

‘사라진 1000원의 행복’...편의점서 컵라면도 못산다

환율·원자재 등 도미노 상승 라면·김밥·과자류 줄줄이 인상 업계, 자체상품 출시 ‘저가경쟁’ 대형마트, 먹거리 중심 파격세일

최근 물가 급등으로 1000원짜리 지폐 한 장으로 편의점에서 컵라면이나 삼각김밥조차 구매할 수 없게 됐다.

이에 편의점 업계는 1000원 이하 자체 브랜드(PB) 상품을 출시하고 대형마트는 먹거리 위주 파격 세일을 이어가는 등 체감 물가를 낮춰 소비자들의 발길을 붙이고 있다.

14일 유통업계에 따르면 원자재 가격 및 환율 상승 등으로 인한 기업의 원가 부담이 제품 가격 인상으로 이어지면서 GS25·CU·세븐일레븐 등 편의점에서 1000원으로 구매할 수 있는 것은 오리온 마이구미, 크라운 새콤달콤 등 젤리나 카라멜 같은 작은 간식류가 대부분이다. 저렴한 가격으로 한 끼 식사를 때울 수 있었던 컵라면이나 삼각김밥은 더 이상 1000원으로 구매할 수 없게 됐다.

실제 오투기 진라면과 스낵면 작은 컵, 농심 육개장사발면과 김치사발면 작은 컵은 지난 1일 1000원에서 1100원으로 인상됐다.

농심 신라면과 너구리, 튀김 우동, 새우탕 작은 컵은 1250원이 됐고 오투기 참깨라면 작은 컵은 1400원으로 올랐다.

가장 저렴한 삼각김밥도 1000원이 넘는다. GS25와 CU의 참치마요 삼각김밥 가격은 1100원이며 평균 가격대는 1500원 안팎이다. 일부 삼각김밥 제품은 2000원이 넘고 컵라면 등과 곁들여 먹는 핫바 가격은 2500원 내외다.

초콜릿 원료인 코코아 가격이 급등하면서 롯데월드 푸드 빼빼로는 최근 2000원대 과자 대열에 합류했다. 오리온 포카칩, 롯데월드 푸드 꼬깔콘, 농심 막대강, 해태 허니버터칩 등 봉지 과자는 1700원짜리가 많다. 동서식품 오레오는 작년 말 200원 올라 2200원이 됐고 오리온 비초비는 3600원이다.

하찮고 적은 돈을 뜻하던 ‘끔값’도 2년 전 이미 1000원을 넘었다. 롯데월드푸드의 자일리틀, 후라보노, 주시후레쉬 등은 모

두 1200원이다. 음료 등 마실 거리도 1000원 미만은 거의 없다.

‘국민 피로 회복제’ 박카스는 지난해 편의점에서 100원 올라 1000원이 됐다. 비타500원은 최근 1100원으로 가격이 인상됐다. 코카콜라와 칠성사이다도 지난해 가격이 올랐는데 250ml 제품은 각각 1700원이고 350ml는 2100원이다. 생수는 제주개발공사 삼다수와 롯데칠성 아이시스가 지난 2023년 1100원으로, 농심 백산수는 지난해 말 1000원으로 올랐다.

이에 편의점 업계는 1000원 이하 자체 PB상품을 강화해 소비자들의 발길을 붙이고 있다.

GS25는 550원짜리 봉지라면인 리얼소고기라면을 지난해 10월 출시했으며 현재 판매량 60만개를 돌파했다. 500원~800원짜리 리얼프라이스 아이스크림은 지난해 8월 이후 판매량이 200만개가 넘었다. 컵라면 면왕과 1974 우유 200ml, 리얼천냥콩나물도 1000원 이내로 준비했다.

CU도 지난해 선보인 880원 육개장 컵라면과 990원 스낵이 각각 누적 판매량

120만개, 100만개를 돌파했고 빙그레와 협업해 내놓은 990원 우유는 350만개가 판매됐다.

세븐일레븐은 연초 초저가 커피(세븐셀렉트 착한아메리카노블랙)를 800원에 출시했다. 지난해에는 320ml 용량 기준 업계 최저가인 900원 파우치음료 2종 ‘세븐셀렉트 착한청포도에이드’, ‘세븐셀렉트 착한청사과에이드’를 선보였으며 출시 이후 6개월 동안 판매량이 100만개를 넘어섰다.

대형마트는 할인 행사를 지속 기획하며 육류, 과일 등 인기 먹거리를 중심으로 초저가 경쟁을 펼치고 있다.

이마트는 매달 ‘가격파격선언’을 진행해 핵심 그로서리 및 생필품을 특가에 판매한다. 이번 달은 30일까지 일반 삼겹살과 목심을 100g당 1980원에 판매한다. 일부 농가에서만 생산되는 ‘금한돈(얼룩돼지)’은 100g당 2280원, 자사 단독 농가에서 운영하는 ‘재래형통 우리흑돈(흑돼지)’은 100g당 2380원에 선보인다. 이외에도 필수 식재료를 비롯해 팔도비빔면(130g×4개, 2980원), 맥심 슈프림글드

커피믹스(40입, 9480원) 등을 저가에 선보인다.

롯데마트는 매주 3가지 품목을 선정해 초저가 할인 행사를 진행하는 물가잡기 캠페인 ‘더 핫’을 시행하고 있다. 지난 ‘이번주 핫프라이스’ 품목으로는 ‘잘풀리는 집 순수화이트 화장지(30m×30롤)’를 60% 할인, ‘다우니 섬유유연제 11중’은 2개 이상 구매 시 50% 할인, ‘후제 오리 슬라이스(각 400g/냉장/원산지 별도표기)’는 엘포인트(L.POINT) 회원에게 50% 할인 혜택을 제공했다.

홈플러스도 ‘홈플러스’, ‘고객감사제’, ‘홈플러스 이즈 백’ 등 다양한 기획전을 진행하며 고객 확보에 나서고 있다. 16일까지 진행되는 ‘힘내자 홈플러스’ 행사에서는 ‘호주정정우 척아이롤(100g/홈플러스 온라인 제외)’을 1490원, 베트남산 ‘1990 바나나(송이/점포별 취급 브랜드 상이)’를 전점 5만송이 한정으로 1990원에 판매한다. 마이홈플러스 멤버특가로 페루산 ‘흰다리 새우(마리, 해동)’은 50% 할인해 단돈 200원에 내놨다.

나다운기자 dawoon.na@jnilbo.com



롯데마트·슈퍼, 데일리 와인 출시 롯데마트와 슈퍼가 지난 10일 데일리와인 시리즈 ‘테이스티’(TASTY)의 네 번째 와인 ‘폴리아 프리미티보’를 새롭게 출시했다. 폴리아 프리미티보는 이탈리아 남부를 대표하는 포도 품종 ‘프리미티보’로 만든 와인이다. 롯데마트와 슈퍼는 이탈리아의 명성 높은 와인러 ‘카를로 사니’와 협업해 이탈리아 와인의 매력을 부담 없는 가격으로 경험할 수 있도록 기획했다. 롯데마트·슈퍼 제공

광주·전남지역 상장법인 영업·순이익 흑자 전환

한국거래소, 결산법인 실적 작년 32곳 매출액 6.28% ↑

지난해 광주·전남지역 상장기업의 매출액이 증가하고 영업이익과 순이익은 흑자로 돌아선 것으로 나타났다.

14일 한국거래소 광주사무소가 발표한 ‘광주·전남 12월 결산법인의 2024사업연도 결산실적’ 발표 자료에 따르면 코스피 12개사, 코스닥 20개사 등 32개 결산법인의 매출액은 101조3764억7100만원으로 전년(95조3868억6000만원) 대비 6.28%(5조9896억1100원) 증가했다.

영업이익은 전년 -5조5965억2100만원에서 지난해 3조7843억9400만원으로 9조7496억400만원 증가해 흑자 전환했다.

순이익은 전년 -2조9480억8800만원에서 1조2151억4200만원으로 4조1632억3000만원 늘어 흑자 전환했다.

이는 지역 전체 매출액의 90.40%를 차

지하는 실적 비중 최상위사인 한국전력의 매출액과 영업이익, 순이익이 모두 증가한 나비 효과로 분석된다.

지난해 한국전력 실적을 살펴보면 매출액은 91조6465억8200만원으로 전년 대비 6.78%(5조8209억8900만원) 증가했다.

영업이익은 전년 -6조5039억1800만원에서 9조6705억7600만원 증가한 3조1666억5800만원으로 흑자전환 했다. 순이익은 전년 -3조2492억3300만원에서 4조785억7200만원 늘어난 8293억3900만원으로 흑자 전환했다.

한국전력을 제외한 광주·전남 상장법인의 매출액 영업이익률과 순이익률도 전년보다 모두 증가했다.

매출액은 9조7299억원으로 전년대비 1.76%(1686억원) 증가했고, 영업이익은 6177억원으로 전년보다 14.67%(790억원) 늘었다. 순이익은 3858억원으로 전년대비 28.11%(847억원) 증가했다.

지난해 지역 상장법인 32개사의 경영 실적을 살펴보면 17개사가 흑자를 시현했으며 이 중 5개사는 흑자 전환했다. 하지만 10개사는 적자가 지속됐다.

코스피 흑자전환 3개 기업별 순이익은 한국전력(8293억3900만원), 보해양조(62억9600만원), 대유에이텍(52억1400만원) 순이다.

매출액 대비 순이익률 증가는 대유에이텍(14.57%), 보해양조(11.26%), 금호에이치티(10.81%), 금호타이어(5.45%), 한국전력(4.69%), 한전KPS(0.52%) 순으로 높았다.

코스닥 흑자전환 2개 기업별 순이익은 남화토건(67억9300만원), 그린생명과학(15억6200만원) 순이다.

매출액 대비 순이익률 증가는 박셀바이오(74306.36%), 그린생명과학(79.41%), 에니젠(52.76%), EG(47.44%) 순 등으로 호조를 보였다.

최권범 기자

광주경총, 18일 금요조찬서 이용섭 전 시장 초청강연

광주경영자총협회는 오는 18일 제1682회 금요조찬 포럼에서 이용섭 전 광주시장을 초청해 ‘더 크고 더 강한 광주’ 주제로 특강을 개최한다고 14일 밝혔다.

이번 특강에는 노동·일자리사업 지원 전문가인 이도영 광주지방고용노동청장도 함께한다.

이 전 시장은 현재 법무법인 율촌 고문으로 제18·19대 국회의원, 김대중정부에서 제20대 관세청장, 노무현정부에서

는 청와대 대통령비서실 혁신관리수석비서관, 제14대 건설교통부장관, 제8대 행정자치부장관, 제14대 국제청장, 문재인정부에서는 대통령직속 일자리위원회 부위원장을 역임했다.

이 전 시장은 이날 특강에서 6월 3일 제21대 대통령 선거 광주시 최우선 공약으로 인력양성, 기술, 연구개발 등의 투자가 대대적으로 지원돼야 한다고 강조할 것으로 전해졌다. 최권범 기자

삼성전자, 4년 연속 ‘저소득층 에너지효율 개선사업’ 선정

1만8천여 가구 고효율 에어컨 공급

삼성전자는 정부가 시행하는 ‘2025년 저소득층 에너지효율 개선사업’에 냉방기기 공급 사업자로 선정됐다고 14일 밝혔다.

‘저소득층 에너지효율 개선사업’은 산업통상자원부가 주관하는 복지 사업으로, 기후변화에 취약한 에너지 소외계층을 대상으로 고효율 냉·난방기 교체 등을 지원한다.

삼성전자는 고효율 에어컨 제품의 우수성과 설치부터 A/S까지 체계적인 사업 수행 경험 역량을 인정받아 2022년부터 4년 연속 냉방기기 공급 사업자로 선정됐다.

삼성전자는 4월부터 전국 약 226개 기



삼성전자 모델이 ‘2025년 저소득층 에너지효율 개선사업’에 공급 예정인 벽걸이 에어컨 신제품을 소개하고 있다.

삼성전자 제공

초지방자치단체에서 선정된 1만8000여 가구에 2025년형 벽걸이 에어컨 신제품을 순차적으로 공급한다. 삼성전자가 고효율 에어컨은 공급하는 가구는 2022년

부터 올해까지 4년간 누적 6만여 가구다.

삼성전자가 올해 공급하는 에어컨 신제품은 에너지 소비효율 1등급을 갖춰 전기요금 부담을 덜어준다. 또 흐르는 물로 세척할 수 있는 필터를 탑재해 필터 교체 비용 부담도 줄였다. 집 안 구석구석에 강력한 냉기를 빠르고 시원하게 채워주는 ‘패스트 쿨링’ 기능을 갖췄다.

삼성전자 한국총괄 오치오 부사장은 “기후변화로 인해 폭염이 심화되는 상황에 에너지 취약계층에게 삼성전자의 고효율 에어컨을 공급하게 돼 의미가 크다”며 “삼성전자의 고효율 에어컨이 에너지 취약계층의 여름철 건강과 삶의 질 향상에 도움을 줄 것으로 기대한다”고 말했다.

박소영 기자



호남 최고 정론지 전남일보 구독신청 (062)510-0471 광고문의 (062)512-0100