



수리상 물냉면



자연산 바다장어

입맛으로 ‘5월 무더위’ 식힌다

유통업체, 장어·삼계탕·냉면 등 매출 ‘쑥’
냉동과일 83.6% ↑…각종 여름상품 신장

때 이른 무더위가 기승을 부리고 있는 가운데 5월 더위를 식힐 차가운 음식과 보양식을 찾는 소비자들이 늘고 있다.

23일 광주지역 이마트에 따르면 지난 10일부터 21일까지 이른 폭염이 진행된 기간 동안 전년 대비 ‘대표 보양식’ 장어는 64.5%, 삼계탕 10.8% 신장했으며, ‘차가운 음식’ 냉동과일 83.6%, 냉면 29.1% 등 높은 신장률을 기록했다.

이는 광주지역 5월 최고기온과 평균기온(지난해 기준 최고기온 33.1도, 평균기온 23.6도)이 해마다 높아지면서 한여름 더위로 소비자들이 여름식품을 찾는 것으로 분석된다.

대표적 여름 품목인 냉동과일은 5-9월 5개월간 발생하는 매출 비중이 연 총매출의 50% 가량을 차지한다. 냉동과일은 기술발달로 제철에 수확된 과일을 최상의 선도에서 급속 냉동했기 때문에 영양소 파괴가 극히 적고 맛과 향이 잘 살아있는 것이 장점이며 가격은 생과일에 비해 30-50% 가량 저렴해 경제적이다.

최근에는 과일의 원형뿐만 아니라 아이스바, 슬러시 형태로도 가공돼 다이어트 간식, 아이스크림 대용 등으로 섭취방법이 다양해졌다.

또한 찌는 듯한 폭염에 소비자가 먼저 찾게 되는 건 역시 시원한 음식이며 여름철 대표음식

인 냉면의 인기는 시들지 않고 있다.

특히 물냉면의 경우 깔끔하고 개운한 육수가 특징으로 겨울 무로 담근 짭고 시원한 동치미 물냉면이 대표적이다.

선택의 폭도 넓어졌다. 시원한 동치미 육수에 깔끔한 양념장을 넣어 매콤하고 시원한 맛이 특징인 매운물냉면도 출시됐기 때문이다.

장어는 다양한 재료와 긴 조리시간이 필요한 타 보양식에 비해 머리와 내장 등이 손질돼 있어 바로 익혀서 먹을 수 있는 간편함으로 더욱 인기를 얻고 있다.

닭 하면 떠오르는 삼계탕은 백숙 외에 전복/문어/낙지 등 수산물을 함께 넣어 먹는 해신탕으로 보양식을 즐기는 입맛이 다양해지면서 매출이 꾸준히 증가하고 있는 추세다.

이마트 강원점 상무점장은 “여름철 더위가 시작되기 전에도 뜨거운 날씨가 지속 되고 있다”며 “전통적인 여름철 보양식과 시원한 음식들로 더위를 피하는 소비자가 증가할 것으로 예상된다. 이에 보양식과 냉면 등 관련된 상품들을 예년에 비해 빨리 준비할 계획”이라고 말했다.

지역 백화점도 여름 휴가철 못지않은 특수를 누리고 있다.

롯데백화점 광주점에 따르면 지난 10일부터

20일까지의 바캉스와 관련된 상품의 매출이 12.8%로 큰 폭의 증가세를 보였다.

특히 여행용캐리어 43.4%, 디지털카메라 32.6%, 선글라스 23.2% 래쉬가드 10.1% 로 본격적인 여름 휴가철은 아니지만 바캉스 필수 아이템을 중심으로 매출이 증가한 것으로 나타났다.

이에 관련행사 시기를 앞당기는 등의 판매 전략을 추진하고 있다.

유니클로는 오는 30일까지 여름 필수 아이템을 할인가격에 선보이는 여름 감사제를 진행한다. 무인양품에서는 24일부터 엽 회원을 대상으로 바캉스 웨어, 슈즈 등을 10% 할인된 가격에 구매할 수 있는 MUJI WEEK를 진행하고, 여름 필수템인 선글라스 기획전사 또한 28일까지 선보인다.

롯데아울렛 광주월드컵점에서는 오는 29일까지 블랙야크의 아쿠아센들을 4만9천원, 슬리퍼를 2만원 균일가로 선보인다. 브라질 샌들 브랜드인 하바이아나스의 팝업 매장은 7월까지 지속 운영하고, 오는 30일부터 다음달 5일까지 블루마운틴 쏘리를 2만3천원에 만나볼 수 있다. 또한 유니클로 여름 감사제를 백화점과 동일한 기간에 진행한다.

광주신세계 역시 여름 행사를 앞당겨 전가, 뜨거운 호응을 얻었다. 썬크림 등 피부 보호제 집중 판매 효과로 화장품이 20% 신장했으며, 선글라스 15%, 액세서리 20% 등도 상승세를 보였다.

여름 운동화, 래쉬가드 등 여름 관련 용품 수요가 늘면서 스포츠 36%, 아웃도어 40% 신장한 것으로 나타났다.

/임후성기자



즉석 삼계탕



냉동 바나나

롯데마트 ‘통큰 한달’ 마지막 4탄 행사

29일까지…미국산 체리·소고기 최대 40% 할인

롯데마트가 가정의 달을 맞아 ‘통큰 한달’을 테마로 행사를 진행하고 있는 가운데 마지막 주차인 23일부터 29일까지 4탄 행사를 연다.

롯데마트에 따르면 ‘통큰 한달’ 행사 4탄은 미국 캘리포니아산 항공직송 체리와 미국산 소고기 인기부위 최대 40% 할인된 가격에 만나볼 수 있다.

체리는 지난 2012년 한미 FTA체결과 동시에 체리의 관세 (24%)가 철폐되면서 수입량 증가해 2014년 미국산 체리 수입량이 처음으로 1만t을 넘어서는 등 매년 그 수입량이 늘어나고 있다.

더불어 호주, 뉴질랜드 등 남반구를 포함해 칠레, 우즈베키스탄 등 체리의 수입 산지가 다양해지면서 체리는 연중 어렵지 않게 구할 수 있는 과일이 되었고, 매출액 또한 꾸준히 증가하고 있다.

특히 미·중 무역대립으로 중국의 체리 수입관세 50%가 책정되면서 국내에

수입되는 미국산 체리 가격은 더욱 저렴해 질 것으로 예상하고 있다.

이에 롯데마트는 항공직송으로 신선한 ‘미국 캘리포니아산 체리’ (650g/1팩)를 1만2천900원에 선보인다. 이번에 선보이는 체리는 미국 팍커로부터 소싱하고, 신선품질혁신센터에서 체리 전용 자동포장기를 사용해 가격 경쟁력을 확보했다.

또한 옐포인트 (L.POINT) 회원을 대상으로 구입용 미국산 소고기 100을 준비해 최대 40% 할인하는 행사를 진행한 다.

대표적인 품목으로는 ‘미국산 프라임 척아이를 (100g/냉장)’을 1천920원에, ‘미국산 초이스 부채살 (100g/냉장)’을 1천740원에, ‘미국산 냉동 엽진살 (100g/냉동)’을 1천190원에 선보인다.

롯데마트 이상진 마케팅부장은 “한 달 동안 진행했던 통큰 한달의 마지막 4



탄은 나들이 시즌을 맞아 미국산 체리와 소고기로 준비했다”며, “향후에도 고객들의 실질적인 가계물가 안정에 기여하기 위한 다양한 행사 및 마케팅을 준비 하겠다”고 말했다.

/임후성기자

소주 ‘처음처럼’도 내달부터 73원 인상

맥주 ‘클라우드’ 133원 올라

롯데주류의 소주 ‘처음처럼’과 맥주 ‘클라우드’ 등의 주류 제품이 다음달 1일부터 각각 73원과 133원 인상된다.

롯데주류는 소주 ‘처음처럼’이 출고가 기준으로 1천65원에서 1천79.1원으로 7.2% 오른다고 23일 밝혔다.

맥주 ‘클라우드’는 1천250원에서 1천383원으로 10.6% 인상된다.

또 ‘청하’는 2012년 이후 7년 만에 1천471.2원에서 1천589.5원으로 118원, 8% 인상된다. ‘명가’는 4만4천940원에서 4만9천434원으로 10% 오른다. 맥주 제품 ‘피츠’는 이번 인상에서 제외됐다.

롯데주류는 “그동안 소비자 부담을 고려해 출고가를 유지해왔지만, 부자재 가격, 물류비, 인건비 등 비용이 증가해 누적된 원가 부담이 늘어났다”며 “부득이하게 출고가를 인상하게 됐다”고 설

명했다.

맥주 시장 1위인 오비맥주는 지난 4월 초 주요 제품 출고가를 올렸다. 오비맥주의 ‘카스’, ‘프리미어OB’, ‘카프리’ 등 주요 맥주 제품의 공장 출고가가 평균 5.3% 인상됐다.

이어 5월 1일부터 하이트진로가 소주 참이슬의 공장 출고가격을 6.45% 인상했다. 이에 따라 소주 시장 1위 제품인 하이트진로의 ‘참이슬 후레쉬’와 ‘참이슬 오리진날’ (360ml)의 공장 출고가가 병당 1천15.7원에서 1천81.2원으로 65.5원 인상됐다.

/연합뉴스

오비맥주 필굿, 1.6L 펫 제품 출시

전국 대형마트서 구매 가능

오비맥주의 발포주 신제품 ‘필굿 (FiL GOOD)’이 여름 성수기를 앞두고 대용량 1.6L 펫 제품을 출시한다.

23일 오비맥주에 따르면 그동안 355ml, 500ml 캔 제품만 판매해 온 필굿에 대용량 펫 제품을 추가해 이날부터 소비

자들에게 선보인다.

오비맥주 이전공장에서 생산하는 필굿 1.6L 펫 제품은 전국 대형마트를 통해 2천600원의 가격대로 만나볼 수 있다.

필굿 브랜드 담당자는 “소비자들의 성원에 힘입어 가성비를 대폭 높인 실속형 제품을 선보이게 됐다”며 “이번 패키

지가 여름 휴가철 다양한 형태의 모임에서 즐거운 파티 분위기를 연출하는데 도움이 되길 바란다”고 말했다.

‘필굿 (FiLGOOD)’은 시원하고 상쾌한 아로마 홉과 감미로운 크리스탈 몰트를 사용해 맛의 품격과 깊이를 더한 발포주다. 소비자들이 맥주와 혼동하지 않도록 제품 패키지 전면에 ‘Happoshu (발포주의 영어표기)’라는 문구를 표기해 제품의 카테고리를 명확히 했다.

/박은성기자



덕남동, 임야

- 덕남동, 992㎡(300p), 지분매매
- 도시지역, 자연녹지, 그린벨트, 도로접
- 인접토지 맹지도 15-20만원에 매매 됨
- 대학교수, 세무사, 간호사도 공유자임
- 각종 개발 호재 많음, 투자적합
- 장/단기 최고 투자처
- 기획부동산 물건 아님
- 회사 사정상 급매, 4500만원 문의. 010-6834-7400