

‘반값 아니면 힘들다’... 유통가, 고물가에 특가 경쟁

물가 상승에 소비자 할인을 민감 대형마트, 사전 물량 확보 등 경쟁 동네마트도 매달 행사 품목 고심 할인 경쟁 불구, 국민 소비 5% ↓

“요즘 같은 고물가 시대에는 할인이 높아야 손님들이 눈길이라도 한번 주니까요...”

최근 고물가로 팍팍한 가게 살림에 소비자들의 발걸음을 잡기 위한 유통가의 ‘반값’ 마케팅 열풍이 거세지고 있다. 대형마트나 이커머스 등이 대량 및 사전 계약 등을 통해 물량을 확보하고 저렴한 가격 경쟁에 나서고 있는 가운데 ‘동네 마트’로 불리는 소형 슈퍼마켓들도 열흘가량을 주기로 할인 품목에 대한 고민이 깊은 모습이다.

13일 오전 광주 서구 쌍촌동의 한 슈퍼마켓에서는 제철을 맞은 달래와 봄동부터 햇감자 등 이번주 행사 품목에 맞춰 주문한 물량을 마트 안으로 옮기느라 여념이 없었다.

해당 마트를 운영하고 있는 문모(58)씨는 “보통 10일에서 15일에 한번씩



13일 광주 서구 쌍촌동의 한 슈퍼마켓에 제철 식재료와 할인 상품들이 진열돼 있다.

행사 품목을 정해 미리 경매나 주문으로 물량을 확보해 판매하고 있다”며 “아무래도 물가가 많이 오르면서 다른 때보다 손님들이 할인에 민감해 행사 품목도 신경 써서 구성하고 있다”고 전했다.

문씨는 “최근에는 한우나 한돈 등 정육류 가격이 많이 낮아져서 그런 부분도 전

단에 많이 홍보를 하고 있고 과일도 행사 품목으로 넣기 위해 도매시장에서 최대한 좋고 저렴한 상품을 구매하기 위해 노력하고 있다”며 “대형마트에서 하도 반값, 반값하며 홍보를 하니 이렇게라도 해야 그나마 매출을 지킬 수 있다”고 덧붙였다.

실제로 이마트, 롯데마트, 홈플러스 등

대형마트 3사는 지난해부터 올해 초까지 지속적으로 물가안정에 도움을 주겠다며 할인을 극대화한 기획전이나 ‘반값’ 마케팅을 전면으로 내세우고 있다.

현재도 이마트는 오는 15일까지 봄 참외, 봄 주꾸미, 봄 멧개 등 다양한 봄 제철 식품 할인행사를 진행하고 지난해부터 이어온 브랜드 한우 전품목 40% 행사도 함께 진행하고 있다.

롯데마트 역시 지난 9일부터 11일까지 행사 카드 결제 시 한우 등심을 50% 할인한 가격으로 선보였으며 15일까지 창립 단독 슈퍼세일 2주차 ‘홈플러스’를 진행하고 있는 홈플러스는 지난 1주차에만 전월 동기 대비 매출이 약 105% 신장했다고 밝혔다.

편의점업계도 저렴한 가성비 상품을 출시하거나 할인폭을 키우면서 소비자 확보 경쟁에 열을 올리고 있다.

이마트24는 3000원대 도시락 상품을 내놓고 3900원에 6개의 인기반찬을 맛볼 수 있는 39도시락을 출시하는 등 가성비 경쟁에 나섰다. ‘김해자 도시락’으로 ‘혜자스럽다’라는 신조어까지 창조해낸 GS 25는 6년만에 ‘김해자 도시락’을 재출시,

지난달 이미 편의점 일반 상품 3500여종 중 매출 1위를 기록했다.

하지만 규모를 불문한 유통가의 노력에도 지난해 가을 이후 국민 소비는 5% 안팎으로 하락한 것으로 나타났다.

이날 통계청에 따르면 대표적인 소비 지표인 소매판매액 지수(계절조정)는 지난 1월 기준 103.9를 기록, 지난해 8월 109.4와 비교해 5.03% 하락했다.

승용차, 가전제품, 가구 등 1년 이상 사용 가능한 고가 상품인 내구재와 의복, 신발, 가방 등 1년 이상 사용할 수 있으나 상대적으로 저가 상품을 말하는 준내구재 상품 중에서는 준내구재 소매판매액 지수가 119.3에서 111.5로 6.5% 하락하며 감소폭이 큰 것으로 확인됐다.

특히 음식료품 소매판매액 지수는 9.6% 급락했는데, 이는 일상 회복 후 집밥보다 외식이 늘어난 사회현상과 더불어 같은 기간 음식·숙박업 서비스업 생산지수도 4%가량 줄어든 것을 봤을 때 단순히 집안에서의 음식 조리가 줄어든 것보다는 먹는데 쓰는 비용 전체가 줄어들었다는 분석이다.

글·사진=곽지혜 기자 jihye.kwak@jnilbo.com

현대차, 준중형 세단 ‘더 뉴 아반떼’ 출시

3년 만에 부분변경 모델 등급 최고 안전사양 탑재

‘인생 첫 차’의 대명사로 불리는 준중형 시장의 대표주자 아반떼가 혁신적인 상품성으로 새롭게 태어났다.

현대차는 준중형 차급을 뛰어넘는 상품성을 담은 ‘더 뉴 아반떼’ (사진)를 13일 출시했다고 밝혔다.

더 뉴 아반떼는 지난 2020년 4월 출시 이후 3년 만에 선보이는 부분 변경 모델로, 준중형차급에 준하는 신기술과 편의사양 등 상품성을 확보한 것이 특징이다.

완성된 디자인과 고객의 라이프스타일을 확장해 줄 다채로운 편의사양, 생애 첫 차로 안전한 운행을 돕는 안전사양 등 기본에 충실하면서 완성도를 대폭 끌어올렸다는 평가다.

기존 모델에 녹아 있는 ‘파라메트릭 다이내믹스’ 테마를 더욱 강조하면서도 수평적인 그래픽 요소를 확장해 보다 낮고 와이드한 아반떼의 비례감을 완성했다. 외장 컬러도 9종으로 선택지를 늘렸다.

내장에는 친환경 소재를 사용한 신규 색상과 생애 첫 차로 인정받는 만큼 탑승객의 안전을 최우선으로 고려한 동급 최고의 안전사양을 탑재했다.



먼저 고강성 경량 차체, 동급 최초로 뒷좌석 사이드 에어백(좌/우)을 적용한 8 에어백을 기본 적용해 전방위 충돌 안전성을 확보했으며, 전방 충돌방지 보조(FCA), 후측방 충돌방지 보조(BCA) 등 주행 환경을 스스로 판단하고 사고를 막는 첨단 운전자 지원 시스템을 적용했다.

동급 최초로 ‘디지털 키 2 터치’를 적용해 스마트폰 차량제어 및 공유 범위를 안드로이드폰에서 아이폰까지 확대하기도 했다. 역시 동급 최초로 적용된 ‘빌트인 캠’은 주행상황을 녹화할 수 있는 빌트인 고해상도 기록장치로 인포테인먼트 시스템 화면을 통해 영상을 확인하거나 스마트폰 앱 연동을 통해 SNS 공유 등도 가능하다.

더 뉴 아반떼는 성능과 연비가 뛰어난 △스마트스트림 기술린 1.6 △LPI 1.6 △하이브리드 1.6 등 총 3개의 엔진 라인업으로 운영돼 한층 역동적이면서 경제적인 주행 경험을 제공할 예정이다. **곽지혜 기자**

한국광산업진흥회, 미주 시장 진출 발판 마련

광통신전시 OFC 2023 참가 1176만달러 수출 계약 성과

한국광산업진흥회는 지난 7일부터 9일까지 미국 샌디에고에서 개최된 미국 최대 광통신 전시회 OFC 전시회에서 국내 광관련 기업 20개사와 함께 공동관 운영한 결과 1176만 달러의 수출계약 성과를 거뒀다고 13일 밝혔다.

이번 전시회에서는 기존 전통적인 광통신 제품이 아닌 디지털 전환시대에 발맞춰 반도체, AI, 에너지, 차세대 통신 등의 핵심요소 기술인 파장가변 광트랜시버, 광단면 자동검사 시스템 등 미래 유망 광융합 신기술을 선보여 현지 바이어들에게 많은 관심을 받았다.

전시회에 참가한 훈민솔루션(대표 오석훈)은 광단면 자동검사 시스템을 통해 일본 바이어를 초청, 150만 달러 수출 계약을 체결했으며 무송지오씨(대표 박인철)는 500 만달러 수출 계약을 체결하는 성과를 이뤘다.

광산업진흥회는 이번 전시회에서 한국



한국광산업진흥회는 지난 7일부터 9일까지 미국 샌디에고에서 개최된 OFC 전시회에서 국내 광관련 기업 20개사와 공동관 운영, 1176만달러의 수출계약 성과를 이뤘다고 밝혔다. **한국광산업진흥회 제공**

관을 방문한 해외 바이어들을 올해 11월 광주에서 개최하는 ‘2023 국제 광융합산업 전시회 및 컨퍼런스’에 초청해 성과를 확산하고 수출 상담 등을 연계할 계획이다.

김동근 한국광산업진흥회 상근부회장

은 “국내 기업의 기술력을 세계 시장에 알리고 더 나아가 광융합산업을 선도할 수 있는 수준이 될 때까지 지원사업을 확대하고 범위를 넓힐 수 있도록 앞장서겠다”고 말했다.

곽지혜 기자

광주 유탑호텔, 감성주점·베이커리 신규 오픈

광주야시장·몽블랑 베이커리

광주 상무지구엔 위치한 유탑부르크호텔&레지던스가 ‘감성주점 광주야시장’과 ‘몽블랑 베이커리’를 새롭게 선보인다.

13일 유탑호텔에 따르면 ‘광주야시장’은 유탑호텔이 여수 유탑마리나호텔&리조트에 첫선을 보인 여수야시장에 이은 두 번째 감성주점으로 홍콩의 밤거리를 연상시켜 이국적인 분위기를 풍기는 것이 특징이다. 호텔 셰프들의 퓨전 요리와 나

라별 생맥주를 선보이며 소믈리에가 엄선한 와인과 전문 바텐더가 제공하는 컵테일까지 맛볼 수 있어 모임 장소로도 적합할 것으로 보인다.

3월 한 달간 오픈 기념 3만원 이상 주문 시 안주류가 1회 무료로 서비스된다.

호텔 1층에 위치한 몽블랑 베이커리는 수제빵과 디저트를 맛볼 수 있는 공간으로 특급호텔 출신 파티셰가 만든 웰빙 유산균 발효빵부터 이국적인 이색 디저트, 케이크 등을 판매한다.

광주은행, 하이브리드형 ‘DUAL 카드’ 출시

신용카드·체크카드 기능 결합

광주은행은 신용카드와 체크카드의 기능이 결합된 하이브리드형 카드인 ‘DUAL 카드’를 출시했다고 13일 밝혔다.

‘DUAL 카드’는 고물가, 고금리, 교환율 등 이른바 ‘3고(高) 시대’에 합리적인 소비를 추구하는 트렌드에 맞춰 전략적이고 계획적인 소비를 원하는 고객들을 위한 맞춤형 카드다.

두 가지 하이브리드 서비스를 제공하는 ‘DUAL 카드’는 기본형과 잔액 지정형 중 고객이 본인의 소비 습관에 따라 선택

할 수 있다. 기본형 고객이 지정한 체크카드 이용한도 내에서 체크카드로 결제되고, 결제할 금액이 그 이용한도보다 크거나 결제계좌 잔액보다 큰 경우 전액 신용카드로, 잔액 지정형 고객이 결제계좌 잔액에 남겨둘 최소 잔액을 지정하고 그 잔액 이하가 되는 시점부터 전액 신용카드로 결제할 수 있다.

또한 △아웃백 이용 시 20% 현장할인 △버스나 지하철 이용 시 5% 포인트 적립 △스타벅스, 엔젤리너스, 이디야, 투썬플레이스, 메가커피 이용 시 5% 포인트 적립 △신용카드 거래 시 0.5%, 체크카드



거래 시 0.3% 기본포인트 적립의 혜택이 제공된다.

광주은행 유동구카드사업부장은 “급변하는 시장 상황과 소비 트렌드를 분석해 고객의 라이프스타일과 니즈를 반영한 다양한 상품 및 서비스 개발에 최선을 다하겠다”고 말했다.