

‘악’ 소리 나는 장바구니 물가…할인 품목부터 찾는다

고기·생선 등 줄줄이 상승… 생활물가 광주 2.4%·전남 3.0% ↑
체감물가 급등하며 소비 위축 이어져… 대형마트 할인행사 지속

광주·전남을 비롯한 전국적으로 물가 상승폭이 커지면서 지역민이 느끼는 체감물가 온도가 높아지고 있다. 특히 일반적으로 가장 체감 정도가 큰 고기, 생선 등 ‘밥상 단골’ 품목들이 크게 뛰면서 장바구니 부담을 더하고 있다.

17일 국가데이터처 국가통계포털(KOSIS) 자료를 분석한 결과 지난달 광주·전남 지역 생활물가지수는 전년 동기 대비 각각 2.4%, 3.0% 상승했다. 특히 전남의 경우 지난해 7월 이후 1년 4개월만에 최고 상승폭을 보인 전국(2.9%)보다 상승률이 컸다.

생활물가지수는 해당 지역민들이 체감하는 물가를 반영하는 만큼 유통 현장에서도 민감하게 반응하는 경기 지표다. 실제 광주·전남 지역에서는 장바구니 물가가 들썩이면서 대형마트 등 유통업체들의 매출 회복은 더디고, 전통시장 등에서도 높은 체감 물가에 지역민의 소비가 위축되는 모습이다.

이날 이마트 광주점 찾은 선혜연(여·44)씨는 “저 뿐 아니라 친한 학부모들도 대부분 주말 아니면 목요일 퇴근 후에 대형마트에서 주간 할인행사 품목 등을 보고 최대한 일주일치 장을 다 보려고 한다”며 한숨을 내쉬었다. 선씨는 “지금 아이 밥상에 고등어라도 좀 올리려면 6000~7000원정도를 지출해야 하는데, 다른 반찬들 가격까지 생각하면 지출을 한 푼이라도 아껴야 하니 할인행사만 찾게 되는 것 같다”고 말했다.

올 여름 이상기후로 인해 고수온, 양식 어종 폐사 등 악재가 겹치며 고등어 소매가격이 지난해와 평년 대비 각각 36%, 72% 오른 영향이다. 고등어 외에도 올해 광어·우럭 등 횟값을 비롯한 전반적인 수산물 가격이 전반적으로 상승했다.

축산 코너에서도 구매를 망설이는 지역민들의 모습을 어렵지 않게 볼 수 있었다.

주부 정현미(여·58)씨는 “한우는 꿈도 못꾸고 할인 혜택이 많은 호주산 소고기를 주로 먹는데, 수입 산조차도 최근 가격이 많이 올랐다는 게 피부로 느껴질 정도”라고 말했다.

유통업계 관계자 역시 “호주산 소고기 가격이 최근 2~3달 새 10% 넘게 올랐다”며 “주로 소비하는 호주산이 미국산보다 가격 상승폭이 커던 만큼 지역민들의 체감도 커울 것으로 생각한다”고 설명했다.

최근 전반적인 물가 상승을 견인한 과일값도 부담이다. 제철을 맞은 곰은 광주 기준 2022년 11월 생활물가지수 126.42를 기록했지만, 3년만에 241.15로 2배 가까이 체감물가가 뛴 것이다. 같은 기간 사과도 109.5에서 185.7로 체감물가가 대폭 상승했다.

광주 이마트에 근무하는 판매직원은 “최근 몇 년 사이 신선식품을 중심으로 물가 상승세가 커운 만큼 지역민들이 체감하는 물가 상승 속도도 가팔랐을 것으로 생각된다”며 “업계 전반에서 지속적으로 마련하고 있는 할인 혜택들이 장바구니 부담을 조금이나마 덜어드릴 수 있길 바란다”고 말했다.

/글·사진=장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr



이마트 광주점 청과 코너에서 소비자들이 감귤을 살펴보고 있다.



상추튀김·떡갈비… 광주먹거리 굿즈 만나요

롯데백화점 광주점 직원이 지역 특색을 살린 다양한 굿즈들을 선보이고 있다. 롯데백화점 광주점은 오는 25일까지 지하 1층 행사장에서 ‘무등창고 X 광주관광센터’ 팝업스토어 행사를 진행한다. 이번 행사는 광주 소상공인들이 지역 관광을 소재로 한 굿즈와 아이템을 선보인다. 대표 상품으로는 광주 명소 마그넷세트, 티셔츠를 비롯해 상추튀김과 떡갈비 등 광주의 먹거리를 표현한 인형, 키링 등이 있다.

〈롯데백화점 광주점 제공〉

설향 넘어 킹스베리까지…이마트 광주점, 딸기 매출 ‘달콤한 상승’

25일까지 할인 행사

최근 광주 소재 이마트에서 제철을 맞은 딸기 수요가 급증하면서 매출도 상승세를 탄 것으로 나타났다.

17일 이마트 광주점에 따르면 지난 11월 1일부터 12월 15일까지 광주 소재 3개 이마트 점포에서 팔린 딸기 매출은 전년 동기 대비 15.5% 신장했다.

최근 3년 매출 기준 최고 수준으로, 가장 대중적 인 품종인 설향 외에도 금실, 킹스베리, 장희 등 다

양한 프리미엄 딸기 수요도 높아졌던 것으로 집계됐다. 전체 매출이 상승한 가운데, 프리미엄 딸기가 차지하는 매출 구성비도 13%를 넘어서 것으로 확인됐다. 이는 고품질 상품을 선호하는 소비 트렌드 확산과 더불어 재배기술 발달 및 관계기관의 활발한 품종 개발이 활발해졌기 때문으로 분석된다. 실제 과거 제철이 지나면 생산되지 않았던 프리미엄 딸기들도 최근 들어 5월까지 생산할 수 있게 됐다.

지역별 맞춤형 딸기 생산도 프리미엄 딸기 매출 상승세에 손을 보탰다. 농촌진흥청 국립원예특작

과학원이 실시하는 ‘딸기 신품종 조기보급사업’을 통해 딸기 신품종 확대 및 지역 맞춤형 딸기 생산 등이 성공적으로 보급된 영향이다. 이 밖에 연말 파티를 위한 케이크 등에 활용된 딸기 역시 매출 증대 요인으로 꼽히고 있다.

이마트 광주점은 이같은 고객 수요에 발맞춰 오는 25일까지 딸기 할인 행사를 펼친다. 신세계포인트 적립시 딸기 전품목과 ‘딸기에 무너진 생크림 케이크’를 각각 3000원, 2000원 할인한다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr



광주신세계 본관 5층 마맹킹 매장에서 고객이 ‘넥 버클 프로퍼 점퍼’를 입어보고 있다. 〈광주신세계 제공〉

“올 겨울 뻔한 패딩 대신 페 아우터 어때요”

광주신세계, 다양한 제품 선보여

광주신세계는 17일 “겨울을 맞아 고객 수요가 많아진 퍼(Fur·털) 아이템들을 선보인다”고 밝혔다.

최근 인기 아이돌 멤버 등이 퍼 소재의 아우터 등을 통해 큰 호응을 얻는 등 퍼 제품 수요가 급증하고 있다. 온라인 패션 플랫폼 SSF샵에서는 지난달 기준 퍼 카퓌드 겹색량이 전년 동기 대비 80% 이상 증가하기도 했다.

이같은 퍼 트렌드에 발맞춰 광주신세계에서도 다양한 퍼 제품들을 내놓고 있다. 우선 본관 5층 ‘마맹킹’ 매장에서는 수도권을 중심으로 인기를 끌고 있는 ‘넥 버클 프로퍼 점퍼’를 만나볼 수 있

다. 해당 제품은 올해 입고된 물량이 전국 매장 대부분에서 매진됐고, 광주에만 소량 남아 있는 상태다.

같은 층에 있는 ‘레이브’ 매장에서는 20~30대 MZ세대를 중심으로 퍼 아우터 수요가 꾸준히 증가하고 있다. 에코퍼 제품의 등장과 더불어 다양한 컬러의 퍼를 활용한 상품이 출시된 영향으로 분석된다. 인기 상품으로는 ‘토글 퍼 재킷’이 있다.

광주신세계 4층 ‘준지’ 매장에서도 에코퍼 소재로 만든 퍼 아우터가 인기를 끌고 있다. 특히 ‘준지’ 에코퍼 크롭 후디 베스트’는 비슷한 상품 대비 비교적 저렴한 가격이지만 다양한 스타일 연출이 가능해 인기를 끌고 있다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

현대인들의 면역력 증진 뿐 아니라
장 건강, 피부 건강에 도움을 줄 수 있는

그린 프리미엄 베라골드 400 알로에겔

Green Premium Vera Gold

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.

■제조사 : 코스맥스엔비티(주) ■유통전문판매원 : (주)그린알로에 ■소비자상담실 : 080-234-6588

알로에 본고장인 미국산
유기농 알로에베라겔 즙액 400%

면역다당체 하루 섭취량 300mg



그린
알로에