

추석 뒤 가공식품 가격 줄줄이 인상되나

2분기 고점 기록한 국제 곡물가격 3분기 수입 가격 반영 라면·제과업체 “상황예의주시”...우유 가격 인상도 변수

최근 들어 식품업체들이 제품 가격을 잇달아 올리고 있는 가운데 추석 이후에도 가격 인상 조치가 이어질 것으로 예상된다.

2분기(4-6월)에 고점을 기록한 국제 곡물가격이 3분기(7-9월) 수입 가격에 반영되면서 식품업체의 제품 가격 인상은 이미 예고된 것이라는 관측이 나온다.

특히 농심이 신라면과 너구리 등 주요 라면제품의 가격을 추석 이후에 올린다고 발표함에 따라 라면을 비롯한 가공식품의 가격 줄임상이 본격화되는

것 아니냐는 전망도 제기된다.

25일 식품업계에 따르면 농심은 올해 4월 이후 원자재 가격 급등과 원/달러 환율 상승으로 원가 부담이 커졌다면서 라면 브랜드 26개의 가격을 다음달 15일부터 평균 11.3% 올리기로 결정했다.

주요 제품의 인상폭은 출고가 기준으로 신라면 10.9%, 너구리 9.9%, 짜파게티 13.8%다.

농심은 국내 영업이익이 24년 만에 적자를 기록하는 등 상황이 악화되자 가격 인상을 결정한 것으로 알려졌다.

라면 업계 1위인 농심의 이번 가격 인상은 다른 업체의 가격 조정에도 영향을 미칠 것으로 보인다.

라면 업체들은 원자재 수입단가가 급등한데다 업체 간 경쟁이 치열해 국내 시장에서는 큰 이익을 내기 어려운 상황이다.

삼양식품 관계자는 “(당사는) 수출에서 적지 않은 실적을 내고 있어 아직 가격 인상을 검토하지는 않고 있다”면서도 “다만 원자재 가격이 많이 올라 (상황을) 예의주시하고 있다”고 말했다.

삼양식품의 경우 불닭볶음면 수출 호조로 인해 올해 2분기 매출은 분기 기준 사상 최대치를 기록했다.

오뚜기 관계자도 라면 가격 인상 계획에 대해 “아직 구체적으로 결정된 바 없다”며 말을 아꼈다.

곡물을 주재료로 쓰는 제과·제빵업체도 가격 인상을 두고 고심하고 있다.

3분기 곡물 수입단가가 2분기보다 16% 정도 상승한다는 전망이 나오는 상황에서 원/달러 환율까지 폭등하면서 업체의 원가 부담은 더 커지게 됐다.

이에 따라 농심은 라면 제품과 함께

스낵 브랜드 23개에 대해서도 가격을 평균 5.7% 인상하기로 결정했다. 농심의 스낵 가격 인상은 올해 3월 이후 6개월 만이다.

오리온의 경우 2013년 12월에 제품 가격을 인상한 이후 약 9년째 가격을 동결한 상황이라서 연내에 가격을 올리지는 않겠다는 예측이 우세하다.

오리온 관계자는 가격 조정 여부에 대해 “내부적으로 검토 중이기는 하지만 품목과 시기 등 구체적인 내용은 정해지지 않았다”고 말했다.

가공식품에 더해 원유(原乳) 가격 인

상도 변수다.

정부와 유입계가 낙농제도 개편과 함께 원유 가격을 논의하기로 하면서 아직 가격 인상 여부는 결정되지 않은 상태다.

지난해 기준 국내 평균 원유가격은 ㄹ(리터)당 1천94원이다. 올해 가격 인상 협상은 ㄹ당 47-58원 범위에서 이뤄진다.

올해 원유 가격이 오를 경우 빵, 아이스크림 등의 가격 인상으로 이어지는 ‘밀크플레이션’을 촉발할 가능성도 있다.

/연합뉴스

광주신세계 ‘해외 브랜드 대전’ 28일까지...최대 70% 할인

광주신세계는 이날부터 28일까지 나흘간 본관 1층 이벤트홀에서 해외 유명 브랜드 할인전에 돌입한다고 25일 밝혔다.

올해 상반기에 이어 두 번째로 개최되는 이번 해외 유명 브랜드 행사는 20여개 브랜드가 참여해 30여억원 규모의 물량을 최대 70% 할인된 가격으로 판매한다.

대표적으로 WSI (파슬워치)가 최대 70% 할인된 가격에 제품을 선보인다. 발리 35-40%, 프라다 20-25%, 아미 25-50% 등 브랜드도 할인행사를 전개한다.

상반기에 높은 관심을 받았던 옐포리오 아르마니와 오일릴리 또한 파격하게 제품들을 선보일 계획으로, 이외에도 막스마라, 바네사 브루노, 질스튜어트, 맨온더뷰에서 합리적인 가격으로 제품을 판매한다.

/양시원기자



광주신세계가 올해 상반기에 이어 오는 28일까지 본관 1층 이벤트홀에서 20여개 브랜드가 참여해 최대 70% 할인 혜택을 제공하는 ‘해외 유명 브랜드 할인전’을 진행한다. <광주신세계 제공>

선물세트 보냉가방 회수 이벤트 진행

롯데백 광주점, 엘포인트 최대 5만점 증정

롯데백화점 광주점이 명절 친환경 활동 일환으로 오는 9월25일까지 명절 선물세트 보냉가방 회수 이벤트를 진행한다

보냉가방은 배송 과정에서 선물세트의 신선도를 유지하기 위해 제작됐으나 보냉재 토이론은 재활용이 어려워 환경 오염의 문제점으로 제기되고 있다. 올해 추석 신선상품 배송에만 전국에서 16만 개 이상의 보냉가방이 사용될 것으로 예상된다

이에 롯데백화점은 환경보호의 일환으로 사용 후 버려지는 보냉가방을 줄이기 위해 이번 행사를 기획했다.

행사에 참여하기 위해서는 선물상품과 박스를 제외한 롯데백화점 선물세트용 보냉가방을 들고 롯데백화점 광주점 9층 사은행사장을 방문하면 된다. 보냉



가방을 반납한 고객에게는 반납 수량에 따라 1개당 5천점씩 최대 5만점의 엘포인트를 증정한다.

한편 이번 이벤트는 롯데백화점 앱(APP)에 가입한 회원이면 누구나 참여 가능하며, 추후 롯데백화점은 고객들이 회수한 보냉가방 재활용을 통해 가치를 높이는 업사이클링 제품으로 만드는 것을 계획하고 있다.

/양시원기자

롯데마트 중소 협력사와 손잡고 ‘상생상품’ 기획

자투리 육포·대용량 김자반 등 착한 가격 강점

롯데마트가 중소파트너사와와 손잡고 자투리 육포·대용량 김자반 등 합리적 가격으로 무장한 ‘상생 제품’을 선보인다.

롯데마트는 품질에는 문제가 없지만 판로 확보에 어려움을 겪고 있는 중소파트너사와 참신한 ‘상생 상품’을 기획해 합리적인 가격으로 판매한다고 25일 밝혔다.

대표적으로 26일 ‘자투리 육포’를 출시한다.

롯데마트 관계자는 “육포는 상품성을

갖추기 위해 제조 과정을 거치면서 버려지는 원물의 15-20% 정도가 버려진다”며 “맛과 품질은 완제품과 동일하기에 ‘못생겨도 맛과 양은 최고일세’라는 컨셉으로 일반 상품 대비 10% 이상 저렴한 ‘자투리 육포’를 기획했다”고 말했다.

앞서 롯데마트는 지난 6월에도 일반 상품 대비 용량은 2배 이상 늘리고 가격은 50% 낮은 ‘대용량 김자반’을 출시한 바 있다.

원료 품질은 우수하나 브랜드 경쟁력이 약해 판매에 난항을 겪고 있는 중소

기업 파트너사의 판매 활성화를 위해 기존에는 대형마트에서 취급하지 않았던 300g 대용량 김자반을 최저가로 기획한 것이다.

해당 제품은 지난 6월 출시 이후 약 두달 동안 누적 판매량 2만개 이상을 기록하며 고객들에게 뜨거운 사랑을 받고 있다.

또 최근 폭락한 쌀 시세로 어려움을 겪고 있는 농가를 돕기 위해 31일까지 쌀 상생 행사도 진행한다.

롯데마트는 롯데상사와 함께 적체 물량 해소가 시급한 장뇌, 예산, 흥성 등의 산지를 직접 찾아 약 500여명의 재고 물량을 소진하기 위한 소비 촉진 행사를

기획했다.

추석이 다가오는 9월 초부터 전국적으로 본격적인 햅쌀 수확이 시작되면 농가의 재고 부담이 더욱 증가할 것을 고려해, 롯데마트 전점 및 롯데온 내 롯데마트물에서 ‘정갈한 쌀(20kg)’을 평균 시세 대비 15% 이상 저렴하게 판매할 예정이다.

롯데마트는 향후에도 롯데마트 로컬 MD들이 전국 산지를 돌아다니며 물량 소화와 필요한 B+급 상품들을 확인·발굴해 물가안정과 농가, 중소파트너사와의 상생을 위해 B+급 농산물 판매를 지속 운영할 예정이다.

/양시원기자

이마트 이어 홈플러스도 ‘최저가’ 정책

대형마트 가격경쟁 확대

고물가 속에서 이마트에 이어 홈플러스도 ‘최저가’ 정책을 내놓으며 대형마트 간 가격 경쟁이 확대되고 있다.

홈플러스는 매주 50개 ‘핵심 상품’을 선정해 대형마트 3사 온라인물 가격을 비교하고 업계 최저가 수준으로 가격을 인하하는 ‘AI 최저가격제’를 도입한다고 25일 밝혔다.

50개 핵심 상품에 빅데이터 알고리즘을 활용해 매출 상위 품목 중 고객 수요가 많은 먹거리와 생필품으로 선정한다.

바나나, 방울토마토, 쌀, 양념소불고기,

두부, 항공직송 생연어 등이다.

홈플러스는 “고물가 현상 장기화 우려 속에서 고객에게 필요한 다양한 상품을 연중 할인 판매함으로써 물가 방어의 최전선인 유통업의 사명을 다하고 고객 부담 낮추기에 총력을 기울일 것”이라고 강조했다.

홈플러스는 연초부터 ‘물가안정 프로젝트’를 진행하고 있으며 2월부터는 두부, 콩나물, 우유, 화장지 등 자체 브랜드(PB) 제품을 연중 상시 저가에 판매하는 ‘물가안정 365’ 행사를 하고 있다.

물가안정 365 대상 품목 25개는 올해 2월3일부터 7월까지의 매출이 지난해 같은 기간보다 68% 늘었다.

/연합뉴스

www.kjdaily.com

◀ 광주매일신문을 펼치면 광주·전남의 미래가 보입니다

지역의 품에서, 독자의 곁에서 늘 사랑받는 신문이 되겠습니다!!

시내 지역

- 중앙지국 222-8171
- 산수지국 224-4188
- 학운지국 673-6836
- 화정지국 372-9140
- 금호지국 376-7153
- 풍암지국 603-0311
- 노대지국 674-3581

지방 지사

- 목포지사 061)270-8689
- 동문지사 061)278-0740
- 남목포지사 061)245-3797
- 신안지사 061)980-8300
- 순천지사 061)746-1600
- 여수지사 061)651-6433
- 상무지국 453-2554
- 광천지국 374-2120
- 진월지국 676-2726
- 봉선지국 673-6836
- 백운지국 673-0123
- 두암지국 266-1920
- 농성지국 362-4102
- 보성지사 061)852-6644
- 화순지사 061)373-7795
- 장흥지사 061)863-6800
- 강진지사 061)432-8899
- 해남지사 061)535-5849
- 영암지사 061)473-7151
- 무안지사 061)453-3645
- 함평지사 061)322-0882
- 영광지사 061)353-5133
- 장성지사 061)394-3636
- 완도지사 061)555-0134
- 진도지사 061)542-4330

▶ 광주광역시 남구 천변좌로 338번길 16(구동1-21) ▶ 대표전화:062)650-2000 ▶ 구독문의:062)650-2022

CMYK