) 설비를 설치해, 날씨가 좋을 때는 폴딩도어를 개방해 산책과 쇼핑을 동시에 즐길 수 있도록 운영하고, 날씨가 꺾을 땐 폴딩도어를 닫아 실내 쇼핑몰로 변신한다.

앞으로 현대백화점은 제2 도약을 위한 사업 확장에 박차를 가한다는 계획이다. 먼저 올해 상반기 충북 청주시에 커넥트현대 2호점을 열고, 2027년에는 부산에 프리미엄아울렛을 기반으로 한 기존에 없던 미래형 리테일 플랫폼을 선보일 예정이다.

기존 점포 경쟁력 강화에도 적극 나선다. 김포점은 올해 중앙 수로에 '이온 히팅 시스템'을 도입해 사계절 운영이 가능하게 리뉴얼한다. 송도점은 지하 1층 MZ전문관을 확대할 계획이다.

현대백화점 관계자는 "이르면 상반기 중 10년 만에 새 BI를 적용하기 위한 준비 작업도 진행중"이라며 "고객들이 여유롭게 산책을 즐기며 한강을 조망으로 볼꽃놀이를 감상하는 이색적인 풍경을 연출한다."

송수연 기자 ssy1216@viva100.com



"스탠리 텀블러 쓰고 환경도 지키세요"

롯데백화점은 오는 3월 4일까지 잠시 롯데월드몰 1층 아트리움에서 글로벌 라이프스타일 브랜드 '스탠리'의 팝업행사를 진행한다. 이번 팝업스토어에서는 신상품 '벤처 프로투어 폴립 스트로 텀블러' 6가지 색상을 오프라인 매장에서 최초로 선보이며, 신상품 구매고객에게는 각인 서비스를 제공한다.

롯데백화점 제공

한국콜마, 세계 첫 유·무기 복합선스크림 개발

글로벌 선케어 시장 공략 확대

한국콜마는 유기자외선차단제(유기자차·무기자외선차단제(무기자차) 성분을 결합한 복합체 원료를 선스크림 제형 내에 안정화하는 '유브이-듀오 플러스(UV-DUO PLUS)' 기술을 개발했다고 24일 밝혔다.

자외선차단제는 자외선 차단 방식에 따라 유기자차와 무기자차로 나뉜다. 유기자차는 피부에 흡수된 자외선을 열에너지로 변환해 방출하는 방식으로, 피부가 하해지는 백탁현상이 적고 발림성이 좋다. 무기자차는 피부 표면에서 자외선을 반사하는 방식으로, 피부 자극이 적고 자외선차단력이 뛰어난 반면 백탁현상이 나타난다.

두 가지 메커니즘을 모두 적용한 혼합자차는 피부 자극을 줄인 무기자차와 부드럽게 발리는 유기자차의 장점만 살려 소비자들의 선호도가 높다. 하지만 성분 혼합 시 유기자차 성분이 제형 내 오일 성분과 응집되는 현상이 발생한다. 이 때문에 제품을 피부에 발랐을 때 자외선 차단 성분이 피부를 촘촘히 감싸지 못하는 한계가 있었다.

한국콜마는 이 같은 성분 응집현상을 해결

하기 위해 무기자차 성분을 유기자차 성분이 코팅하듯 감싸는 신규 복합체 원료를 도입하고, 이 원료를 제형 내에 고르게 분산시키는 유브이-듀오 플러스 기술을 개발했다. 성분 응집을 막는 최적의 배합 기술로 자외선차단 효율 저하 문제를 극복한 것이다.

특히 이 기술은 자외선뿐만 아니라 광노화를 유발하는 '장파장(LONG UVA)'까지 차단해 지속노화(노화속도를 늦추는 것)에 도움을 준다. 실제 유브이-듀오 플러스 기술을 적용한 선케어 제품은 인체 피부실험 결과 기존 타제품(유기자차·무기자차 단일)에 비해 400nm(나노미터) 파장대에서 장파장 자외선 차단율이 24.8%나 개선됐다.

한국콜마는 복합자외선차단제라는 새로운 시장을 선점하기 위해 특허 등록을 완료했으며, 유브이-듀오 플러스 기술을 적용한 선스크림으로 SPF(Sun Protection Factor) 50+ PA++++의 자외선차단 효능을 확인, 식품의약품안전처에 자외선차단 기능성화장품 허가를 받았다. 국내뿐만 아니라 해외 시장을 공략하기 위해 국제특허출원(PCT)도 진행 중이다.

송수연 기자 ssy1216@viva100.com