물가 인상에…유통업계 PB상품 경쟁 치열

가격대비 성능 좋은 제품 소비자들에 인기
광주신세계 '델라라나' '일라일' 매출 신장
롯데광주점 '파슨스' '유닛' 매출 10% 성장

음식값부터 시작된 가격인상이 식품과 가공품까지 확산하면서 유통업계의 자체 브랜드 상품인 PB(Private Brand) 제품을 찾는 소비자가 늘어나고 있다. 물가인상 속에 가격 대비 성능이 좋은 제품을 구입하려는 소비자가 많아졌다는 뜻으로, 광주지역 유통업계도 치열한 PB상품 경쟁에 나서는 모습이다.

14일 광주신세계에 따르면 상품기획, 제작, 판매, 브랜딩까지 모든 과정을 신세계가 직접 진행하는 대표 PB브랜드인 '델라라나'와 '일라일'의 올해 매출이 신장한 것으로 나타났다.

델라라나는 40~50대 고객들을 대상으로 한 프리미엄 캐시미어 의류를 선보이고 있으며, 일라일은 중저가의 가격대로 30~40대 고객을 잡기 위한 캐시미어 브랜드다.

지난 1월 1일부터 지난 2월 28일까지 계획대비 100% 수준의 매출신장을 기록했고, 전월과 대비하면 1월에는 각각 2.3%·5.2%, 2월 22.4%·18.7% 매출이 증가하는 등 인기가 높아지는 추세다.

이처럼 PB상품 인기가 높아지는 사회현상에 따라 광주신세계는 지난달 23일 여성속옷 PB 브랜드인 'UNCUT'(언컷)도 입점시키는 등 PB상품 경쟁에 돌입한 상태다.

롯데백화점 광주점에서도 PB상품의 인기가 두드러지게 나타나고 있다.

롯데백화점 광주점에 따르면 PB브랜드인 '파슨스'와 '유닛'의 매출은 지난해만 10% 이상 성장했다.

특히, 롯데백화점 광주점의 경우 편집숍과 자체 PB브랜드의 인기에 따라 업계간 차별화를 꾀하고 고객확보를 선점하기 위해 바이어들이 해외를 넘나들며 시장을 파악하는 등 공을 들이고 있다.

강정아 롯데백화점 치프바이어는 "카르방 스타일이 국내에도 수요가 있음을 확인했다"며 "경쟁업체보다 먼저 롯데백화점에 소개하고 싶은 마음에 직접 프랑스 파리까지 다녀왔다"고 설명했다.

PB상품의 경우 백화점업계를 넘어 대형마트업계에서도 그 경쟁이 치열한 상황이다.

우선 롯데마트가 지난해 2월 출시한 균일가 자체브랜드 PB상품인 '온리프라이스'의 구매고객은 월 평균 100만명에 달하고 있다.

롯데백화점 광주점 자체브랜드인 파슨스 매장에서 고객이 봄철 의류를 살펴보고 있다. 〈롯데쇼핑 제공〉

출시 초기에는 온리프라이스 상품 구매 고객은 월 평균 52만명 수준이었으나 1년만에 2배가 늘어난 것이다.

온리프라이스는 롯데마트가 상품 가격에 대한 고객의 신뢰를 회복하기 위해 운영기간 내내 균일가에 판매하는 자체브랜드(PB) 상품으로, 현재 종이컵, 화장지 등 소모성 생필품을 중심으로 180여개 상품을 운영 중이다.

앞서 '노브랜드'를 출시하며 PB상품 선두에 선 이마트 역시 연일 새로운 노브랜드 상품을 출시하며 우위 선점을 이어가고 있다.

지난달 8일 선보인 '노브랜드 43인치 고화질(HD)TV'는 29만9000원이라는 저렴한 가격을 내세우며, 준비한 물량 7000대가 모두 팔릴 정도로 큰 인기를 끌었다.

이마트의 경우 지난 2015년 4월 노브랜드 제품 9개 품목을 선보인 뒤 이날 현재까지 1000여개 품목으로 확대한 상태다.

유통업계 관계자는 "최근 장바구니 물가가 크게 오르면서 생필품부터 가전까지 PB제품을 찾는 소비자들이 늘고 있다"며 "유통업계에서도 이런 트렌드에 맞춰 PB상품을 다양화하는 등 경쟁이 심화될 것"이라고 말했다.

/박기웅기자 pboxer@kwangju.co.kr

만두·어묵·즉석밥까지… 먹거리 물가 줄줄이 올라

CJ제일제당 냉동만두 6.4% ↑
사조대림 어묵 5~9% 인상

유통가에 식품 가격 인상 바람이 거세지고 있다. 식품 업체들이 원재료 가격 인상 등을 반영해 제품 가격을 하나둘씩 올리면서 먹거리 물가 상승세가 이어지고 있다.

14일 유통·식품업계에 따르면 최근 주요 식품 가격 인상이 단행된 데 이어 추가로 업체들이 가격 인상을 검토하고 있다.

풀무원식품 관계자는 "만두 제품 가격 인상을 검토 중"이라며 "아직 시기나 인상률 등은 결정되지 않았다"고 밝혔다.

동원F&B 관계자는 "다음 달 어묵 7종 가격을 올릴 예정"이라며 "현재 인상 시점과 폭을 조율 중"이라고 말했다.

최근 만두, 어묵, 즉석밥, 음료 등 소비자들이 가정에서 자주 먹는 먹거리 가격이 줄줄이 오르는 흐름이다.

CJ제일제당은 냉동만두 5종 가격을 이달부터 평균 6.4% 인상했다. 해태제과는 고향만두 가격을 올리지 않았지만, 제품 25종의 중량을 약 8% 줄여 사실상 가격 인상 효과를 보게 됐다.

업계에서는 일반적으로 시장점유율 1위 업체가 가격을 올리면 시차를 두고 경쟁 업체들이 가격을 올린다.

만두 외에 다른 품목도 도미노 인상 가능성이 있다.

CJ제일제당은 최근 냉동만두 외에 즉석밥, 햄, 어묵 등의 가격도 인상했다. 햇반은 평균 9%, 스팸은 평균 7.3% 가격이 올랐다. 어묵 10종은 가격이 평균 9.8% 인상됐다.

사조대림은 어묵 11종 가격을 5~9% 가량 인상했다. 앞서 오뚜기는 지난해 11월 즉석밥과 참치캔 가격을 올렸다.

코카콜라음료가 지난달 콜라 등 17개 품목 출고가를 평균 4.8% 인상하는 등 음료, 제과 부문도 가격 인상에 대한 우려가 있다.

식품업계 관계자는 "최근 주요 원·부재료 및 가공비 등이 상승해 가격 인상 요인이 발생했다"며 "물가 부담 등을 고려해 눈치를 보던 업체들도 가격 인상 행렬에 동참할 수 있다"고 말했다.

/연합뉴스

월마트 100개 도시서 식품택배 서비스

아마존과 경쟁

월마트가 뒤늦게 식품 택배 서비스 경쟁에 가세했다고 월 스트리트 저널이 14일 보도했다.

월마트는 올 연말까지 100개 도시에서 식품 택배 서비스를 제공하며 뉴욕시에서는 당일 배송 서비스도 개시할 방침이다.

아마존과 크로거, 타깃 등이 택배 서비스에 과감히 투자하는 동안 이를 외면했던 월마트의 태도가 급선회한 셈이다.

월마트에 따르면 고객이 식품을 온라인으로 주문하면 매장 직원들이 이를 포장해 배송 업체를 통해 전달토록 할 방침이다. 온라인주문 상품의 가격은 매장 가격과 동일하다. 다만 택배 요금이 건당 9.95달러이고 최소 30달러의 상품을 주문해야 한다.

회사 대변인은 우버 테크놀로지가 1차 택배 협력사의 하나가 될 것이며 하반기에는 다른 배송업체들이 추가될 것이라고 밝혔다.

월마트는 현재 6개 도시에서 우버와 딜리브를 통해 식품 배송 서비스를 제공하는 상태다.

소식통들에 따르면 월마트는 지난 2016년 인수한 온라인 유통업체 제트를 통해 뉴욕에서 식품 당일 서비스도 제공할 계획인 것으로 알려졌다. 아마존의 신속 택배 서비스인 프라임 나우와 경쟁하려는 의도다.

제트는 이미 6개 도시에서 식품 택배 서비스를 운영하고 있으나 페덱스와 같은 운송회사를 이용하는 탓에 상품 도착은 보통 수일이 걸리고 있었다. 소식통은 제트가 샌프란시스코 등 월마트 스토어가 없는 10개 대도시로 서비스를 확대할 계획이라고 전했다.

반면에 코스트코와 크로거를 비롯한 경쟁사들은 고객이 택배 서비스를 받을 수 있는 품목과 대도시를 속속 늘리는 추세다. 아마존이 지난해 유기농 식품 체인인 홀푸드를 인수한 것이 자극제였다.

아마존은 지난달 홀푸드의 택배 서비스 지역에 6개 대도시를 추가했다. 이에 따라 서비스 가능 지역은 전국 수십개 도시 규모로 확대된 상태다.

/연합뉴스

광주신세계, '베이크 치즈 타르트' 팝업 행사

포근한 날씨가 이어지면서 봄철 나들이용 간식류의 인기가 높아지는 것으로 나타났다.

14일 ㈜광주신세계(총괄 임원 최민도)에 따르면 지난 1일부터 13일까지 식품코너 디저트 매장의 매출은 전년대비 13.8% 증가한 것으로 파악됐다.

이에 따라 광주신세계는 강남과 센텀에서 인기를 끌고 있는 '베이크 치즈 타르트' 매장〈사진〉에 대한 팝업행사를 오는 5월 5일까지 진행할 예정이다.

베이크 치즈 타르트는 달콤한 쿠키지에 고소하고 짭짤한 맛의 훗카이도 치즈를 넣고 구운 간식이다. 낱개 또는 6개씩 박스로 포장돼 판매되고 있어 선물용이나 나들이용 간식으로 인기가 좋다. 판매가는 1개 2800원, 6개(1BOX) 1만6000원이다.

/박기웅기자 pboxer@kwangju.co.kr

롯데마트 여수점 무인 스마트 도서관 인기

365열린도서관 지난해 개관
베스트셀러 등 500여권 대출

롯데마트 여수점이 무인 스마트 도서관을 도입해 지역민들에게 인기를 얻고 있다. 〈사진〉

14일 롯데쇼핑에 따르면 여수시 극동 롯데마트 여수점 1층 '국동 365 열린도서관'은 지난해 11월 여수시와 협업을 통해 문을 열고 운영 중이다.

23.14㎡(7평) 규모의 도서관에는 책을 빌려주는 자판기가 있다. 이 자판기는 사람 없이 책을 대여할 수 있으며, 여수 최초의 무인대출·반납시스템이다. 주민들은 대형스크린을 터치해 원하는 책을 대출 가능하다.

도서관은 회원가입 후 이용가능하며, 대출 가능한 도서는 신간, 베스트셀러 등 500여권에 달한다.

여기에 매 분기마다 대출도서 500권이 새롭게 교체된다. 대출기간은 14일이며, 1인당 3권까지 빌릴 수 있다. 개장 후 매달 200여명이 이용하고 있으며 이용자도 점차 늘어가는 추세다.

임정희(여·42·여수시 극동)씨는 "그동안 도서관이 멀어서 책을 빌리기 힘들었는데 마트에서 쇼핑도 하고 책도 빌려 볼 수 있어 좋다"며 "국동·월호동·대교동 일대 주민들은 공공도서관을 이용하기 위해 대중교통으로 40분을 이동했다. 불편을 덜어줘 감사하다"고 말했다.

/박기웅기자 pboxer@kwangju.co.kr