

대형마트, 먹거리·가전 등 설 성수품 할인전 돌입

2월 4일까지 진행...이마트, 고래잇 페스타·만감류 골라담기도
롯데마트, 과일·전복·한우 등 할인...명절 상차림 사전예약 진행

대형마트들이 유통업계 연간 최대 대목 중 하나인 설 명절을 앞두고 설 성수품 위주의 먹거리·가전 등 품목을 중심으로 할인전에 돌입한다. 최근 농수축산물 등 먹거리 물가 상승세가 큰 상황에서 설을 준비하는 소비자의 장바구니 부담도 다소 완화될 것으로 보인다.

28일 유통업계에 따르면 대형마트 BIG3(이마트·롯데마트·홈플러스)는 오는 2월 4일까지 대대적인 물가 안정 할인행사를 진행한다.

특히 지난 12월 중 소비자물가지수는 전년 대비 2.1% 상승하며 비교적 안정적인 흐름을 보인 반면 체감물가를 반영하는 생활물가지수는 2.5%의 높은 상승률을 기록하는 등 소비자들의 소비 부담이 큰 상황이다.

더불어 설 명절을 앞둔 시기에 사과(19.6%), 짜(18.2%), 고등어(11.1%) 등 설 성수품 먹거리 위주로 체감물가가 높아진 만큼 이번 대형마트 업계의 대대적인 할인전에 소비자의 눈길이 쏠리고 있다.

우선 롯데마트는 오는 2월 4일까지 '밥상 물가

안정 기획전'을 진행한다.

이번 행사에서는 제주산 '상생 무' 120 t을 롯데슈퍼와 공동 매입해 일반 상품 대비 50% 저렴한 개당 990원에 선보인다. 이와 함께 떨기 전 품목은 2팩 이상 구매 시 팩당 2000원 할인하고, '상생 제주 한라봉·천혜향(각 1.5kg)'도 특가에 만나볼 수 있다.

또 명절 선물용으로 적합한 '완도 홀전복'과 정부 비축 물량인 '물가안정 갈치(大)', 한우 '마블나인 등심(1++(9) 등급)' 등도 할인가에 제공한다.

롯데마트는 오는 31일부터 2월 5일까지 '명절 상차림 온라인 사전 예약'도 실시한다. 온라인 사전 예약 시 '롯데마트 제티'에서 명절 먹거리 5종을 최대 3000원 할인받을 수 있다.

같은 기간 이마트도 먹거리와 가구·가전을 중심으로 초특가 혜택을 제공하는 '고래잇 페스타'를 진행한다.

행사 기간 중 2월 1일까지는 과자, 만감류 골라담기 행사를 펼친다. '과자 무한 골라담기'는 2만 5000원에 지정된 2개의 박스에 과자를 원하는 만

큼 가져갈 수 있는 행사로, 기준 대비 50% 이상 할인 혜택을 받을 수 있다.

'만감류 7개 골라담기'는 천혜향, 레드향, 황금향 중 7개를 골라 지정가에 구매할 수 있다. 현재 판매가 대비 최대 반값에 만감류를 구매할 수 있다.

이번 고래잇 페스타는 설 명절과 신학기 수요를 겨냥한 가구·가전 할인 혜택도 강화했다.

대표적으로 세라젬, 바디프랜드, 코지마 등 안마의자 브랜드에서는 행사카드 전액 결제 시 최대 120만원 할인혜택을 제공한다. 이 밖에 '카프 포켓 초미니 마사지건', '어게인 무선 목어깨 마사지기' 등 효도 상품들도 특가에 선보인다.

홈플러스도 오는 2월 4일까지 '홈플 히트상품 위크'를 열고, 농수축산 먹거리를 중심으로 최대 반값 할인 행사를 전개한다.

마이홈플러스 멤버특가는 혜택으로는 2월 1일까지 '한돈 YBD 황금돼지 삼겹살·목심(100g)'을 반값에 판매하고, '휘라 노르웨이 생연어 구이용·횟감용(100g)'과 '보먹돼 삼겹살·목심'은 7대카드 결제 시 40% 할인한다.

가성비 높은 식재료를 찾는 소비자들을 위해 자체브랜드 '심플러스' 제품도 확대했다. 심플러스 풍나물·두부·달걀을 비롯한 신선식품부터 짜장라면 등 가공식품까지 모두 할인가로 기획했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr



“디지털 매거진 구독 저렴하게 이용하세요”

이마트24, 모아진 기프트카드 판매...3개월 구독권 33% 할인

어주기' 기능도 제공한다.

이를 통해 고객들은 패션, 라이프스타일, 경제, 시사, 비즈니스, 취미 등 다양한 분야의 매거진들을 한 곳에서 만나볼 수 있고, 모바일과 태블릿, PC 등 매체에서 활용할 수 있게 했다.

모아진 기프트카드를 통해 구독서비스 3개월 구독권을 33% 할인된 3만원에 이용할 수 있다.

이마트24는 모아진 기프트카드 출시를 기념해 오는 2월 23일까지 인스타그램 이벤트도 진행한다. 이벤트 기간 중 게시물에 친구를 태그하는 댓글을 단 고객 중 추첨을 통해 경품을 증정한다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr



“최고의 발사믹 만나요”

롯데백화점 광주점 직원들이 지하 1층에서 이탈리아 대표 발사믹 브랜드 '주세페주스티' 상품을 선보이고 있다. 주세페주스티는 이탈리아 400년 전통의 발사믹 명가로, 이탈리아 엠마누엘레 왕가의 인증을 받은 최고의 발사믹 식초 기준으로 인정받고 있다. 롯데백화점 광주점에서는 '주세페주스티 3메달 발사믹식초 & 엑스트라비진 올리브오일', '주세페주스티 큐빅1메달 발사믹식초 & IGP 콘체디 엑스트라비진 올리브오일' 등 다양한 선물세트들을 만나볼 수 있다. <롯데백화점 광주점 제공>

“이제 1년 내내 먹는다”...맥도날드, 사이드 메뉴 ‘맥윙’ 상시 판매

한국맥도날드는 인기 사이드 메뉴인 ‘맥윙’을 정식 메뉴로 상시 판매한다고 28일 밝혔다.

맥윙은 맥도날드가 2014년 선보인 여름 시즌 한정 메뉴였다.

맥도날드는 소비자 요청에 따라 맥윙을 상시 판매하기로 결정했다.

맥윙은 닭봉고 닭날개 두 가지 부위로 구성됐다. 짭조름한 양념이 입혀진 바삭한 껍질과 쫄깃하고 촉촉한 속살이 어우러져 ‘겉박속촉’의 매력을 느낄 수 있다고 맥도날드는 설명했다.

혼자서도 가볍게 즐길 수 있는 두 조각부터 네 조각, 여덟 조각까지 수량을 선택할 수 있다.

한국맥도날드 관계자는 “맥윙은 여러 차례 조기 완판을 기록할 만큼 고객들의 애정이 깊은 메뉴로, 1인 가구 증가와 외식 물가 부담이 커진 요즘 한 마리 치킨이 부담스러운 고객들도 합리적으로 즐길 수 있는 메뉴로 주목받고 있다”고 말했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

소비쿠폰 효과에 유통업체 매출 6.8% 증가

사용처 제외 대형마트만 하락

사됐다.

다만 대형마트만 매출이 4.2% 줄었다. 대형마트는 지난해 1월과 10월 등 명절 대목이 아닌 경우 매월 마이너스 성장했는데, 이는 지난해 하반기 소비쿠폰 등으로 소비심리가 소폭 개선되는 과정에서도 쿠폰 사용처에서 대형마트가 제외됐기 때문으로 분석된다.

온라인 유통업체들의 매출은 11.8% 증가했다. 매년 온라인 채널을 이용한 소비 비중이 증가함에 따라 식품(17.5%), 가전·전자(7.2%), 서비스·기타(29.1%) 등 대부분 상품군에서 매출이 늘었다.

백화점과 대형마트 등 오프라인 업체는 지난해 상반기 중 전국적인 소비침체 장기화 현상이 지속되며 전년 대비 마이너스 성장률을 보였지만, 지난해 6월 이후 명절 출범 이후 민생 안정책 마련 등으로 회복세를 보였다.

오프라인 업체별로 백화점이 4.3%로 가장 큰 매출 증가폭을 보였고, 준대규모점포(0.3%), 편의점(0.1%) 등에서도 매출이 신장했다. 특히 백화점과 편의점은 지난해 하반기 들어 7월부터 연말까지 6개월 연속 매출 증가세를 유지한 것으로 조

산업부가 주요 26개 유통업체의 최근 5년 데이터를 분석한 결과 매출은 연평균 6.7% 늘었다. 오프라인이 2.6%, 온라인은 10.1% 증가했다.

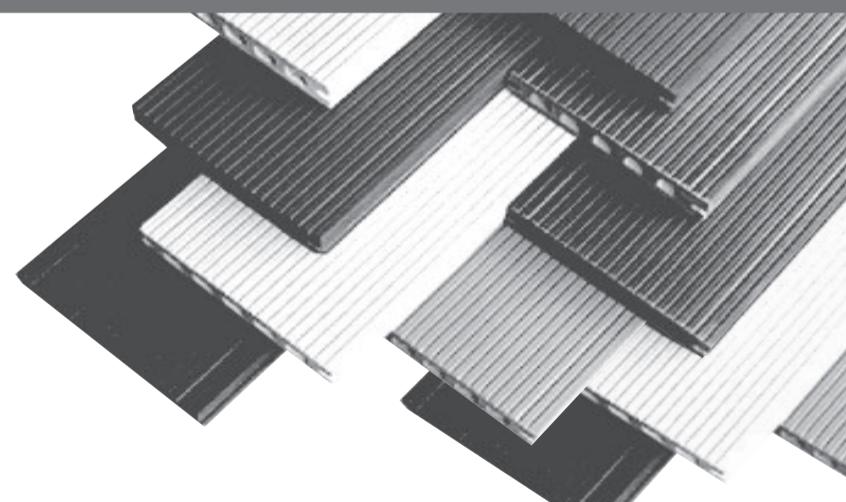
오프라인 매출동향은 백화점·대형마트 등 주요 오프라인 유통업체 15개사의 월간 매출액을, 온라인 매출동향은 쿠팡·네이버 등 11개사의 월간 거래액을 조사한 결과다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

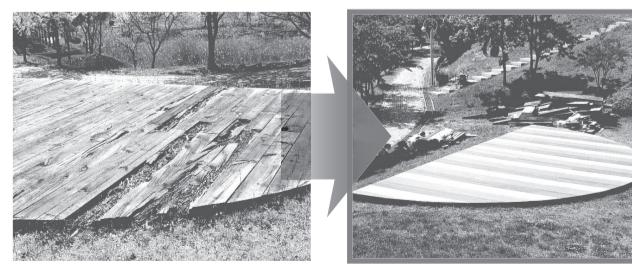
“데크의
세대교체!”

불에 타지 않고 물에 썩지 않는

논슬립 디자인데크



기존데크 → 고강도 디자인데크



습기의 의한 부식, 번거로운 유지관리
기존데크 철거 후 디자인데크 시공
국산 원재료사용으로 경제적이며
재활용이 가능한 친환경 데크!