

“이른 추석, 선물도 미리 준비하세요”

유통업계 내달 1일부터 선물세트 예약·상품권 판매 돌입

광주신세계·롯데백·대형마트, 최대 30% 할인·상품권 증정

38년 만에 가장 이른 추석(9월8일)을 앞두고 지역 유통업체가 일찌감치 추석선물세트 예약과 상품권 판매에 들어갔다.

광주신세계는 내달 1일부터 과일, 굴비, 정육, 와인 등에 대한 예약에 들어가, 예약 구매 고객에 대해서는 5~20%의 할인혜택을 준다고 29일 밝혔다. 또 오는 15일부터는 구매고객에 신세계상품권을 추가로 증정하는

혜택을 준다.

롯데백화점 역시 30일부터 9월7일까지 40일간 광주점을 비롯해 전국 점포에서 추석 상품권 패키지(9070세트 한정) 판매에 나선다. 롯데백화점 추석 상품권 패키지는 300만·1000만·3000만원 패키지로 구성됐으며 구매금액별로 3만·25만·90만원 상품권을 사은품으로 증정한다. 모바일상품권 구매고객에게는 25만·50만·75만·100만원 등 구매금액별로 5000원·1만원·1만5000원·2만원 상당의 롯데상품권을 증정한다. 또 현재는 현금과 법인카드로만 상품권 패키지를 구매할 수 있으나 추석 행사 기간에는 월 100만원 한도 내에서 개인 체크카드로도 구매할 수 있게 했다.

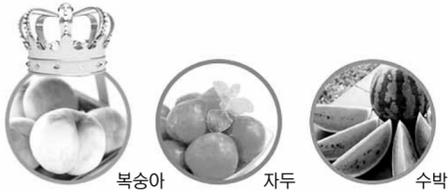
이에 앞서 롯데마트는 지난 18일부터 전국 108개 점포와 롯데마트몰에서 추석 대표 선물세트 사전 예약 판매를 실시하고 있다. 예약 판매는 내달 23일까지 진행된다. 특히 이른 추석을 앞두고 8대 신용카드로 예약 구매 시 최대 30% 할인 혜택과 더불어 구매 금액대별 최대 50만원의 롯데상품권도 증정한다.

롯데마트몰에서 예약 구매 시 오프라인 상의 8대 카드 할인, 롯데상품권 증정 혜택과 더불어 롯데마트몰 마일리지를 추가로 최대 10% 적립해 주고, 모든 고객에게 5% 할인 쿠폰을 증정한다.

이마트도 다음 달 1일부터 추석 선물세트 예약 판매에 들어간다. 추석 38일전에 예약판매에 들어갔던 지난해보다 약 1주일가량 빨라졌다.

홈플러스 역시 다음 달 24일까지 전국 139개 점포와 익스프레스, 인터넷쇼핑몰에서 추석 선물세트를 예약 판매하고 있다. 올해는 이른 추석으로 햇과일 확보가 어려울 수 있다는 점을 고려해 두리안, 키위, 멜론 등 열대과일 세트 구성을 대폭 강화했다. 왕새우, 연어, 크림, 바닷가재 등 이색 수산 선물세트도 선보인다.

/김대성기자 bigkim@



복숭아 자두 수박

7월 복숭아·6월 자두·5월 수박

제철 과일, 빠른 절기에 출하 앞당겨져 인기순위 변동

여름이 빨라지고 9월 초순에 추석이 자리잡는 등 한 발 일찍 찾아온 계절 탓에 올해 제철 과일의 인기순위가 뒤바뀌었다.

이마트는 29일 올해 국산과일 매출 분석 결과 8월의 대표과일로 꼽히던 복숭아 매출이 '7월 대표과일'인 자두를 앞질렀다고 밝혔다. 또 '4월 과일'인 참외는 하우스에서 재배되는 토마토에게 1위 자리를 빼앗겼다.

계절 과일 소비 추세가 평년과 다른 것은 올해 과일 수확 시기가 다소 빨라졌기 때문이다.

실제로 올해 참외 출하는 지난해보다 10여일 이른 2월부터 시작했다. 이 때문에 정작 물량이 풍부해야 할 4월에는 출하량이 예년보다 크게 줄어 하우스 과일인 토마토가 그 자리를 차지한 것이다.

통상 5월 초에 출하가 시작되는 수박

도 예년보다 출하 시기가 2주 이상 앞당겨졌다. 덕분에 4~5월 이마트 수박 매출이 지난해보다 30% 이상 늘었다.

7월 과일 자두 또한 6월부터 출하 물량이 쏟아졌고, 8월 과일 복숭아도 6월 중순 이후 출하돼 7월 매출 1위를 기록했다.

이마트 측은 과수 농사가 음력을 기준으로 한 절기에 맞춰져 있어 과일 수확 시기가 앞당겨졌다고 설명했다. 올해 추석이 지난해보다 열흘 이상 일러졌듯 농사 절기도 그만큼 앞당겨졌다는 뜻이다.

4~5월 이른 더위가 찾아오면서 여름 과일의 생육 기간이 짧아진 것도 과일 출하를 앞당긴 요인이다.

이런 조기출하 추세는 가을 과일인 사과에도 해당된다. 조생 품종인 아오리 사과가 7월 중순부터 출하되는 등 사과 출하 시기는 예년보다 열흘 가량 앞당겨졌다.

/김대성기자 bigkim@



토마토 딸기 참외

“에어컨 없인 못살아”

가구 보급률 78%로 1위...IT 기기 영향 TV는 14% 감소

전력거래소 2013 가전 소비행태 조사

스마트폰, 태블릿PC 등 스마트기기 보급 확대에 따라 TV, PC 등 전통적인 IT·영상기기의 이용률이 크게 감소했다. 전반적으로 가전제품 판매율이 감소한 가운데, 에어컨·제습기 등이 더워진 여름에 힘입어 70% 이상의 보급률을 기록하고 있다.

29일 전력거래소의 '2013년 가전기기 보급률 및 가정용 전력 소비행태 조사 보고서'에 따르면 2013년 기준 가구당 에어컨 보급률은 78%로 2년 전인 2011년 61%보다 무려 27.8%나 급증했다.

에어컨 보급률은 2000년만해도 29%에 머물러 사치성 가전제품으로 인식됐으나 점차 보급률이 늘어나면서 필수 가전으로 자리잡게 됐다.

김치냉장고 보급률도 2011년 75%에서 2013년 86%로 증가하면서 '1가구 1김치 냉장고 시대'가 멀지 않았음을 예고했다. 냉장고 보급은 2013년 가구당 1.04대로 조사돼 2011년(1.02대) 대비 다소 상승했다.

◇스마트 기기 영향 전자·IT 기기 감소=시대 변화와 함께 보급률이 감소하는 가전 기기도 상당 수 눈에 띄었다. 대표적인 품목이 거실 가전의 대명사인 TV다. TV 보급률은 1989년 최초로 가구당 보급률이 1대를 넘어선 데 이어 2006년 146%로 정점을 찍었다. 이후 2009년과 2011년 143%로 줄어드는가 싶더니 2013년에는 123%로 무려 13.9% 감소했다.

TV가 보급률이 감소하는 것은 스마트폰, 태블릿PC 등 TV를 대체할 수 있는 제품들의 확산이 주요 요인이다.

스마트 기기의 보급은 오디오, 비디오 기기에도 영향을 미치고 있다. 오디오와 비디오 보급률은 9%, 8%에 머물러 이제 각 가정에서 퇴출 위기에

몰리고 있다. 2006년 80%에 이르렀던 컴퓨터 보급률은 2011년 75%로 꺾인 뒤 2013년에는 62%까지 내려앉았다. 컴퓨터를 대체할 것 같았던 노트북 보급률도 2011년 25%까지 증가했으나 2013년 23%로 하향세를 보였다.

주방용 가전제품 중에는 커피세트와 전기 후라이팬의 보급률이 다소 증가했다. 커피 소비 증가에 따라 커피 세트 보급률은 2000년도 이후 꾸준히 상승해 2013년 가구당 0.49대를 기록했다. 전기 후라이팬의 경우 2011년 대비 7.41% 증가해 가구당 0.29대를 기록했다. 이번 조사에 새로 추가된 제습기의 경우 가구당 보급률이 0.07대로 나타났다.

◇TV·냉장고 대형화 추세=TV의 보급률은 감소하는 대신 대형화 추세가 뚜렷이 나타났다. TV 규격별 보유현황을 보면 25인치 이상 TV가 전체의 88.1%를 차지하고 있는 가운데 40인치 이상 TV가 46.8%로 가장 많았다. 이는 2009년 19.3%, 2011년 37.4%에 비해 크게 늘어난 수치다. 뒤를 이어 20~39인치 24.1%, 28~29인치 13.0% 순이었다. TV의 대형화 추세는 디지털 방송의 확산과 여러 가지 기능을 가진 스마트TV 등의 영향을 받은 것으로 보인다.

냉장고는 700ℓ 이상 대형냉장고의 보급현황이 36.7%로 2011년 비해 두 배 이상 많아져 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 600~699ℓ가 2011년에 비해 7.8%p 하락한 22.9%를 차지하고 있는 것으로 조사됐다. 600ℓ 이상이 59.6%로 절반이상으로 나타나 냉장고도 이미 대형화 추세에 있는 것으로 보인다.

여름철 필수 가전으로 자리 잡은 제습기 역시 시장이 급격히 커지면서 제품의 고급화·대형화 추세가 뚜렷해지고 있다. 이와 함께 제품 가격도 빠르게 상승하고 있다.



'휘센' 에어컨

가전업계에 따르면 3~4년 전만 해도 국내 출시되는 제습기는 20만~30만원대 제품이 주를 이루었으나 최근에는 주력 제품의 가격이 40만~60만원대로 높아졌다.

이는 판매되는 제품 용량이 전반적으로 커진 데다 각종 첨단 기능이 더해졌기 때문이라는 업계 설명이다. 국내 주요 가전업체 관계자는 “올해 새로 출시된 제습기 제품 가운데 15ℓ 이상 대용량 제품은 30% 정도지만, 가전 매장서 실제 판매되는 제품은 판매액 기준 90% 이상이 15ℓ 이상”이라고 전했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

(주)오천경매 / (주)오천개발

대표, 최선규 드림
문의, 010-3605-5000
광주시 동구 찬변우로 339, 2001호

“경매”에 관한 모든 것!

- 특수 비법 배우실 분!
임장/교육비 등 1200만원
NPL과 특수물건만 취급
단독/공동투자 가능
배우면서 투자 가능
단, 상담후 본사 결정
- 공동 입찰 하실 분!
소유권 이전으로 보장
2대1 또는 1대1 투자
- 낙찰 물건에 투자 하실 분!
근저당 설정으로 보장
연 10~24% 매월 지급
투자기간은 1년 정도
- 사무실 같이 쓰실 분!
정보 공유 등 집기 제공
연 사용료 1200만원

경매 직전 부동산! 매입/해결합니다.