

“특별한 날에도 아껴야죠”... ‘불황형 소비’ 확산

‘웨딩’ 의류·소품 중고거래 ‘활발’
케이크값 급등... 소형 사이즈 대체
“고가 화장품 사치” 저가매장 인기
“가계 부담 커 합리적 가격대 선호”

고물가와 경기 침체가 장기화하면서 생일, 기념일, 결혼식 등 ‘특별한 날’에도 허리를 졸라매는 ‘불황형 소비’가 확산하고 있다.

기념일에 당연했던 케이크 한 판 등이 부담스러운 지출로 다가오면서 소비자들은 ‘작지만 의미 있게’ 소비하는 방식으로 대안을 마련하는 모습이다.

특히 본격적인 봄철 웨딩 시즌을 맞아 결혼식과 관련한 각종 비용을 절약하려는 움직임이 뚜렷해지고 있다. 예비부부와 하객들은 결혼식 및 웨딩스냅 촬영 등에 필요한 의상과 소품을 중고거래를 이용해 준비하는 등 실속 있는 소비를 선택하고 있다.

10일 중고거래 플랫폼 ‘당근마켓’에서 ‘웨딩’ 키워드 관련 광주지역 게시글을 살펴본 결과, ‘웨딩스냅용 원피스’, ‘하객룩’, ‘결혼식 2부 원피스’, ‘웨딩슈즈’ 등 다양한 의류와 소품을 판매하는 글이 쉽게 찾아볼 수 있었다. 판매자는 일상생활 활용 빈도가 낮은 드레스류를 중고로 처분해 지출을 줄이고 구매자는 결혼식 참석에 필요한 상품을 저렴하게 거래해 결혼 시즌 비용 부담을 덜 수 있는 현실적인 대안을 찾고 있는 셈이다.

올해만 벌써 세번 째 결혼식에 참석한다는 정모(31)씨는 “요즘 결혼식 식대만 해도 평균적으로 1인당 5만원을 넘어서다 보니 축의금 10만원은 기본으로 낼 수밖에 없다. 결혼식에 가지 않고 축의금을 5만원만 전달하거나 하객 의상 등에 들어가는 비용을 최대한 줄이는 방식으로 부담을 덜고 있다”며 “브라이덜사위 등 사전 행사 역시 소규모 파티로 전환하거나 셀프 스타일링으로 꾸미는 분위기다”고 말

했다.

소비자들은 생일·기념일 등 특별한 날 ‘케이크’를 사 먹는 것에도 부담을 호소하고 있다.

케이크 한 판 가격이 4만원에 육박하면서 예전처럼 기념일에 부담없이 디저트를 구매하기가 어려워진 것이다. 이에 ‘조각 케이크’를 찾거나 편의점 디저트로 대체하는 등 ‘작지만 의미 있게’를 내세워 비용을 줄이려는 모습이다.

관련 업계에 따르면 투썸플레이스는 지난달 커피와 음료, 케이크 가격을 평균 5% 인상했다. 기념일 인기 제품인 스트로베리 초콜릿 생크림(스초생)은 기존 3만 7000원에서 3만 9000원으로 인상됐으며, 스초생 2단 제품은 4만 8000원으로 가격이 상승했다.

대표 제과제빵전문점 프랜차이즈 파리바게뜨와 뚜레쥬르도 잇따라 가격을 인상했다. 파리바게뜨는 지난 2월 빵 96종과 케이크 25종 가격을 평균 5.9% 인상했고

뚜레쥬르는 지난달 1일부터 빵과 케이크 110여 종의 가격을 평균 약 5% 올렸다.

이런 가운데 ‘저가 디저트’를 내세운 편의점 디저트의 인기는 갈수록 높아지고 있다. GS25는 지난 3일 밀레앙 바스크치즈케이크를 출시했으며 CU는 디저트 브랜드 당과점을 론칭하고 맛과 품질에 집중한 디저트 상품을 선보이고 있다. 세븐일레븐은 최근 사회관계망서비스(SNS)에서 디저트 트렌드로 떠오르고 있는 퍼지를 출시했다. CU의 연도별 디저트 매출 성장률을 살펴보면 △2022년 120.6% △2023년 104.4% △2024년 25.1% 등으로 전년 대비 높은 성장률을 보이고 있다.

자취를 하고 있는 박모(28)씨는 “얼마전 생일을 맞아 퇴근 후 조각 케이크를 구매해 집에서 초콜릿게케나 홈 파티를 했다. 친구들과는 주말에 간단히 식사하는 식으로 생일을 챙기기 때문에 3~4만원에 육박하는 케이크 한 판은 부담이 된다”며 “값비싼 디저트를 구매할 때는 중고거

래 사이트에서 기프티콘을 저렴하게 구매하기도 한다. 생활비에는 한계가 있고 물가 상승으로 식비가 워낙 많이 들어가기 불필요한 품목에 대한 지출은 최대한 줄일 수밖에 없다”고 말했다.

고물가에 의식주에 필요한 필수품보다 우선순위가 낮은 품목들이 ‘후순위’로 밀려나면서 화장품도 사치품이 됐다. 이에 일부 소비자들 사이에서는 고가 브랜드보다는 합리적인 가격대의 제품을 선호하는 경향이 뚜렷해지고 있다.

실제 지난 2021년부터 뷰티 품목에 강화해 온 다이소의 지난해 뷰티 부문 매출은 전년 대비 144% 급증했다. 세부적으로는 기초 화장품 매출이 200%, 색조 화장품은 80% 증가했다. 또 지난 2022년 2조원대였던 다이소 매출은 지난해 4조원대로 치솟았다. 이는 고물가·경기침체가 장기화하면서 가계 부담을 덜기 위해 저렴하고 실용적인 상품을 찾는 소비자가 늘었기 때문으로 풀이된다. **나다운기자**



10일 기아 오토랜드광주는 광주 첫 전용전기차인 ‘더 기아 EV5’의 성공적인 양산을 위한 결의대회를 실시했다. **기아 오토랜드광주 제공**

기아 광주공장, 첫 전용전기차 ‘EV5’ 양산 결의대회

광주 전용전기차 양산 성공 다짐
“양산 일정 준수에 최선을 다할 것”

기아 오토랜드광주는 10일 광주 첫 전용전기차인 ‘더 기아 EV5’의 성공적인 양산을 위한 결의대회를 실시했다고 밝혔다.

이날 오후 2시30분께 시작한 결의대회는 문재용 기아 오토랜드 광주공장장, 은용철 기아노조 광주지회장을 비롯한 임직원들이 함께한 가운데 기아 오토랜드광주 최초의 전용전기차 EV5 출시에 앞서 완벽한 품질과 양산일정 준수를 다짐했다.

결의대회에서는 EV5 추진 경과보고를 통해 신차 진행상황을 임직원들과 공유하고, 성공적인 양산을 기원하는 응원영상 시청과 EV5 성공기원 퍼포먼스를 진행했다.

또 지난 2월24일부터 3월7일까지 임직원을 대상으로 진행된 EV5의 성공적인

양산을 위한 응원·다짐 슬로건 공모전에 대한 시상식도 진행됐다.

많은 슬로건 중 ‘완벽한 품질, 무한한 가능성, EV5가 만드는 새로운 기준’이 최우수상에 선정됐다. 최우수상을 비롯해 우수상에 선정된 슬로건은 공장 내 부착될 예정이다.

기아 오토랜드광주는 이날 결의대회를 시작으로 EV5 출시 전까지 양산일정을 차질 없이 이행하기 위해 전 임직원들이 총력을 다할 예정이다.

기아 오토랜드광주 관계자는 “EV5가 기아 오토랜드광주에서 처음으로 생산하는 전용전기차인만큼 완벽한 품질과 양산 일정 준수는 목표를 달성하기 위해 결의대회를 실시하게 됐다”며 “기아 오토랜드광주 전 임직원은 EV5 신차됨을 일으켜 EV5가 국내 전기차시장에 성공적으로 안착할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 밝혔다. **박소영 기자**

광주신세계, 사회공헌 ‘활발’ 현지법인 역할 ‘톡톡’

지역인재 육성 누적장학금 33억
복지관·기관 연계 소외계층 지원
“지속가능 경영으로 지역과 상생”

지난 1995년 현지법인으로 설립된 광주신세계가 지난 30년간 꾸준한 사회공헌 활동을 통해 현지법인 역할을 톡톡히 해오고 있다.

10일 광주신세계에 따르면 개점 이래 지역인재 양성을 위한 ‘희망장학금’ 지원 등의 장학사업을 이어오고 있다. 광주신세계는 장학재단에 매년 연간 총 1억원 이상의 장학금을 후원해 왔다. 2014년부터는 1억3000만원을 지속 지원해 현재 누적 지원금은 33억원에 달하며, 누적 수혜자는 3000여명이 넘는다.

또 2017년부터 서구청, 서구 관내 복지관, 초록우산 어린이재단 등 여러 기관과 연계해 결혼 및 위기가정 아동들을 위한

‘사랑의 S-BOX’를 전달하고 있다. 매월 500만원, 한 해 총 6000만원 상당의 식품과 생필품으로 구성된 패키지 박스를 만들어 소외계층 100세대에 제공하고 있다. 그동안 집행된 지원금은 4억8000만원이며, 특히 올해부터는 임직원들이 직접 물건 구매부터 박스 포장까지 함께하면서 그 의미를 더하고 있다.

초록우산 어린이재단과 함께하는 ‘결혼 아동지원’ 프로그램도 2004년 시작돼 매년 42명의 아동에게 매달 7만원을 지원하고 있다. 총 누적 수혜자는 840명이며, 누적 금액은 7억3000만원에 달한다.

2006년부터 이어온 ‘희망배달캠페인’은 임직원들의 자발적 참여가 돋보이는 사회공헌 활동이다. 임직원들이 기부한 금액만큼 회사가 동일한 금액을 기부하는 ‘매칭그랜트’ 방식으로 시작돼 노사가 함께 참여하는 바람직한 사회공헌 모델로

인정받고 있다. 조성된 기금은 결연 아동을 정기 후원하거나 난치병 환자 치료비 지원, 광주시청 등 희망 장난감 도서관 건립 등에 쓰였다.

매달 광주전 정화 활동과 사업장 주변 환경정화 활동도 벌이고 있다. 최근에는 환경의 날을 기념해 임직원들이 참여한 가운데 무등산 플로깅 캠페인을 진행했다.

이밖에 ‘사랑의 김장김치 나눔’ 행사와 ‘희망산타 원정대’ 프로그램도 매년 진행하고 있다.

이동훈 광주신세계 대표이사는 “현지법인으로서 지속 가능 경영을 통해 지역 발전에 기여하는 유통기업이 되고자 노력하고 있다”며 “30년간 꾸준하게 이를 지켜온 만큼 앞으로도 사회적 책임을 다하고 지역과 함께 성장하는 기업이 되도록 노력하겠다”고 말했다. **나다운기자**

광주본부세관, 공익관세사 활용 기업지원 강화

광주본부세관은 10일 세관 회의실에서 공익관세사 위촉장 수여식을 개최했다고 밝혔다.

광주본부세관은 중소 수출기업의 FTA 활용을 지원하기 위해 올해 지난 1일부터 광주와 광양, 여수 등에 공익관세

사 8명을 배치하고 무료 상담업무를 시작했다.

공익관세사는 향후 2년 동안 수출에 어려움을 겪고 있는 중소기업에 대상으로 통관, 품목분류, 관세환급 등 수출입과 관련된 종합컨설팅을 제공한다.

광주본부세관은 한국관세사회와 함께 수출입기업을 지원해 왔으며 특히, 공익관세사와 연계한 합동컨설팅으로 종합적인 전문상담이 이뤄질 수 있도록 적극 지원할 예정이다.

공익관세사의 수출입 관련 컨설팅이 필요한 기업은 광주본부세관 수출입기업지원센터(062-975-8197)로 문의하면 된다. **최권범 기자**

재테크 칼럼

10일 미국의 ‘상호관세 90일 유예 발표’에 국내의 증시가 요동치고 있다. 이와 별개로 트럼프의 상호관세가 글로벌 경제는 물론이고 미국 경제까지 침몰시킬 것이라는 우려가 나온다. 단순한 경고를 넘어 장기화될 수 있다는 예측도 나온다. 당장 파월 미국 연준의장은 일시적일 것이라는 그동안의 태도를 바꿔 ‘관세 인상 폭이 예상보다 훨씬 클 것’이라는 사실이 분명해졌고, 그 영향이 일시적이지 않고 더 지속될 수 있다’고 했다.

트럼프의 관세는 아무런 근거가 없고 ‘내 마음대로 식’ 관세에 다름아니다. 상호관세를 벗어나 미국을 적자로 만든 국가를 대상으로 그 국가들의 대미 이익, 즉 미국의 적자에 대한 벌금을 물린다고 보는 것이 맞을 것 같다. 그것도 일회성이 아니라 적자가 없어질 때까지 계속되는 벌금이다. 전 세계 국가들로부터 큰 반발을 사는 것도 이 때문이다. 이런 황당한 관세가 성공할 것으로 믿는 트럼프와 관세정책 설계자들의 발상이 놀라울 뿐이다. 광기에 가

까운 트럼프의 관세정책은 미국 내에서도 큰 반발을 불러와서 미국 각지에서 반대 시위가 일어나고 있다. 미국의 전 재무부장관, 수 많은 경제전문가들도 “점성술사가 천문학을 말하고 있다. 대재앙이 될 것이다”거나 “미국 역사상 가장 어리석은 전쟁을 하고 있다”면서 경고의 메시지를 보내고 있다. 하지만 적어도 지금까지 트럼프 정부는 끄떡도 하지 않는 모습이다.

트럼프의 관세정책은 증시를 비롯한 원자재, 비트코인 등 모든 자산시장에 충격



송호

경제 칼럼니스트 등도 폭락세다. 투자자의 입장에서는 예측불허의 암흑의 동굴이다.

하지만 늘 그렇듯이 투자자에게는 위기가 곧 기회고 그 위기가 클수록 더 큰 기회가 찾아온다. 필자는 수개월 전부터 쉬는 것도 투자기 때문에 불확실할 때는 현금을 확보하고 때를 기다리라고 했었는데 이제 그때가 다가오고 있는 것 같다. 주식 이든 비트코인이든 서서히 분할매수를 시작할 시점이라는 생각이다. 주식의 경우 수개월의 기간을 정하고 성장성이 높은 종목을 위주로 점진적인 매수 포지션을 취하는 것이다. 가상화폐도 마찬가지다. 한꺼번에 사지 말고 반드시 분할매수를 해야 한다. 시장의 바닥은 신도 모르기 때문이다.