정부, 소상공인 배달·택배비 지원 신청·접수

'직접배달' 시 1건당 5000원 지급

중소벤처기업부는 '소상공인 배달·택배비 지원사업(확인지급)'의 신청·접수를 21일부터 받는다고 전날 밝혔다.

한시 지원인 이번 사업은 소상공인의 배달·택배비 증빙자료 확보 용이성을 토대로 순차적 신청·접수 방침에 따라 지난 2월17일 배달 플랫폼사 협조로 별도의 증빙이 불필요한 '신속지급'을 먼저 실시했고, 이어서 증빙자료를 소상공인이 시스템에 직접 입력하는 확인지급을 2차로 실시하는 것이다.

이번 확인지급 지원대상은 1차 신속지급 대상과 동일하게 2023년 또는 2024년 연 매출액이 1억400만원 미만인 소상공인으로 배달·택배 실적이 있고 신청일 기준 폐업하지 않은 개인·법인사업자로서 신속지급 대상에 포함되지 않은 택배사, 배달 플랫폼 및 배달대행사, 퀵서비스, 심부름센터 등을 이용하거나, 배달 플랫폼 또는 택배사를 이용하지 않고 대표자 또는 직원이 직접 상품을 고객에게 전달한 소상공인이 지원대상이다.

소상공인이 사업자등록번호와 계좌번호 등 최소한의 정보를 입력해 신청하면, 정부가 업종, 매출액, 개·폐업 여부 등 지원 요건을 검증한 결과(지급대상 여부)를 알림톡으로 통보할 예정이다. 이후 소상공인의 편의를 위해 지급 대상자로 확인된 경우에만 2024년 1월1일부터 2025년 12월31일까지 배달 또는 택배 실적에 대한 증빙자료를 시스템에 업로드하면 된다.

배달·택배 서비스를 이용한 경우에는 신청자 정보, 배달일자, 배달금액 등이 확인 가능한 전자세금계산서, 택배운송장, 배달 정산내역서 등을 제출하고, 직접 배달(배송)한 경우에는 '직접배달 인프라'와 '배달실적'을 제출해야 한다. '직접배달 인프라'는 소상공인이 직접배달을 하고 있음을 확인하기 위한 최소한의 요건 증빙으로, 차량등록증, 이동식 카드단말기 계약서, 포장용기 구매내역서, 배달 표시가 있는 간판 또는 전단지 중 하나를 제출하면 된다.

'배달 실적'으로는 상품을 고객에게 전달했음을 확인 할 수 있는 배달 완료 문자·사진, 인수증(협·단체 포함), 배달 장부 등을 제출하면 된다. 직접배달은 1건당 5000원으로 인정해 지급할 예정이므로, 30만원을 받기 위해서는 총 60회의 배달실적을 확인할 수 있는 증빙자료가 필요하다. 사업 신청은 전용 사이트 또는 '소상공인24'를 통해 할 수 있다.

장민서 기자 msjang@viva100.com

"야구팬 잡자"… 유통업계 KBO '주목'

프로야구 연계 마케팅 잇달아

삼립 '크보빵' 열흘만에 300만개 판매
GS25, 프로야구특화 매장 매출 20%↑
CU, 두산 베어스 팬 전용 먹거리 출시



편의점 CU는 프로야구 구단 중 팬들의 먹성이 좋아 '먹산'으로 소문난 두산 베어스와 협업해 먹거리 14종을 순차적으로 출시한다. BGF리테일 제공

유통업계가 프로야구(KBO)의 팬덤을 잡기위해 분주하다. 17일 업계에 따르면 올해 KBO리그는 60경기 만에 관중 100만명을 돌파하며 신기록을 세웠다. 종전 기록은 65경기 만에 100만 관중을 기록한 2012년이다. 지난해 처음으로 '1000만 관중'을 돌파한 KBO의 인기가 올해도 뜨겁다.

이같은 KBO의 인기에 힘입어 SPC삼립은 '크보빵' 10종을 출시했다.롯데를 제외한 9개 구단마다 맛과 콘셉트가 다르고 각 팀의 대표 선수와 마스코트 띠부씰 215종이 랜덤으로 들어있다. 크보빵은 지난달 20일 출시된 이후 약 열흘간 300만봉 판매를 돌파했다.

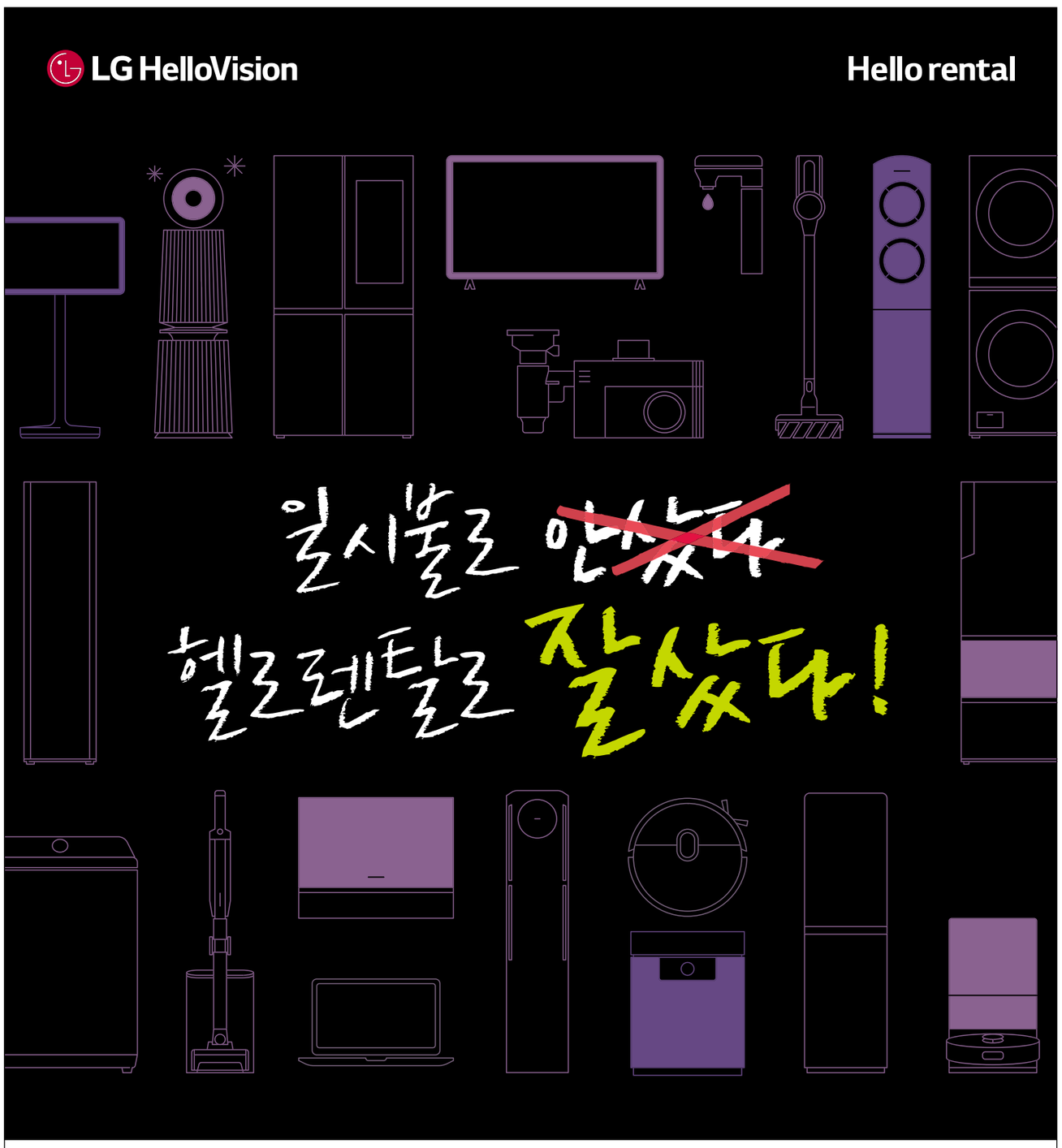
편의점 업계의 야구 마케팅도 치열하다. BGF리테일이 운영하는 편의점 CU는 맥주, 하이볼, 치킨, 핫바, 스낵 등 14종의 두산 베어스 협업 상품을 23일 출시한다. 두산 베어스 팬들은 경기가 있는 날이면 경기 티켓은 남아있어도 빵, 밀크티, 닭강정 등 야구장 매점 음식들을 모두 매진시킨 전례가 있어 '먹산(먹성 좋은 두산)'이라는 별칭이 있다. 이에 CU는 베어스 협업상품을 다음달 중순까지 순차적으로 출시한다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 특화매장을 중심으로 야구 마케팅을 강화하고 있다. 지난해 잠실에 'LG 트윈스 특화 매장'을 연 데이어 올해 3월에는 한화이글스 신구장에 '대전 한화생명 볼파크'지점을 열었다. 대전 한화생명 볼파크점은 락커룸을 연상시키는 인테리어에 유니폼, 배트, 글러브 등 60여 종의 굿즈를 팔고 있다. 프로야구 특화매장 2곳은 KBO시범 경기 시작이후 매출이 전월 동기 대비 20%씩 증가했다.

신세계그룹은 지난 4일부터 13일까지 진행한 대규모 할인행사 계열 프로야구단 SSG랜더스와 연계한 '랜더스 쇼핑페스타'를 열어 역대 최대 매출인 1조3000억원의 매출을 올렸다. 특히 스타벅스가 SSG랜더스와 협업해 선보인 '랜더스벅 유니폼'은 온라인 판매 개시 5분 만에 완판됐다.

유통업계 한 관계자는 "야구장에서만 살 수 있던 제품들이 이제는 실생활에 깊숙히 들어오면서 팬층이 두터운 프로야구가 새로운 소비 트렌드로 떠올랐다"고 말했다.

이희승 기자 press512@viva100.com



롯데하이마트, 'PLUX' 론칭

9년 만의 자체 브랜드 개편
대형가전 5년 무상AS 제공

롯데하이마트는 오는 21일 새로운 PB(자체브랜드) 'PLUX(플럭스)'를 공식 론칭한다고 20일 밝혔다.

지난 2016년 '하이메이드(HIMADE)'를 선보인 이후 약 9년만의 개편이다. 브랜드명 '플럭스(PLUX)'는 '연결'을 뜻하는 영단어 'Plug'와 '경험'을 의미하는 영단어 'Experience'의 합성어로 '스마트한 나(사용자)를 위해 일상에서 꼭 필요한 가치를 담아 더 나은 일상으로 연결해준다'는 의미를 담았다.

'PLUX' 론칭을 위해 롯데하이마트는 약 1년여 간의 컨설팅 및 소비자 조사, 상품 기획 과정 등을 거쳤다. 이를 통해 롯데하이마트 PB의 정체성과 방향성을 재정의해, 작은 차이로 일상을 바꾸는 '일상 가전'이라는 새로운 개념을 브랜드 전체의 콘셉트로 삼았다.

새롭게 선보이는 'PLUX'의 가장 큰 차별점은, 바로 명확한 타깃층을 설정했다는 점이다. '젊은 감각을 가진 1~2인 가구'를 주요 고객층으로 설정해 상품 기능부터 디자인, 고객 커뮤니케이션까지 일관적인 콘셉트를 가져간다. 당연하게 탑재 되어 있었지만 사용이 많지 않았던 기능, 디자인에 따라 높아지는 가격, 필요 이상으로 큰 용량 등 기존 가전에서 형성된 일종의 고정관념에서 벗어나, 고객의 의견을 반영한 새로운 가전 경험을 제공하겠다는 것이다.

롯데하이마트의 서비스 인프라 개선을 통해 사후 서비스까지 업그레이드함으로써 PB 가전으로서의 차별화도 꾀했다. 'PLUX' 상품들의 경우, A/S가 중요한 품목의 상품들은 기존 가전제품이 가지고 있는 1년에서 2년까지의 A/S 무상 보증 기간보다 긴 3년(중소형가전), 5년(대형가전)의 A/S 무상 보증을 탑재했다.

롯데하이마트는 연내 200여개의 PLUX 상품들을 출시할 방침이다.

송수연 기자 ssy1216@viva100.com



롯데百 "日 유명 파티시에 디저트 맛보세요" 롯데백화점은 27일까지 본점 지하 1층 식품관에서 일본 유명 파티시에 '요로이즈카 토시히코'의 디저트 팝업스토어를 선보인다고 20일 밝혔다. 요로이즈카는 파리 제빵 박람회 우승, 미슐랭 3스타 레스토랑의 파티시에를 거친 베테랑 파티시에다. 요로이즈카 쉐프가 롯데백화점 본점 식품관에서 자신의 디저트를 소개하고 있다. 롯데백화점 제공

G마켓, 오픈마켓도 스타배송 '도착보장 서비스' 전면 확대

신세계그룹 계열 이커머스 G마켓은 도착보장서비스 '스타배송'을 일반 오픈마켓(3P) 판매자까지 확대한 '판매자 스타배송' 서비스를 선보인다고 20일 밝혔다.

스타배송은 100% 도착보장을 목표로 구매 고객과 약속한 날짜에 배송해주는 서비스다. 배송은 CJ대한통운이 담당한다.

기존 스타배송은 G마켓이 운영하는 동탄 소재 메가센터에 상품을 입고한 셀러를 대상으로 운영해왔지만, '판매자 스타배송'은 개별 물류창고를 이용하던 브랜드사 및 중소상공인들로 범위를 확대한 것이다.

G마켓과 옥션 입점 판매자라면 누구나 신청할 수 있는 서비스로, 판매고객 입장에서는 취급 제품의 배송 경쟁력을 높여 매출 증대를 기대할 수 있다. 구매 고객 입장에서는 쇼핑 만족도가 높아진다.

'판매자 스타배송'은 삼성전자, 쿠쿠, 듀오백 등 400여개의 브랜드 제조사와 함께 출발하며, G마켓은 스타배송 전문관을 마련해 해당 상품의 노출도를 확보한다는 계획이다.

이희승 기자 press512@viva100.com