

한국인 입맛 사로잡은 ‘중국의 맛’

탕후루·마라탕·‘간식계 BTS’ 설곤약 등 MZ세대 중심 인기 ‘마라 떡볶이’ 품질 사태...부대찌개 등과 어울려 입맛 자극

총장로 ‘중국 맛집’ 호황...탕후루 가게 매일 1.6개꼴 늘어나

27일 오전 11시 30분께 찾은 광주시 서구 치평동의 한 마라탕 전문점. 20~30대 여성과 10대 학생들이 자리를 가득 메운 이 음식점에 들어서자 중국 음식 특유의 향신료가 코를 찔렀다. 비교적 매운 음식인 마라탕과 마라상귀를 먹는 손님들은 연신 아린 혀에 손으로 부채질을 해가면서도 젓가락질을 멈추지 않았다. 테이블에는 ‘중국음료수’라고 부르는 홍차 맛 음료도 여럿 보였다. 정오께가 지나자 이 매장은 빈자리를 찾아보기 어려웠다.

손님 이수민(여·29)씨는 “자극적인 맛 때문에 종종 생각이나 자주 들리고 있다”며 “최근엔 친구들과 만나 ‘무엇을 먹을까’ 얘기하다 보면 1순위로 언급되는 음식”이라고 말했다.

이어 “마라음식 말고도 탕후루, 설곤약 같은 중국 음식이 요즘 MZ세대를 중심으로 유행하는 먹거리다”고 덧붙였다.

MZ세대를 중심으로 ‘중국 맛’의 인기가 치솟고 있다. 마라탕과 마라상귀는 더 이상 이색적인 음식이 아니게 됐고, 중국을 상징하는 음식인 짜장면의

아성을 위협할 정도다.

중국 향신료인 ‘마라’는 떡볶이, 부대찌개, 짬뽕 등 우리 음식과도 섞이며 한국인 입맛을 사로잡고 있다. 여기에 식감과 단맛, 예쁜 모양을 가진 탕후루와 짭짤한 맛의 설곤약은 10대를 중심으로 간식계의 ‘BTS’로 자리잡았다.

권리금이 없는 ‘죽은 상권’이라는 얘기가 나오는 광주시 동구 충장로만 마라탕 전문점을 쉽게 찾아볼 수 있다.

프랜차이즈 햄버거 점포가 4곳인 충장로에는 마라탕 전문점이 5곳에 달한다. 탕후루 가게는 약 10여곳으로 충장로 일대를 돌아다니다 보면 약 50m 간격으로 찾아볼 수 있을 정도다.

탕후루 인기는 자영업자에게도 영향을 미쳤다. 광주시 광산구에서 탕후루 가게를 운영 중인 A(32)씨는 최근 남구에 두 번째 점포를 열었다. 배달음식 전문점을 운영했던 A씨는 탕후루 인기가 심상치 않자, 기존 업장을 정리하고 탕후루 가게를 열고 ‘대박’을 쳤다. A씨는 “당분간 탕후루 인기

가 계속되지 않을까 싶다”고 말했다.

한 프랜차이즈 탕후루 업체의 점포 수는 5개월 만에 300개로 6배로 급증하기도 했다. 매일 1.6개 꼴로 늘어난 셈이다. 설곤약도 10대 학생들 사이에서 불티나게 팔려나가고 있다. 초등학교 4학년 생물을 둔 주부 박지원(여·47)씨는 “아이가 용돈을 주면 설곤약을 몽땅 사오곤 한다”며 “자극적인 맛이라 걱정이 되는데 딸 아이가 너무나 좋아해 말리지 못하고 있다”고 말했다.

마라를 넣은 한식도 늘어나고 있다. 당장 한 요식업체가 마라를 넣어 만든 떡볶이는 품질 사태를 빚었다.

이날 외식업체에 따르면 매운 떡볶이로 이름난 열기떡볶이가 지난 18일 출시한 열떡 마라떡볶이는 8일 만에 품절됐다. 업체는 지난 24일 소셜미디어(SNS)를 통해 “예상보다 큰 고객들의 관심과 호응 속에 판매량이 예상치를 초과해 초도 준비 물량이 전부 소진됐다”며 “정상 판매는 8월 초부터 가능할 것으로 예상되며, 마라떡볶이를 제외한 다른 메뉴의 경우 정상적으로 판매할 예정”이라고 설명했다. 이 메뉴를 먹지 못해 아쉽다는 네티즌들의 하소연이 잇따라기도 했다.

중국에 대한 국민적 정서가 좋지않음에도 중국 음식이 이처럼 큰 인기를 끄는 건 SNS가 큰 역할을



27일 오후 광주시 동구 충장로를 찾은 시민들이 탕후루를 구매하고 있다.

한 것으로 보인다.

박진석 한국창업컨설팅 대표는 “요즘엔 10대들은 치킨보다 떡볶이, 마라탕, 양곱창을 좋아한다”며 “중국음식 신드롬은 유튜브가 만들어낸 것”이라고 말했다. 이어 “유튜브 크리에이터가 소비하는 영

상을 본 10대들은 이를 따라하고 있다”며 “반(反)중국정서가 기성세대 중심으로는 존재하지만 가치 평가를 못하는 10대들의 틈을 유튜브가 파고 들어간 셈”이라고 말했다.

/글·사진·김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

‘황제주’ 7일 천하...에코프로 20% 급락

98만5000원에 마감...이차전지주 급락에 코스닥도 ‘휘청’

상반기 국내 주식시장을 주도하며 명실상부 국민주 반열에 올랐던 이차전지 종목들이 27일 이틀째 급락세를 보였다.

에코프로는 이른바 ‘황제주’에 등극한 지 7거래일 만에 100만원 아래로 떨어졌고, 포스코홀딩스와 포스코퓨처엠은 코스피 시가총액 순위에서 한계단씩 추락했다.

이날 코스닥시장에서 ‘대장주’ 에코프로비엠과 ‘황제주’ 에코프로는 각각 17.25%, 19.79% 급락해 40만원, 100만원선을 지키지 못하고 속절없이

무너졌다.

에코프로는 지난 18일 16년 만에 탄생한 코스닥 시장 ‘황제주’ 자리에 올랐지만, 이날 98만5000원으로 주저앉으며 7거래일 만에 왕좌에서 물러났다.

장중 강세를 보이다가 급락했던 전날과 달리 두 종목은 이날 내내 약세권에 머물렀다. 에코프로비엠과 에코프로의 전날 고점, 즉 역사적 신고가 대비 이날 종가는 약 36% 급락한 수준이다.

이날의 주가 급락으로 에코프로비엠과 에코프로의 시가총액은 하루 만에 14조원이 증발했다.

코스닥 시총 상위 2개 종목이 급락하자 코스닥지수는 바이오주와 엔터주의 ‘선방’에도 불구하고 전장 대비 1.87% 내린 채 마감했다.

유가증권시장에서는 포스코홀딩스와 포스코퓨처엠이 된서리를 맞았다.

포스코홀딩스는 5.71% 떨어진 59만4000원에, 포스코퓨처엠은 13.21% 급락한 48만6000원에 종가를 형성했다.

포스코홀딩스와 포스코퓨처엠은 전날 유가증권시장 시가총액 상위 4위, 8위에 올랐지만, 이날은 5위와 9위로 미끄러졌다. 두 종목은 시가총액 합산액은 전날 대비 약 9조원이 증발했다.

/김민석 기자 mskim@연합뉴스



베트남에 문을 여는 롯데몰 웨스트레이크 전경.

(롯데쇼핑 제공)

롯데, 베트남 하노이에 ‘롯데타운’ 오픈

11만평 규모에 쇼핑몰·호텔·아쿠아리움·영화관 등 총망라

롯데가 베트남 수도 하노이에 약 11만평 규모의 ‘롯데타운’을 오픈한다.

쇼핑몰과 마트, 호텔, 아쿠아리움, 영화관 등 롯데가 보유한 콘텐츠를 총 망라한 ‘롯데몰 웨스트레이크 하노이’는 베트남의 새로운 랜드마크가 될 것으로 기대된다.

롯데쇼핑은 오는 28일 하노이 중심지인 띠이호 신도시 구역에 롯데몰 웨스트레이크를 사전 개장한다고 27일 밝혔다.

우선 사전 개장을 통해 일부 시설들을 시범 운영함으로써 고객 니즈를 반영하고 완성도를 높여 오는 9월 22일 정식 오픈할 계획이다.

롯데몰 웨스트레이크는 총사업비 약 8000억원이 투입된 현지 최대 규모의 초대형 상업 복합단지로, 유통을 비롯해 관광, 레저, 건설 등 롯데 계열사의 역량이 총동원된 대규모 프로젝트다.

연면적 35만4000㎡(약 10만7000평) 크기로 총 50개 시설을 합친 규모다.

총 233개 매장이 들어서는 쇼핑몰은 총 7개 층으로 구성됐다. 샤넬, 디올 등 명품 브랜드부터 나이키, 삼성전자 등 글로벌 브랜드의 대형 플래그십 매장이 들어선다. 또 현지 맛집으로 구성된 푸드홀과 한식 전문 식당가, 복합문화공간과 영화관, 키즈존 등 엔터테인먼트 시설도 들어선다.

이밖에 베트남 최초로 선보이는 어린이 직업체험 테마파크 ‘키자니아’, 어린이 실내 놀이터 ‘챔피언 1250’도 운영한다.

복합문화공간은 서점, 갤러리, 쿠킹스튜디오 등으로 구성됐고, 롯데시네마는 총 9개 관, 1007석 규모다. 지하 1층과 지하 2층에는 롯데마트와 롯데월드, 아쿠아리움이 각각 문을 연다.

롯데마트는 한국 직송 과일, 프리미엄 수입육, 향

공 직송 연어 등 신선 식품을 대거 선보인다.

아쿠아리움에서는 샌드타이거사크, 흙볼트 펭귄, 바다사자 등 약 400종의 해양생물을 만날 수 있다.

이밖에 자연 채광을 극대화한 초대형 유리 천장과 4300㎡(약 1300평) 규모의 옥상 야외 정원, 국내 유명 아티스트들의 예술작품 전시시설도 마련됐다.

쇼핑몰 양쪽에는 23층 높이의 5성급 ‘L7바이 롯데 웨스트레이크 하노이’ 호텔과 오피스가 각각 들어섰다.

호텔은 23층 타워 두 개 등이 결합한 형태로 객실 264실과 레지던스 192실로 구성됐다.

클럽 라운지, 인피니티 풀, 고급 식음료 매장, 피트니스 센터와 키즈카페 등 다양한 시설로 투숙객을 맞이한다.

김상현 롯데유통총괄대표 부회장은 “롯데몰 웨스트레이크를 베트남의 대표 랜드마크로 만들고 이를 통해 롯데쇼핑은 ‘아시아 쇼핑 1번지’로 도약하겠다”고 말했다. /김민석 기자 mskim@

“흑해협정” 종료, 곡물가 상승 영향 미미

농식품부, 국제 곡물가·해외 동향 일 단위 모니터링

우크라이나가 흑해를 통해 곡물을 수출할 수 있도록 보장한 ‘흑해곡물협정’이 종료돼 곡물가가 상승하자 정부가 대응책 마련에 나섰다.

농림축산식품부는 27일 업계, 전문가들과 함께 국제곡물 수급상황과 국내 영향을 점검했다.

국제 곡물가격은 지난해 하반기부터 하락해왔으나, 지난 17일 러시아의 흑해곡물협정 중단 선언 이후 상승세로 돌아섰다.

밀 가격의 경우 지난해 5월 1당 평균 419달러로 고점을 기록한 뒤 올해 6월 1당 평균 243달러로 떨어졌으나, 이달 25일 279달러로 15% 정도 상승했다.

밀은 우크라이나의 주요 생산 품목 중 하나다. 업계와 전문가들은 흑해 지역 불안정성에 따라 국제가격은 당분간 오를 것으로 전망하면서도 지난해 상반기와 같은 급등세는 보이지 않을 것으로 내다봤다.

올해 밀, 옥수수 생산 전망이 양호하고 우크라이나산 곡물 일부는 육로를 통해 우회적으로 수출할 수 있기 때문이다.

농식품부는 이런 분석을 바탕으로 흑해곡물협

정 중단이 국내 수급에 직접적으로 미치는 영향은 크지 않을 것으로 보고 있다.

올해는 흑해협정을 통해 수입하는 물량이 없고, 제분용 밀의 경우 우크라이나가 아닌 미국, 호주, 캐나다에서 수입하고 있기 때문이다.

국내 제분·사료업계는 원료 6개월분을 이미 확보해 둔 상태여서 당장의 문제는 없다는 게 농식품부의 설명이다.

다만 국제곡물 가격이 지난해 수준으로 급등해 장기화할 경우 국내 물가 상승은 불가피하다. 이에 농식품부는 국제 곡물 가격과 해외 동향을 일 단위로 모니터링하고, 위기 시 기업에 원료 구매 자금 금리 인하 등 금융·세제 지원을 실시하겠다고 밝혔다.

전한영 농식품부 식량정책관은 “지나해 예상치 못했던 전정 상황에서도 제분업체 등 민간과 힘을 합쳐 국내 밀가루 가격을 안정시켰던 경험이 있었던 만큼, 위기 재발 시 국내 물가에 미치는 영향이 최소화될 수 있도록 신속하게 대응하겠다”고 말했다.

/연합뉴스



산단공 광주본부, 무역 실무교육·수출 간담회

한국산업단지공단 광주지역본부(본부장 황상현)는 27일 산업단지 수출기업 담당자 28명을 대상으로 ‘무역 실무교육 및 수출 간담회’를 개최했다.

(사진)

이번 무역 실무교육은 기업 수요에 기반해 ▲온·오프라인 수출마케팅 ▲무역계약 및 대금결제 등 2가지 주제로 진행됐다. 초보자도 이해하기 쉽도록 실제 수출업무에 활용되는 서류 및 실전 사례를 중심으로 이뤄졌다.

교육 강연자로 나선 국제무역 분야 전문가인 전형석 한국무역협회 광주전남지역본부 팀장은 유관기관 수출자문위원 및 멘토경험을 바탕으로 산업단지 입주기업 수출 경쟁력 강화를 위한 정보와 경험을 제공했다.

또 교육과 함께 진행된 수출간담회에서는 수출 현장에서 겪는 애로사항을 공유, 수출기업간 네트워킹을 통해 함께 해결방안을 모색하는 자리로

가졌다. 황상현 본부장은 “이번 기회를 통해 산업단지 수출기업의 수출 역량 및 경쟁력 강화에 큰 도움이 될 것을 기대한다”며 “지역 수출기업의 글로벌화를 위해 유관기관과 협력해 다양한 수출 프로그램을 운영하겠다”고 밝혔다.

/박기용 기자 pbxer@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표	
↑ 코스피	2603.81(+11.45)
↓ 코스닥	883.79(-16.84)
↓ 금리 (국고채 3년)	3.587(-0.040)
↑ 환율 (USD)	1277.70(+3.20)