

할인에도 얼어붙은 소비...유통가 '내년이 더 최악' 전망

이마트·롯데마트 등 '물가 안정' 목표 연중 상시 프로모션 진행 대한상의, 유통산업 전망 세미나 내년 편의점·백화점 등 악화

올 한해 고물가·고금리 등으로 인한 경기침체가 지속되면서 유통업계는 희망퇴직을 받거나, 일부 점포를 정리하는 등 악재를 거듭하고 있는 가운데 내년에는 유통업계 상황이 더 악화될 수 있다는 전망이 나왔다. 대형마트 업계는 경기침체 장기화로 지역민들의 소비 역시 위축되자 '물가 안정'을 목표로 연중 상시 반값 할인 등 다양한 프로모션을 진행해 왔지만, 이같은 프로모션들이 소비 유도 뿐만 아니라 마진을 떨어뜨리고 수익성 저하로 이어질 수 있기 때문이다. 특히 대통령의 계엄·탄핵 정국에 내년 초까지 이어질 것으로 예상되는 데다, 미국의 트럼프 2기 행정부 출범 이후 수입·수출 역시 불안정성이 높아질 것으로 전망되면서 면세점, 편의점 매출 등에도 악영향을 미칠 것으로 예상되고 있는 실정이다.

25일 유통업계에 따르면 대형마트 3사(이마트·롯데마트·홈플러스) 등을 비롯한 업계에서는 올해 과일 등 농산물을 중심으로 고물가 양상이 지속되자 연중 상시 프로모션을 진행해왔다.

이마트는 올해 초부터 매월 '가격 파격' 행사, 분기별로는 '가격 역주행' 행사 등을 진행했고, 롯데마트는 '핫프라이스' 행사를, 홈플러스 역시 'AI 가격혁명' 등 상시 프로모션을 실시했다.

이같은 행사들을 통해 올 하반기 기준 소비자들이 직접 구매하는 식자재 등의 소매가격은 비교적 안정세에 접어들고, 얼어붙었던 지역민들의 소비도 다소 회복되는 모습이지만, 상시할인 행사를 통한 소비심리 진작 및 소비 유도 전략들이 대형마트들의 수익성 저하로 이어질 수 있다는 목소리도 나오고 있다.

침체된 소비의 회복보다 대형마트들의 마진 감소분이 더 클 수도 있다는 우려다.

실제 올해 이마트는 올 상반기 사상최초로 희망퇴직을 받는가 하면, 롯데마트는 지난 9월 수원 영통점 폐점, 홈플러스 역시 광주시 동구 계림점 문을 닫는 등 어려운 한 해를 보내기도 했다.

이에 이마트는 이마트와 이마트에브리데이, 이마트24 등 유통계열사를 활용한 공동소싱 등으로 비용을 낮추고, 롯데와 홈플러스 등은 지점 통합 및 축소 등 효율성을 높이는 방안을 마련, 실시하고 있는 실정이다.

특히 내년에는 유통업계가 전반적으로 올해보다 더 경영이 어려운 '최악의 한 해'를 보낼 것이라는 전망도 나오고 있다. 근본적인 소비자들의 소비심리 위축이 해소될 기미가 보이지 않는 데다, 고물가 및 소비침체 문제가 완전히 해소되지도 않

은 가운데, 국내 정세는 혼란스러워 내년 물가 안정을 위한 관련 정책의 불확실성은 커졌다. 더불어 수출·수입 불황 등 요인으로 백화점을 비롯해 온라인 쇼핑물, 면세점, 편의점 등이 대부분 올해보다 더 부진할 것으로 예상되면서다.

한국경제인협회와 여론조사 기관인 '모노리서치'를 통해 지난달 13~20일 전국 만 18세 이상 국민 1000명을 대상으로 설문 조사한 결과 응답자의 53%는 올해보다 내년 소비를 더 줄일 계획인 것으로 조사됐다. 내년 가계 소비지출은 올해 대비 평균 1.6%가량 감소할 것으로 조사됐다. 소비를 줄이는 이유로는 '고물가 지속'이 44%로 가장 높았다.

이같은 상황에 계엄 및 탄핵 사태 이후 치솟은 원·달러 환율은 1450원대에서 회복되지 않고 있다.

또 대한상공회의소(대한상의) 역시 최근 '2025년 유통산업 전망 세미나'를 열고, 내년 유통업계 상황이 어두울 것으로 전망했다.

세미나에서 각계 전문가들은 대형마트 업계는 올해 역성장(-0.5%)에서 내년에는 플러스 성장(+0.8%) 전환하겠지만, 내년 백화점 업계 매출은 40조원 가량으로 올해보다 -1.7% 감소하고, 온라인 쇼핑업계 성장세는 둔화될 것으로 예상했다. 이 밖에도 트럼프 2기 행정부 출범 등과 더불어 수출·수입 불확실성이 높아지면서 면세점은 올해보다 부진하고, 좀처럼 회복되지 않는 소비심리로 편의점 업계 상황 역시 악화될 것으로 전망했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr



홈플러스, 먹거리 '반값 하나더 데이' 행사

28일부터 내년 1월 1일까지

홈플러스가 오는 28일부터 내년 1월 1일까지 신년맞이 '반값 하나더 데이' 행사를 진행한다. 이번 행사는 올 한해 물가 안정을 위한 다양한 행사 등 고객들이 보내준 성원에 보답하기 위해 마련되었으며, 새해 수요가 높은 육류, 떡국 재료 등 먹거리를 반값 또는 '1+'로 제공한다.

우선 각종 신선 먹거리를 최대 반값에 선보인다. 오는 28~29일에는 '한돈 브랜드 삼겹살·목살'을 행사카드(신한·삼성·롯데·농협·비씨·우리·광주·씨티)로 결제 시 50% 할인한다. '농협 안심한우'는 전품목을 대상으로 오는 1일까지 최대 반값에 판매한다. 두가지 품목을 신한·삼성카드 7만원 이상 구매 고객에게는 5000원권 상품권을 증정한다.

이 밖에도 마이홈플러스 멤버십 회원들을 대상으로는 '한돈 냉동 삼겹살' 전품목을 50% 할인하고, 행사카드 결제 시 '블루베리(400g)'과 '두백감자(2kg)', '대란(30구)' 등을 할인 판매한다.

또 오는 26일부터 내년 1월 1일까지 'AI 가격혁명'도 함께 진행한다. 이번 가격혁명에서는 '한송이 바나나', '호주정정우를 사용한 연양식 석쇠볼고기', '황태채', '산지 그대로 제주 무', '시금치', '하얀햇살 우리쌀 떡국떡' 등을 저렴한 가격에 선보인다.

김상진 홈플러스 트레이드마케팅총괄은 "고물가로 인해 각종 모임과 선물 등이 부담스러운 연말 연시가 예상되고 있다"며 "이번 행사 기간 각종 할인혜택을 활용해 합리적으로 장을 보시길 바란다"고 말했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

"장바구니 부담 줄인다"...롯데마트·슈퍼 '더 핫' 진행

핫프라이스·핫PB·공구핫딜 등

롯데마트와 롯데슈퍼가 오는 26일부터 새해 물가 잡기 캠페인인 '더 핫'을 진행한다. 이번 캠페인은 '이번주 핫프라이스'와 '이달의 핫PB', '공구핫딜' 등 세가지 카테고리로 구성하고, 각종 할인 혜택을 제공해 고물가로 인한 장바구니 부담을 완화한다는 방침이다.

우선 이번주 핫프라이스는 기존에 롯데마트가 진행해왔던 핫프라이스 프로모션을 확대 적용했다. 이번주 핫프라이스 상품은 기존 할인 혜택을 제공하던 제품을 매주 1개에서 3개 안팎으로 늘리고, 오프라인 매장 전용 멤버십 서비스인 롯데마

트고(go) 앱 특가 서비스도 적용한다.

오는 26일부터 내년 1월 1일까지 진행되는 첫 번째 '이번주 핫프라이스' 상품은 남해안 생굴로, 행사카드 결제 시 25% 할인가에 만나볼 수 있다.

이 밖에도 우동 2인분 제품 14종도 행사카드 2개 이상 구매 시 50% 할인 판매한다.

이달의 핫PB는 '요리하다'와 '오늘좋은'의 PB 상품을 한 달간 8개 안팎으로 선정해 할인한다.

처음 진행되는 이달의 핫 PB 상품은 '요리하다 바삭존득 꺾바로우'와 '요리하다 왕교자 만두'로 선정됐다.

'공구핫딜' 역시 롯데마트와 슈퍼가 파트너사와 협업체 단독으로 기획 제작한 상품을 한 달간 연중

최저가로 제공할 계획이다. 이에 따라 이번 공구 핫딜에서는 '케라시스 단백질 크림 염색약'과 '고래사 꼬치어묵'을 특가에 선보인다.

더불어 고객 참여형 프로모션인 '마이 핫프라이스 물가 잡기' 행사도 격렬로 진행할 예정이다.

이번 행사는 롯데마트고 앱에서 출수달마다 두 상품군에 대한 고객 투표를 진행하며, 표를 더 많이 획득한 상품군의 할인 쿠폰을 짝수달마다 투표 참여 고객들에게 선착순으로 제공한다.

강혜원 롯데마트·슈퍼 마케팅부장은 "올해에 이어 내년에도 '더 핫' 프로모션을 통해 소비자 물가 안정을 위해 최선을 다하겠다"고 말했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

이마트 "고객이 만족할때까지 가격 할인"

2025년 고래잇 캠페인

이마트가 오는 2025년 새로운 마케팅으로 '고래잇 캠페인'을 선보인다.

이번 캠페인은 '고객이 응(%)할 때까지, 세상을 고래잇(Great)하게'를 슬로건으로 내걸고, 고객 만족이 종속될 때까지 제품 가격을 하락하겠다는

의지를 담았다. 이에 따라 이마트는 내년에 진행할 대형 행사들과 단독 신상품, 가격 혜택 등을 모두 '고래잇'으로 명명하기로 했다.

이번 캠페인은 '고래잇 페스타'와 '고래잇템', '응(%) 가격', 'e머니 리워드' 등 네 가지를 중심으로 진행한다.

우선 고래잇 페스타는 랜더스테이, 썬데이와 같

은 유통계열사 대형 행사로 연간 5회 이상 진행할 계획이다. 내년 첫 행사는 오는 1월 1~5일이며, 한우와 삼겹살, 딸기 등 제철 과일과 생활용품 등을 파격적인 가격에 선보인다.

고래잇템에서는 단독 상품이나 경쟁업체보다 저렴한 가격의 상품들을 만나볼 수 있다.

응(%) 가격은 올해 진행했던 가격 프로젝트를 이어가며, e머니 리워드는 현금성 포인트 등 다양한 보상 혜택을 선보인다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

연말 홈파티엔 '위스키'...편의점, 저가 마케팅 진행

편의점 업계가 연말까지 '저가 위스키' 마케팅을 진행한다. 코로나 19 당시 '혼술' 문화의 유행과 엔데믹 이후 각종 모임 급증 등에 따라 위스키 수요가 높아졌지만, 경기침체가 장기화되면서 고가 위스키보다는 가성비 높은 저가 위스키가 유행한 데 따른 것이다.

25일 유통업계에 따르면 편의점 3사(CU·GS·25·세븐일레븐)는 연말까지 홈파티용 주류 기획전을 실시한다. 통상적으로 연말에는 송년회 등 단체 모임이 많지만, 계엄·탄핵 정국 등에 따라 연말 모임이 비교적 줄어들면서 홈파티용 주류 수요가 높아질 것으로 예상되기 때문이다. 이에 각 편의점들은 신규 저가 위스키를 출시하는 등 연말 고객 잡기에 나서고 있다.

특히 CU는 지난달 신규 출시한 스카치위스키

'킬리두' 마케팅을 연말까지 이어가려고 했다. 킬리두는 스코틀랜드 스페이스사이드 지역의 몰트위스키와 그레이 위스키를 블렌딩한 제품으로, 700ml의 대용량이지만 가격은 1만 2900원에 만나볼 수 있다.

킬리두는 사치품을 비롯해 생필품에서도 '가성비'를 찾는 최근 소비 트렌드에 발맞춰 출시되면서 지난달 20일 출시 이후 지난 21일까지 1달여만에 누적 판매량 7만 5000명을 달성했다. 이에 따라 CU의 위스키 매출 역시 1~11월 기준 전년 대비 29.8% 신장한 것으로 집계됐다.

이에 CU는 출시 기념으로 진행했던 3000원 할인 프로모션을 연말까지 연장해, 오는 31일까지 '킬리두(700ml)' 1병을 9900원에 선보인다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

wilo

대한민국 판매 1위 펌프 윌로펌프

강력한 성능! 합리적 가격!
농사용 펌프도 역시 윌로펌프

전국 132개 서비스망