

## 비즈 프리즘 | 새해 첫날 대형마트 오프라인 할인전쟁

# 단 하루, 최대 50% ↓ ...빅3 '초저가' 쏜다

롯데 '통큰절' 생필품 파격 세일  
홈플러스 '빅딜데이' 300여종 절반값  
이마트도 '초저가탄생일'로 맞붙  
"오프라인 고객유치 기선제압용"

대형마트 업계가 2020년 새해 첫날부터 파격적인 가격경쟁으로 전면전에 들어간다.

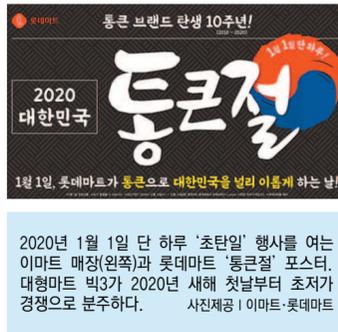
롯데마트는 '통큰절', 홈플러스는 '빅딜데이', 이마트는 '초탄일' 등의 이벤트를 앞세워 오프라인 매장 할인행사를 진행한다. 이번 할인 이벤트는 이례적으로 1월 1일 하루만 진행되는 것이 특징이다. 2019년 이커머스의 급성장으로 실적악화에 시달렸던 대형마트들이 새해 벽두부터 오프라인 고객 유치를 위한 기선 제압에 나섰다 분석이다.

롯데마트는 '단 하루, 대한민국을 널리 이롭게 하다'는 슬로건을 내걸고 '통



큰절'을 진행한다. 2010년 통큰치킨에서 시작한 통큰 PB(자체브랜드) 10주년을 맞아 행사 이름을 '통큰절'로 정했다. 인기 생필품을 초저가에 선보이고 통큰 치킨 2개를 5000원에 한정 판매하는 행사도 진행한다. 또 엘포인트(L,Point)회원을 대상으로 사은품과 상품권 중복 증정이 가능한 이벤트도 마련했다.

홈플러스는 '빅딜데이'로 응수했다. 고객들이 가장 많이 찾는 핵심 생필품 300여 종을 최대 50% 할인해 내놓는다. 우수 협력사와 대규모 물량을 사전 계약해 상품 가격을 낮추었다. 이마트는 1일을 '초저가 탄생일'을 뜻하는 '초탄일'로 정하고, 신선식품부터 가전까지 다양한 제품군을 최대 50% 할인 판매한다.



2020년 1월 1일 단 하루 '초탄일' 행사를 여는 이마트 매장(왼쪽)과 롯데마트 '통큰절' 포스터. 대형마트 빅3가 2020년 새해 첫날부터 초저가 경쟁으로 분주하다. 사진제공 | 이마트·롯데마트

이상진 롯데마트 마케팅부장은 "통큰절 행사를 시작으로 2020년 고객에게 가격 경쟁력을 갖춘 대형마트 이미지를 구축하는 것이 올해의 목표"라며 "단 하루만 만날 수 있는 파격 행사를 준비한 만큼 온라인 이용 고객의 오프라인 매장 방문을 기대한다"고 했다.

정정욱 기자 jiyaj@donga.com



"인터넷 쇼핑 결제금액 1위 이베이"

2019년 결제금액이 가장 많은 인터넷 쇼핑은 이베이코리아라는 조사결과가 나왔다. 와이즈앱과 와이즈리테일이 2019년 1월부터 11월까지 주요 홈쇼핑과 인터넷 쇼핑을 대상으로 신용카드와 체크카드, 계좌이체, 휴대폰 소액결제로 결제한 금액을 표본 조사해 추정된 결과, G마켓과 옥션을 서비스하는 이베이코리아의 총 결제금액이 15조6000억 원으로 가장 많았다.

2위는 쿠팡으로 15조3000억 원으로 나타났다. 이어 11번가가 9조1000억 원, 위메프가 5조7000억 원, 배달의민족이 5조2000억 원, GS홈쇼핑·GS SHOP이 4조5000억 원, CJ ENM이 4조1000억 원, 티몬이 3조5000억 원으로 조사됐다. 김명근 기자



인천공항, 여행 스타트업 홍보존 오픈

인천국제공항공사(사장 구분환)는 2019년 3월 '인천공항 여행스타트업 육성 사업'을 통해 선발한 스타트업 7개사가 참여하는 홍보관을 12월 27일 인천공항 1터미널 밀레니엄홀에 오픈했다. 앞으로 3개월간 운영하는 여행스타트업 홍보관에서는 블루웨이얼퍼머, 아트지, 어뮤즈트래블 등 스타트업 7개사의 홍보부스를 운영한다.

구분환 인천국제공항공사 사장은 "앞으로 스타트업 육성 분야를 지속적으로 확대하고 컨설팅 및 온·오프라인 홍보 등 후속 지원을 통해 청년 창업 환경을 조성하고 혁신형 일자리 창출에도 앞장서겠다"고 말했다.

신세계면세점, 위챗에 여행앱 탑재

신세계면세점은 모바일 메신저 위챗 미니 앱에 여행서비스 앱 '디스커버서울'을 탑재했다. 약 11억 명의 사용자를 보유한 위챗을 통해 별도의 앱 다운로드 없이 간편하게 사용할 수 있다. 서울시 공식 관광정보 사이트 'VISIT SEOUL'의 정보를 활용해 테마별, 코스별로 여행 정보를 제공하고 사용자의 위치를 기반으로 주변 맛집과 관광 명소도 추천한다. 또한 레저, 맛집, 관광 명소 등의 티켓을 앱에서 판매하며 위챗페이로 바로 구매할 수 있다. 김재범 기자

한샘, 자녀방 가구 할인 이벤트 실시

한샘은 1월 말까지 오프라인 매장에서 '자녀방 가구 할인 이벤트'를 진행한다. 자녀방 가구 대표 모델인 '조이스' 구매 고객에게 다양한 할인을 제공한다. 책상 구매 고객에게 책상이자 12종을 30% 할인하고 서랍장, 책장, 옷장 등은 20% 저렴하게 판매한다. 매지데스크와 일자책상을 보조책상과 함께 구매하면 LED 스타디 조명을 무료 증정한다. 조이스 침대와 매트리스를 함께 구매하면 최대 30만 원 할인 혜택을 제공한다. 정정욱 기자

## 을 유료방송시장, 이통3사 '3강 체제'...점유율 경쟁 본격화

SKB 티브로드 합병 9부 능선 넘어  
LG헬로비전 새 사업 비전 준비 중

2020년에는 유료방송 시장을 두고 이통 3사의 경쟁이 뜨거워질 전망이다.

2019년 세월에 LG유플러스가 CJ헬로 인수를 마무리한 데 이어, SK텔레콤의 자회사 SK브로드밴드와 티브로드 합병도 9부 능선을 넘었기 때문이다. 업계에서는

유료방송 시장에서 이통통신 3사가 3강 체제를 더 공고히 할 것으로 보고 있다.

과학기술정보통신부는 최근 SK브로드밴드와 티브로드 인수합병을 '결합상품 동등 제공' 등의 조건을 걸고 인가했다. 방송통신위원회의 사전동의라는 행정절차만 통과하면 4월1일 합병을 마무리할 수 있을 전망이다. LG유플러스는 앞서 'LG헬로비전'이라는 사명을 확정하고, 송구영 전 LG유플러스 홈미디어부장을 신임 대표로 선

임해 CJ헬로 인수를 마무리했다. LG헬로비전은 연초 사업 비전을 발표할 예정이다. 이수였던 인수합병건이 어느 정도 마무리되면서 이제 관심은 3사 간 시장 점유율 경쟁으로 옮겨졌다. 현재 유료방송 시장 1위는 KT계열 업체들로 점유율이 약 31%다. 이어 CJ헬로 인수에 성공한 LG유플러스가 약 25%, 티브로드 합병을 완료하면 SK브로드밴드가 약 24%를 기록한다. 앞으로 시장 점유율을 높이기 위한 케이

블 추가 인수합병도 예상된다. 합산규제 문제가 아직 완전히 해결 되지는 않았지만 새 수장으로 구현모 사장을 내정된 KT의 행보가 빨라질 것으로 예상되고 있다. SK텔레콤과 LG유플러스의 추가 인수 가능성도 없지 않다.

새롭게 부상한 미디어 플랫폼인 인터넷 동영상 서비스(OTT) 경쟁도 심화될 전망이다. LG유플러스와 손잡은 넷플릭스, 지상파 방송 3사와 SK텔레콤이 함께 한 콘텐츠 웨이브의 웨이브, 최근 KT가 자체 서비스로 내놓은 시즌 등이 3강 경쟁구도를 완성했기 때문이다. 김명근 기자 dionys@donga.com

## "쥐띠 고객만 할인" ...온라인 유통가 연초부터 '풍성'

'결심상품' 등 프로모션 경쟁 치열

온라인 유통업체들이 연초부터 프로모션 경쟁을 벌인다.

G마켓과 옥션은 12월 4주차 판매량이 지난해 같은 기간보다 급등한 '결심상품' 관련 할인에 나섰다. 2월 29일까지 온라인 교육과 여학생상품을 특가로 선보인다. 유료 멤버십제 스마일클럽 회원이 관련 도서를 구입하면 15% 카드사 즉시 추가할인을 제공한다. '2020외국어공부'를 검색하면 확인할 수 있다.

11번가는 1월 동안 '럭키 마우스'(사진) 프로모션을 진행한다. 매일 오전 11시 쥐띠 고객 전용 20% 할인 쿠폰을 선착순 2020명에게 발급한다. 2020년 운세를 알아보는 '원더 포춘' 이벤트에 참여하면 '한



줄 운세'와 함께 SK페이 포인트를 최대 2020포인트까지 무작위로 적립해 준다.

위메프는 1일과 2일 슈퍼위메프데이를 진행한다. 2일 동안 144개 초특가 상품을 판매한다. 행사 기간 최대 40% 할인도 제공한다.

쿠팡은 '2020 설' 테마관을 일찌감치 오픈했다. 설 차례상부터 선물까지 관련 상품들을 카테고리별로 구분해 1월 24일까지 진행한다. 김명근 기자



"SNS 인기 디저트 만나요" 롯데백화점이 9일까지 서울 소공동 본점에서 'SNS 이슈 디저트 팝업스토어'를 운영한다. 싱가포르 카야젤로 만든 카야버터 토스트, 안동 사과로 만든 안동 사과빵, 건강식품 카사바로 만든 카사바 마늘빵 등을 판매한다. 정정욱 기자, 사진제공 | 롯데백화점

## 하이원 리조트, 공동 브랜딩 통한 상품 출시

㈜복정제형·제이준코스메틱과 협약

정선 하이원 리조트(대표 문태곤)는 2020년을 맞아 ㈜복정제형, 제이준코스메틱 등과 각각 공동 브랜딩 패키지 개발과

그린카드 캠페인을 진행하는 제휴 협약을 체결했다.

코지마 안마의사 판매사인 ㈜복정제형과 제휴를 통해 그랜드호텔 스위트룸에 코지마 안마의사를 설치한 코지마 힐링룸(사진)



을 만들고 여기에 조식뷔페이용권 등을 포함한 '코지마 힐링패키지'를 출시한다.

제이준코스메틱과는 '그린카드 캠페인'과 연계해 물광 마스크팩을 제공하는 이벤트를 진행한다. '그린카드 캠페인'은 한 객실에서 2박 이상 투숙하는 고객이 숙박 기간 동안 침구류 미소세탁을 통해 세탁에 사용되는 물과 세제를 줄여 환경을 보호하는 캠페인이다. 김재범 기자 oldfield@donga.com

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com