

폭염·장마 예고...유통업계, 과일 수급 '비상'

이상기후 여름 과일 수급 불안정성 확대...과일 변질·가격 상승 우려 AI로 고당도 과일 선별...품질 고도화·수급 물량 대폭 늘리려 분주

유통업계가 이상기후로 인해 불안정한 과일 수급 대책을 마련하느라 애를 쓰고 있다. 평년보다 덥고, 많은 강수량이 예상되면서 수요를 감당하기 어려울 것이라는 전망이 나오는 데다, 여름 과일의 경우 당도가 높아 보관도 쉽지 않다는 점에서도. 유통업계는 AI로 고품질의 과일을 선별하고, 다양한 유통 채널을 확보해 과일 수급 물량을 지난해

보다 대폭 늘리는 등 다양한 방안을 고민 중이다. 19일 유통업계에 따르면 지역 대형마트들은 여름철 수요가 많은 복숭아, 수박 등 제철 과일 수급 대책을 세우고 있다. 6월부터 무더위를 보이면서, 올 여름의 경우 오는 8월까지 평년보다 기온이 높을 확률이 91~94%, 강수량이 평년보다 많거나 비슷할 확률은 80%로 여름 과일 수급 불안에 대한 우려가 현실화

될 가능성이 높아진 상황이다. 특히 자두와 복숭아 등 여름 과일은 계절 특성상 무더위로 인한 열악한 저장 환경과, 당도가 높은 만큼 쉽게 상할 수 있어 수급 불안정성이 높다. 또 최근 전국 각지에서 무더위로 마치 과일이 불에 타 화상을 입은 것처럼, 껍질이 고사하는 '과수 화상병'이 잇따르고 있고, 다가오는 장마철 비가 많이 내리면 과일 당도가 떨어져 품질 저하마저 우려되고 있다. 이에 대형마트들은 AI로 고당도·고품질의 과일을 선별하고 과일 수급 물량을 지난해보다 대폭 늘리는 등 방안을 마련하고 있다. 이마트 광주점의 경우 이상기후에도 고품질을 유

지할 수 있는 과일 상품 물량을 늘리고, 확대 운영할 계획이다. 우선 초여름 대표 과일로 꼽히는 복숭아는 장마철에도 당도가 쉽게 떨어지지 않는 딱딱한 '아삭' 품종 물량을 20% 확대하기로 했다. 또 자두는 '다이백 자두' 물량을 지난해 대비 많게는 30%까지 늘릴 계획이다. 타이백은 과수 아래 설치하는 반사 필름으로, 여름철 과도한 햇빛을 분산시키고, 수분 흡수를 억제해 과일 당도를 높여주는 등 품질 관리에 도움을 준다. 롯데마트 역시 대체 물량을 확보하면서도 이상기후 영향을 덜 받도록 산지를 다변화하고, 'AI 선별 수박' 등을 통해 고품질의 과일을 공급할 예정이다.

오는 7월부터 수확이 시작될 사과 등은 과수화상병 발생 등 이상기후로 인한 물량 부족에 따른 가격 상승을 방지하기 위해 'B+' 등급 상품을 확대 운영하는 방안을 고려하고 있다. 또 여름을 대표하는 제철 과일인 수박의 경우 '씨 적은 블랙 수박', '씨드리스 그린 수박' 등 올해 롯데마트가 오프라인에서 단독 판매하는 신상품 물량을 확대하고, 수박 산지 역시 양구, 봉화, 무주 등 전국으로 넓히기로 했다. 홈플러스는 이상기후의 영향을 받지 않도록 전용 시설에서 재배하는 사인머스켓 물량을 늘리고, 수박, 참외 등 여름 과일 당도 관리에 주력할 계획이다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

삼성전자, 프리미엄 빌트인 '데이코'로 소비자 공략

브랜드 쇼룸 확대...B2C 공략 냉장고·와인셀러 등 선보여

삼성전자는 주요 백화점 및 수입 가구 브랜드 쇼룸에 럭셔리 빌트인 가전 브랜드 '데이코' (Dacor)의 제품 전시와 판매를 확대한다고 19일 밝혔다. <사진> 데이코는 1948년 미국 캘리포니아에서 시작돼 삼성전자가 2016년 인수한 미국의 대표적 럭셔리 가전 브랜드로, 주방가구와 일체화된 'TRUE 빌트인' (True Built-in)을 원하는 소비자들에게 최적의 옵션을 제공한다. 삼성전자는 오는 21일 신세계백화점 강남점을 시작으로 현대백화점 무역센터점, 롯데백화점 본점·잠실점 등 주요 백화점에 데이코를 만나볼 수 있는 공간을 새롭게 조성할 예정이다. 데이코는 서울숲 아크로포리스, 래미안 리더스원을 비롯한 국내 프리미엄 주상복합 아파트와 리조트 등 기업간거래(B2B) 시장을 중심으로 사업을 확대해 왔다.



관하고 정온성과 위생뿐 아니라 주방 인테리어의 고급스러움을 완성할 독보적 디자인이 강점이다. 데이코의 와인셀러는 깊고 고요한 와인 숙성고처럼 열과 빛, 습도, 진동에서 보호하며 조정온상태로 보관한다.

듀얼 컨택션과 스팀 기능으로 더 빨리 강력하게 깊은 풍미를 살려주는 오븐, 액정표시장치(LCD) 디스플레이와 후드 자동 온·오프 기능까지 탑재된 인덕션 등 쿠킹 가전도 프리미엄 B2C 시장 공략 제품으로 꼽힌다. /김민석 기자 mskim@

'당류 제로·열량은 절반'...GS25 '뉴룩' 막걸리 출시

얼그레이향·레몬향 등 3종

편의점 GS25는 전통주 스타트업 '뉴룩'과 손잡고 얼그레이향·레몬향·오리지널 등 막걸리 3종을 출시한다고 19일 밝혔다. 뉴룩 양조장이 자체 개발한 발효공법으로 만들어 당류를 모두 없애고 천연감미료인 대체당 알룰로스룰 가미했다. 열량 또한 기존 제품의 절반 수

준인 100g당 23.6kcal까지 낮췄다. 4도에 풍부한 천연 탄산, 레몬향 등을 조합해 기존의 막걸리에서 느끼기 어려운 풍미와 청량감을 끌어올렸다고 GS25는 소개했다. GS25는 이날부터 1만2천병을 전국 GS25 매장에서 순차적으로 판매한다. 이번 상품은 GS25가 전통주 업계에 종사하는 지역 청년 사업가를 지원하고자 운영해온 '힙걸리 프로젝트' 6탄이다.

그동안 이 프로젝트를 통해 각 1만병 안팎의 차별화 상품이 한정 수량으로 출시돼 대부분 물량이 조기 완판되는 등 인기를 끌었다. 이하림 GS리테일 주류팀 MD(상품기획자)는 "힙걸리 프로젝트로 실력 있는 양조장을 발굴해 판로를 열어주고 GS25는 차별화 주류 라인업을 강화하는 '원인' 성장에 주력할 방침"이라고 말했다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

광주신세계, PXG·BOSS 골프 팝업 행사



7월14일까지 매장 운영 스탠드 백·캐티백 등 선출고

광주신세계는 오는 7월14일까지 본관 1층에서 골프용품 브랜드 'PXG'와 'BOSS 골프'의 팝업 행사를 진행한다. <사진> PXG 프리미엄 아이웨어 런칭을 기념해 마련한 이번 팝업에서는 'PXG 아이웨어(39만9000원)', 'PXG 우먼 오리지널 그랜드쇼트웨어(35만9000원)'를 만나볼 수 있다. 또 'BOSS 골프 캐디백'과 'BOSS 골프 남성 프리미엄 울 나일론 티셔츠(56만원)', 'BOSS 골프 시그니처 하이브리드 스탠드 백(89만원)' 등

아직 시중에 판매하지 않는 제품을 최초로 선보인다. 광주신세계는 팝업 행사를 기념해 구매 고객들을 대상으로 할인 행사도 진행한다. PXG는 골프공 상품을 2더즌 이상 구매할 시, 더즌 당 1만원 할인된 5만5000원에 판매한다. BOSS 골프는 60~100만원 이상 구매하면 각각 3~5만원 상품권을 증정한다. 또 고바야시 콜라보 캐디백은 선출고 될 예정이며, 사전 예약판매를 실시한다. 한편, 광주신세계에서는 지하 1층 행사장에서 오는 23일까지 'C.P컴퍼니' 세계적 이월행사대전을 진행한다. 40~60%의 할인 혜택을 제공한다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

한국토지부동산(주)

전원주택 신축

매매 9억5천만원



전라남도 담양군 수북면 청소년수련관입구

■ 대지 : 979㎡ (296.14평)

■ 건물 : 323.86㎡ (98평)

(지상2층, 지하주차장포함)

상담문의 010-3733-3933