

“우리 집이 봉세권”...봉어빵, 집·편의점에서 먹는다

봉어빵 '1마리 1000원'...노점 찾기 힘들고 가격 상승에 간편식 인기 GS25 봉어빵 즉석조리 식품 판매 1위...냉동 봉어빵·홈메이드 유행

겨울철 대표적 길거리 간식인 봉어빵 노점이 줄고, 가격이 한 개 1000원까지 오르자 냉동이나 즉석 봉어빵이 인기를 끌고 있다.

8일 유통업계에 따르면 편의점 GS25는 10월 한 달 판매량을 분석한 결과 '즉석 봉어빵'이 전체 83종의 즉석조리 식품 중에서 판매량 1위를 기록했다고 밝혔다.

즉석 봉어빵은 편의점 내 즉석조리 판매량 2위인 군고구마보다 87.1%, 3위인 즉석고래사자각아묵보다 157.8% 각각 더 팔렸다.

GS25는 지난 9월 중순부터 용궁식품이 만든 봉어빵을 냉동으로 들여와 매장의 군고구마 기계로 구워 팔고 있다.

GS25는 즉석 봉어빵에 이어 미니 봉어빵과 즉석 슈크림 봉어빵도 한 달 간격으로 출시했다.

이외에 냉동 봉어빵 상품으로는 CJ제일제당의

'비비고 봉어빵' 신세계푸드의 '올반 봉어빵', 오후기 '꼬리까지 가득 찬 봉어빵', 사조대림 '국민 간식 옛날 봉어빵', 설빙 '미니 봉어빵' 등이 있다. 이상 품들은 에어프라이어나 전자레인지에 익혀 바로 즐길 수 있다.

고객들은 “우리 집이 봉세권(봉어빵+역세권)이 됐다”, “냉동실에 두고 먹고 싶을 때 언제든지 즐길 수 있다”는 긍정적 평가와 “그래도 길거리에서 사 먹던 옛 맛은 안 난다” 등 다양한 반응을 내놓고 있다.

이처럼 냉동 봉어빵과 편의점 봉어빵이 인기를 얻는 것은 본격적인 겨울철이 찾아와도 봉어빵 노점을 찾기 힘들고, 가격도 올랐기 때문이다.

봉어빵에 쓰이는 밀가루와 붉은 팥, 설탕, 소금, 식용유값이 모두 올랐다.

통계청 국가통계포털에 따르면 식용유의 경우 가격이 1년 전보다 0.1% 내렸지만 2년 전과 비교하

면 55.1%나 올랐고, 밀가루는 2년 전보다 44.8% 상승했다.

한국농수산식품유통공사 농산물유통정보를 보면 붉은 팥(수입)의 도매가격은 이달 7일 기준 40kg당 27만4400원으로 전년 가격인 20만6200원보다 33% 올랐다.

봉어빵 노점상들은 재료비가 오르자 “하루 종일 팔아봤자 인건비도 안 남는다”며 속속 업종을 바꿨고, 이에 봉어빵 노점이 귀해지면서 노점 위치를 지도에 표시해주는 앱까지 등장했다.

최근 길거리 팔 봉어빵 가격은 '1마리(개) 1000원', '2마리 1000원', '3마리 2500원', '3마리 2000원' 등 다양하다. 이는 잉어빵부터 미니 봉어빵까지 크기에 따라 재료비가 달라지기 때문이다.

맘카페 등 온라인 커뮤니티에서는 아예 봉어빵틀을 사서 집에서 직접 봉어빵을 만들어 먹는 방법과 인증사진이 공유되고 있다.

가령, 온라인 쇼핑으로 4구짜리 봉어빵 팬은 2만 3000원, 봉어빵믹스 1kg은 7500원, 팥앙금 1kg은 8000원대에 각각 구매할 수 있다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr·연합뉴스



신세계푸드 본사에서 모델들이 집에서 간편하게 즐길 수 있는 '피자 먹은 봉어빵', '고구마 먹은 봉어빵' 등 가정간편식 2종을 소개하고 있다. <신세계푸드 제공>



광주신세계 본관 1층 이벤트를 크리드 시향회 팝업스토어에서 직원들이 향수 제품을 선보이고 있다. <광주신세계 제공>

“글로벌 프리미엄 향수 ‘크리드’ 시향하세요”

광주신세계 19일까지 팝업스토어

광주신세계는 오는 19일까지 본관 1층 이벤트 홀에서 글로벌 프리미엄 향수 '크리드(CREED)' 시향회 팝업스토어를 연다고 8일 밝혔다.

니치향수의 대표 브랜드로 손꼽히는 크리드만의 독창적이고 세련된 향을 가진 향수 컬렉션을 만나볼 수 있다. 또 크리드의 신상품인 '카미나' 제품

으로 꾸며진 포토존도 즐길 수 있다.

크리드의 대표 상품으로는 에번투스(100ml) 51만원, 밀레지움 임페리얼(100ml) 48만원, 러브인 화이트(75ml) 41만원이다.

니치향수란 '틈새'라는 뜻을 지닌 이탈리아어 NICCHA(니치아)에서 파생된 단어로 소수의 취향을 만족시키기 위해 전문 조향사가 차별화된 원료로 만든 향수를 뜻한다. /김민석 기자 mskim@

집사리 편의점 간다

이마트24, 조립식 주택 상품 출시

편의점 이마트24는 종합건설사 'YMK종합건설'과 손잡고 업계에서 처음으로 조립식 주택 상품을 선보인다고 8일 밝혔다.

방 2개, 화장실, 거실, 테라스, 주방, 다용도실로 구성된 단층 15평형, 복층 20·25평형 등 3가지다.

구매를 원하는 고객은 전국 이마트24 오프라인 매장에서 이달 말까지 신청할 수 있다.

이후 휴대전화로 전송받은 URL로 3D 모델하우스에 접속해 주택 내·외부를 둘러보고서 전문 상담원과 상담 후 결제하면 된다.

결제가 완료되면 설계와 인허가 기간을 제외하고 이르면 2개월 안에 고객이 원하는 장소에 설치된다.

이 상품은 기본적으로 구매자 소유의 허가된 토지가 있어야 한다.

벽, 지붕, 바닥 등 주택 구성요소를 사전에 제작한 후 구매자가 보유한 토지에서 현장 조립하는 '패널라이징 공법'이 적용된다.

구매자가 수도·전기·정화조연결 등 기초공사를 완료하면 바로 설치할 수 있다. 구매자 취향에 맞게 주택 내·외부 디자인이나 공간 구성 등의 변경도 가능하다.

이마트24 관계자는 “일하면서 휴가를 즐기는 '워케이션'(Workation), 닛새는 도시에서 일하고 주말·휴일 이들은 농촌에서 휴양하는 '5도 2촌' 등과 같은 새로운 문화가 확산하는 데 주목해 '세컨드하우스'로 활용할 수 있는 조립식 주택 상품을 선보이게 됐다”고 말했다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

롯데백화점 광주점, 찾아가는 CPR 교육 시행



롯데백화점 광주점 안전관리팀 직원이 백화점 직원들을 대상으로 심폐소생술 교육을 펼치고 있다. <롯데백화점 광주점 제공>

매주 상시 현장 교육 진행

롯데백화점 광주점은 심폐소생술 교육을 이달부터 상시 시행한다고 8일 밝혔다.

이날 롯데백화점 광주점에 따르면 심폐소생술 교육을 원하는 5명 이상의 직원이 있을 때 매주 상시로 현장에 직접 찾아가서 교육을 진행한다.

이는 일회성으로 진행되는 안전교육으로는 많은 직원들이 근무하고 있는 데다, 각각 다른 근무 일정을 가지고 있는 백화점 특성상 전체 인원이 참여하는 것은 물론 집중력 있는 교육이 진행되기 어렵기 때문이다.

또 백화점의 경우 많은 고객들이 수시로 이용하는 다중집객시설로 응급상황에 필요한 대처법을

속지하기 원하는 직원들의 요청도 있었다.

이에 따라 롯데백화점 광주점은 실제 상황을 가정한 체험 중심의 찾아가는 CPR 교육을 상시 진행하기로 했다.

교육은 간호사 자격증이 있는 의무실 담당 직원이 직접 진행하며 CPR 기본이론 및 응급상황 발생 시 대처법을 비롯하여 심장압박 시뮬레이션 실습, 자동심장충격기 사용법 교육 등을 진행한다.

롯데백화점 광주점 관계자는 “응급 상황은 우리 주변에서도 언제 어디서든 발생할 수 있으며 생명을 살리는 골든타임을 잡는 것이 가장 중요하다”라며 “30여분의 짧은 교육이지만 어떤 순간에는 가장 중요한 교육이 되길 기대한다”고 말했다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

71 광주일보 71년 호남 최대 부수·열독률 1위

평생어부바
광주문화신탁

튼튼한 금융의
따뜻한 협동의

힘으로

광주문화신탁이
평생어부바 해드리겠습니다

자산규모
1조5천억원

1993년 창립 이후
27년 연속 흑자경영

복지장학재단
운영

당기순이익의 7%이상
지역사회환원

대표번호 1644-7990