

과일의 변신...계절없이 다양하게 즐긴다

이마트, 7월 감귤 매출 증가...1~14일 전년비 26.2% 증가 애프터눈 티세트·곡성멜론 스무디 등 업계 계절 메뉴 경쟁

입맛 없는 여름, 다양한 식음료로 변신한 과일들이 유통가를 점령하고 있다.

국내 과일은 이제 한층 발전한 재배기술로 '제철' 뿐만 아니라 사시사철 쉽게 접할 수 있게 되면서 까다로운 소비자 성향을 충족하고 있다.

15일 광주지역 4개 이마트에 따르면 이달 1~14일 감귤 매출은 1년 전 보다 26.2% 증가했다.

겨울철 대표 과일로 꼽히는 감귤은 하우스 재배가 확대되면서 여름철에도 만날 수 있게 됐다.

지난해 7월 한 달 동안 광주지역 이마트 감귤 매출 증가율은 102.1%에 달할 정도로, 여름철 귤의 인기는 매해 오르고 있다.

'하귤'이라 불리는 여름철 재배 감귤은 최근 하우스 재배를 통해 겨울철 못지 않은 당도를 유지하고 있다.

이달 중순 현재 과일 매출 증가율은 감귤 26.2% 부터 자두(11.7%), 수박(8.2%), 참외(7.8%) 순으로 나타났다.

이마트 관계자는 "7월 연중 과일 판매 구성비 가운데 감귤이 무려 31.1% 비중을 차지하고 있다"며 "이마트는 여름에도 맛있는 감귤을 선보일 수 있도록 100% 기계 비파괴 당도선별을 하고 있다"고 말했다.

제철과일은 유통가 뿐만 아니라 카페,

호텔 등에서 다양한 모습으로 변신하고 있다.

홀리데이인 광주호텔은 이달부터 오는 8월 말까지 망고와 아보카도를 활용한 '썬머 프룻 애프터눈 티세트'를 내놓는다.

2인 기준 4만4000원으로, 신선한 망고와 아보카도가 들어간 디지털 세트도 구성된다.

곡성의 대표 특산물 멜론은 전국 커피전문점 '탐앤탐스'와 '스타벅스'에서 시원한 음료로 선보여진다.

곡성멜론사업단과 탐앤탐스는 지난 달 '곡성멜론 스무디'를 내놓았다. 스타벅스는 지난 14일부터 곡성 등 전국 농가에서 수확한 국내산 멜론을 주재료로 활용한 '스위트 멜론 블렌디드'를 출시했다.

스타벅스는 새로운 여름 음료 출시를 기념해 오는 23일부터 8월5일까지 마이 스타벅스 리워드 그린, 골드 회원이 본인 계정에 등록된 스타벅스 카드에 이벤트 음료 구매 때 품목당 별 3개를 추가 적립하는 이벤트를 진행한다.

편의점 이마트24는 매장 내부에 과일 음료점 '스무디킹'을 들여놓아 새로운 수입 창출을 꾀했다. 최근 광주 광산구·서구, 목포 등 이마트24 매장에서도 스무디킹에서 선보이는 20여 종 과일 음료를 만날 수 있다.



15일 이마트 광주점에서 고객이 당도 선별한 감귤을 고르고 있다. <이마트 제공>

기아차·GS리테일 '셀토스+간편식' 협업

한정판 보랭백 5000개 증정

기아자동차와 GS리테일은 밀키트 브랜드 '심플리룩'과 소형 스포츠유틸리티차량(SUV) 셀토스를 주제로 공동 프로모션을 진행한다고 15일 밝혔다.

코로나19 사태 이후 캠핑족은 물론, 자동차를 활용해 집을 자고 캠핑을 즐기는 이른바 '차박'이 유행함에 따라 두 회사의 주력 상품인 밀키트와 셀토스를 결합한 협업을 추진하게 됐다.

GS리테일은 이날부터 인터넷쇼핑몰 GS프레시몰에서 심플리룩 상품을 3개 이상 사는 고객을 대상으로 심플리룩과 셀토스를 주제로 만든 한정판 보랭백 5000개를 선착순으로 줄 예정이다.



기아차는 공식 홈페이지를 통해 '셀토스'와 함께 하는 나만의 주말 계획'을 공유한 사람을 대상으로 추첨을 거쳐 심플리룩 제품을 제공한다. /박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

광주축산농협 축우사료 '하나로' 출시

특수미생물·발효산물 접목

광주축산농협은 완전배합발효사료(TMF) 사료의 미생물을 활용한 축우사료 '하나로'를 새로 선보인다고 15일 밝혔다.

이 사료는 ㈜우등과 기술제휴 협약을 통해 개발됐다.

광주축협 측은 "증체율과 출하등급에 특별한 영향을 미치는 특수미생물과 발효산물을 배합사료에 접목했다"며 "뿐만 아니라 소고기기에 함유된 불포화지방산 함량을 증가시키기 위해 특별 원료도 첨가했다"고 설명했다.



축협은 이 사료를 성장단계별 전 구간에 사용할 수 있어 미생물 조성 변화로 인한 피해를 최소화할 것으로 기대하고 있다.

광주축협 대분배합사료분부는 축산농가와 출하성적을 지속적으로 모니터링해 특수 미생물 및 발효산물 개발을 진행하고 있다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

광주 전통시장, 동행세일 전보다 매출 줄었다

중소벤처기업부, 표본조사 대인시장 등 50.9% 감소

중소벤처기업부가 '대한민국 동행세일'에 참여한 광주 전통시장 3곳을 뽑아 표본조사한 결과 세일 이전보다 고객 수와 매출액이 오히려 줄어든 것으로 나타났다.

전국 전통시장 매출액이 10.7% 늘어난 것과 대조된 결과로, 이달 초 지역에서 코로나19가 재확산한 영향이 미쳤기 때문으로 풀이된다.

15일 중소벤처기업부가 광주 대인시장과 1913송정역시장, 송정매일시장상가 3곳을 대상으로 조사를 벌인 결과, 동행세일 마지막 주말인 7월10~12일 매출액은 세일 이전 주말인 6월19~21일 보다 50.9% 감소해 '반토막' 난 것으로 나타났다.

중기부는 동행세일에 참여한 전통시장

633곳 가운데 50곳 750개 점포에 대한 고객 수와 매출액을 조사했다.

지역에서는 광주 22개·전남 16개 전통시장이 동행세일에 동참했다.

지난 10~12일 사흘 동안 광주 전통시장 3곳을 방문한 고객 수는 2636명으로, 세일을 하기 전인 6월19~21일 고객 4732명보다 2096명(44.3%) 감소했다.

매출액도 5116만5000원에서 2513만9000원으로 50.9%(2600만원) 뚝 떨어졌다.

이들 시장 3곳의 세일일 진행일 기간 주말 고객은 5819명(6월26~28일)→3935명(3~5일)→2636명(10~11일)으로 줄어 들었다.

매출액도 동행세일 첫 주말에는 전주보다 1000만원 정도 많은 6158만9000원을 기록했지만, 4064만원(3~4일), 2514만원(10~11일) 감소세를 보였다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

유니클로 내의 항균성능 제품별 '들쭉날쭉'

소비자원 티셔츠 7개 제품 평가 유니클로, 교환·환불 조치

유니클로가 항균 성능이 있다고 광고한 기능성 내의 중 일부는 항균 성능이 일정하지 않고 제품별로 편차가 큰 것으로 나타났다. 회사 측은 해당 제품을 교환하거나 환불하기로 했다.

한국소비자원은 기능성 내의 7개 제품을 대상으로 기능성, 안정성, 내구성 등을 시험 평가한 결과를 15일 공개했다.

시험 평가 대상은 유니클로의 '에어리즘크루넥T'와 '에어리즘크루넥루트', 데이즈 '울시즌 남티반 1호', 비와이씨 '보디드라이 쿨넥티#1', 스파오 '크루넥 반팔 솔리드', 에잇세컨즈 '크루넥 반팔', 탐텐 '크루넥 반팔'로, 모두 흰색 제품이다.

이 중 유니클로의 에어리즘크루넥T와

탐텐 제품은 세균 등 미생물을 제거하거나 그 증식을 억제하는 항균성이 있다고 표시했지만, 유니클로 제품은 세탁 후 항균성이 99.9%에 미치지 못하는 제품이 발견되는 등 상품마다 성능이 일정하지 않은 것으로 나타났다.

반면 탐텐 제품은 10번 세탁한 후에도 99.9%의 항균성을 유지했다.

이에 따라 유니클로를 운영하는 에프알엘코리아는 해당 제품(흰색)에서 항균 표시를 삭제하고 동일 가격대 상품으로 교환하거나 환불하기로 했다.

교환·환불을 원하는 소비자는 가까운 매장을 방문하면 되고 온라인으로 구매할 경우 유니클로 온라인 고객센터에 문의해야 한다. 또 탐텐 제품 제조사인 신성통상은 시험법과 균의 종류, 시험 결과 등에 대한 내용이 없다는 지적에 따라 항균성 관련 정보를 제품에 표시할 계획이다.

/연합뉴스



"당은 낮추고 밥맛은 올리고" 15일 롯데백화점 광주점 직원이 9층 가전매장에서 밥 당질을 최대 15~30% 줄여주는 것으로 알려진 '저당 밥술'을 선보이고 있다. <롯데백화점 광주점 제공>

귀할수록 전문 브랜드 비타민하우스

45 북위 45도 이상
흑한에서

15 15년을 자란
차가버섯을 엄선

12 12배 고농축으로
영양을 꽉 채운

시베리안 차가버섯

비타민하우스 전속모델 서경석

Vitamin House
구입문의 1588-8529