

“고물가 잡아라” 대형마트, 최저가 경쟁 ‘후끈’

‘물가안정’ 전면 내세우고 할인 계란·생필품 등 인기품목 위주 대량·사전매입 등 가격 경쟁력 TF팀 구성, 자체 물류센터 전력



광주의 한 대형마트에서 고객이 채소류를 살펴보고 있다.

지난해부터 본격화돼 올해도 이어지고 있는 고물가 기조에 대형마트들이 ‘물가안정’을 전면에 내세우고 최저가 마케팅에 열을 올리고 있다. 생활과 가장 밀접한 필수 식재료나 가공품 가격을 최대한 낮춰 소비자들의 발걸음을 잡겠다는 전략이다.

6일 지역 유통업계에 따르면 이마트, 롯데마트, 홈플러스 등 대형마트는 신선식품과 가공식품, 생활용품 등에 할인 가격을 적용하고 기획행사를 펼치고 있다.

먼저 이마트의 경우 지난 3일부터 물가안정 프로젝트인 ‘더 리미트’에 돌입하고 7000원에 육박하는 계란 1판을 5000원대에 판매하는 등 소비자들이 많이 구매하는 신선·가공·생활용품을 정상가보다 최대 50% 저렴한 가격으로 판매하고 있다.

이마트는 분기별로 할인 적용 상품을 선정해 최저가로 판매한다는 전략인데, 오는 3월31일까지 신선식품 15개, 가공식품 27개, 일상용품 6개 등 총 48개의 상품을 먼저 선정해 할인 판매하고 4월 2차 상품을 선보일 예정이다.

이처럼 저렴한 가격의 상품을 판매하기

위해 이마트는 대량 매입과 유통 프로세스 개선, 사전 계약과 신규 산지 개발 등 다양한 방법으로 매입 가격을 낮췄다.

1차 할인 선정 제품 중 대표 상품인 백색란 30구의 경우에도 백색란을 낳는 어미 닭을 보유한 국내 유일 협력사와 단독 직계약을 진행해 해당 협력사 전체 생산량의 60%를 매입하는 방식으로 가격을 책정했다.

이외에도 이마트는 기존 가공품 등의 생산에서 판매까지 프로세스를 세분화해

각 단계에서 비용을 절감할 수 있는 방법을 모색, 생산자에게 일정 물량에 대한 매입을 보장해 주고 매입 단가를 낮추는 사전 계약 등을 통해 저렴한 가격에 선제적으로 물량을 확보했다는 입장이다.

롯데마트 역시 지난 2일부터 한우 등 식품과 생활 필수품을 중심으로 최저가 마케팅에 나서고 있다.

먼저 실시간 시세와 관계없이 한 달간 동일한 가격으로 1등급 한우를 할인 판매하는데, 한우 직경매 자격을 갖춘 한우 전

문 MD(상품기획자)가 매일 아침 공판장으로 출근해 가격을 확인하고 등심 20톤과 국거리·불고기 40톤 물량을 사전 계약하는 등 경쟁력을 확보하고 있다.

소비기한이 넉넉한 가공식품과 비식품의 경우 평소의 5배 수준의 물량을 매입해 자체 대형 물류센터에 저장하고 순차적으로 점포에 공급하는 방식으로 할인율을 책정했다.

냉동식품, 음료, 시리얼 등의 가공식품은 인기 품목 위주로 1+1 행사를 진행하

고 일상용품은 2개 이상 구매 시 개당 50% 할인가로 판매 중이다.

이를 위해 롯데마트는 지난해부터 ‘물가안정 TF’를 신설하고 생필품 가격을 관리하는 ‘프라이싱팀’을 운영하고 있다. 프라이싱팀은 특성에 따른 상품의 가격 변경 등을 예측해 판매가를 관리, 신선·가공 식품부터 주방용품까지 카테고리별 매출 상위 30%인 생필품 500여개와 인기 상품을 상시 저렴하게 판매할 수 있도록 집중 관리하고 있다.

홈플러스는 지난해 내내 선보인 ‘물가안정 프로젝트’에 올해 ‘위풍당당 프로젝트’로 물가 안정에 기초를 이어 나간다는 방침이다.

PB 상품인 ‘홈플러스 시그니처’를 확대하고 ‘마이 홈플러스 멤버십 회원’을 대상으로 할인 폭을 크게 높였다.

실제로 홈플러스에 따르면 지난해 시그니처 상품 수량은 3000여종으로 지난 2019년(930종) 대비 223% 늘어났으며 매출 역시 약 33% 신장했다.

지역 유통업계 관계자는 “올해도 식품은 물론 전방위적으로 물가 상승이 이어지면서 대형마트들의 할인 정보에 소비자들이 매우 민감하게 반응하고 있다”며 “앞으로도 가격 인상이 예고되거나 수요가 많은 인기 품목을 대상으로 물량을 최대한 확보하고 프로모션을 통해 저렴한 가격으로 상품을 판매하려는 노력들이 이어질 것으로 보인다”고 말했다.

글·사진·기획·디자인 jihye.kwak@jnilbo.com

현대차-택시업계, 수요응답형 모빌리티 생태계 구축

전국택시연합회와 업무협약 ‘셔클’ 앱 택시 서비스 확대

현대자동차가 택시업계와 손잡고 수요응답형 기반 통합 모빌리티 서비스 플랫폼을 구축한다.

현대차는 6일 서울 강남구 전국택시연합회관에서 현대차 TaaS본부 송창현 사장, 전국택시운송사업조합연합회 박복규 회장 등이 참석한 가운데 전국택시연합회

와 ‘수요응답형 기반 통합 MaaS 플랫폼 및 택시 산업 발전을 위한 전략적 제휴협약(MOU)’을 체결했다고 밝혔다.

MaaS 플랫폼은 다양한 교통수단을 하나의 교통수단처럼 연계해 단일 플랫폼으로 모든 교통수단에 대한 최적 경로 안내, 예약, 결제 등을 제공하는 서비스로 현대차의 수요응답형 모빌리티 플랫폼인 ‘셔클(사진)’의 서비스 확대와 통합 MaaS 플랫폼 등을 구축한다는 계획이다.

대중교통 환승이 가능한 수요응답형 교통 서비스와 공유 퍼스널 모빌리티를 연동해 고객들이 앱 하나로 더욱 다양한 교통수단을 이용할 수 있도록 한다는 방침이다.

이 과정에서 무료 택시호출 서비스, 통합 요금제 등 택시업계가 수익을 창출할 수 있는 시스템을 갖추고 택시업계의 신규 서비스 런칭 및 사업모델 개발을 지원하는 등 다양한 상생 방안도 마련한다.



전국택시연합회 역시 1654개에 달하는 전국의 법인 택시업체들이 셔클 플랫폼을 통해 서비스를 제공하고 새로운 사업에 도전할 수 있도록 적극적으로 나설 예정이다.

현대차 MCS LAB 김수영 상무는 “전통적인 운송 사업자와 함께 사업 기회를 발굴하고 나아가 고객의 안전하고 편리한 이동의 자유를 제공하겠다”고 말했다.

한편, 현대차가 지난 2021년 선보인 국내 첫 인공지능 수요응답형 교통수단 서비스 셔클은 공유 킵보드, 자율주행 로보셔틀 등 다양한 이동 서비스를 제공하고 있으며, 대중교통 환승 할인을 적용해 버스, 지하철 등 대중교통과의 연계성을 높인바 있다. 셔클 서비스는 다양한 지자체들과 협의를 통해 전국적으로 확대한다는 계획이다.

기획·디자인 jihye.kwak@jnilbo.com



벽걸이공기청정기 (36평)
DAP-2299****

건강한 생활을 위한
스마트 에어가전이 한 곳에!

DK 디케이 주식회사
www.e-dk.co.kr



mini air(DAP-0403****)
공기청정기 + 블루투스 스피커



0420 공기청정기 (13평)
DAP-0420ANWG



S9 공기청정기 (16평)
DAP-2216NAWH

소비자만족센터(구입 및 A/S)
1544-1154