

“월급빼고 다 오르네”... 식음료·편의점택배 등 가격 줄인상

롯데제과, 냉동제품 가격 올려
해태·빙그레, 아이스크림 인상
삼다수도 인상 대열... 시장 촉각

“유류비 상승” 택배도 요금 인상
‘반값택배’ 가성비 강점 떨어져

지난해부터 이어진 유통업계의 전반적인 가격인상이 설 연휴 이후에도 이어지고 있다.

26일 유통업계에 따르면 롯데제과는 2월 1일부터 돈가스·만두 등 일부 냉동제품 편의점 가격을 올린다. 가격 인상은 5~11% 수준이다. 가격 조정에 따라 쫄깃롤만두(180g)와 김치롤만두(180g)는 기존 3500원에서 3900원으로 판매된다. 고기통교자(350g)와 김치통교자(350g)도 기존 5400원에서 5900원으로 9.3% 오른다.

해태아이스크림도 내달부터 바류 아이스크림 전체 품목 가격을 20% 인상한다. 이에 따라 누가바, 쌍쌍바, 바밤바, 호두마루 등 스틱바 아이스크림 20종 제품 가격이 기존 1000원에서 1200원으로 일괄 조정된다.

빙그레 역시 메로나, 비비빅, 슈퍼콘 등 아이스크림 제품의 가격을 인상한다



26일 서울 시내의 한 대형마트에서 직원이 아이스크림을 정리하고 있다. 빙그레는 2월부터 유가공품 등의 원부자재 가격 등의 상승으로 메로나, 비비빅, 슈퍼콘 등 아이스크림 제품 가격을 순차적으로 인상할 예정이라고 밝혔다. /뉴시스

고 밝힌 바 있다. 최종 가격 인상은 유통채널과 협의를 거쳐 2월부터 순차적으로 적용되며, 일반 소매점 기준 메로나·비비빅을 비롯한 바 아이스크림 7종과 슈퍼콘 등의 아이스크림은 1000원에서 1200원으로 판매될 전망이다.

웅진식품은 2월부터 편의점을 시작으로 주요 음료 20여종 가격을 평균 7% 상향한다.

생수 판매 1위 ‘삼다수’ 가격도 2월부터 평균 9.8% 인상된다. 지난 2018년 8월 출고가를 6~10% 인상한 지 5년만이다. 가격 조정에 따라 대형마트 기준 ‘500ml’는 480원으로, ‘2L’는 1080원으로 판매된다.

생수 시장 점유율 1위 삼다수 가격 인상으로 생수 업계 전반으로 번질 수도 있다는 우려도 나온다. 삼다수는 생수

시장을 40%를 점유하고 있는 것으로 알려졌다. 다만 백산수·동원샘물 등을 제조하는 농심·동원F&B는 현재까지 가격 인상 계획이 없다고 전했다.

‘반값택배’로 저렴하게 이용 가능했던 편의점 택배 운임 요금도 인상된다.

반값택배는 신선식품을 배송하는 차량의 반자리를 활용해 일반 택배보다 저렴하게 택배를 주고받을 수 있는 서

비스다. 일반 택배보다 1~2일 정도 더 소요되지만, 상대적으로 저렴해 개인간 물품 거래에 주로 이용돼 왔다.

최근 GS25와 CU 등 국내 주요 편의점은 택배 운임 요금 인상을 결정했다고 밝혔다. CU는 올해들어 국내 택배 운임을 300원씩 올렸으며, GS25는 다음 달부터 반값 택배 운임을 종량별로 200~300원 인상한다.

GS25는 500g 이하의 경우 현행 1600원에서 1800원으로 200원 인상되고, 500g 초과 1kg 미만은 1900원에서 2200원으로, 1kg 이상 5kg 미만은 2300원에서 2600원으로 300원씩 인상될 예정이라고 전했다.

이에 앞서 CJ대한통운과 한진택배는 이번 달 기업 고객을 대상으로 택배 요금을 인상했다. CJ대한통운은 평균 5.3%, 최대 10.9%, 한진택배는 평균 3%, 최대 15.2% 인상했다. 이에 따라 GS25와 CU 등 편의점 택배 운임 요금 역시 CJ대한통운 등을 이용하는 국내 일반 택배 요금을 300원씩 올린 것으로 전해졌다.

업계 관계자는 “최근 유류비와 집화비용 등 제반 비용 상승으로 인해 불가피하게 택배비를 인상하게 됐다”고 설명했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데홈쇼핑 가상인간 쇼호스트, 완판 행진

‘루시’, 명품 가방 25분 만에 완판
31일 라방 시작으로 활동 본격화

롯데홈쇼핑이 개발한 가상인간 ‘루시’가 오는 31일부터 본격적으로 라방(라이브방송·라이브커머스) 쇼호스트로 활동한다.

루시는 롯데홈쇼핑의 가상인간 인플루언서다. 롯데홈쇼핑은 업계 최초로 지난달 14일 루시를 라방 진행자로 명품 패션 브랜드 ‘미우미우’ 가방 4종, 카드 케이스 3종 판매 방송을 진행했다. 그 결과 25분만에 준비 수량을 완판했다.

롯데홈쇼핑은 루시 공식 유튜브 채널을 개설해 첫 방송의 비하인드 영상을



롯데홈쇼핑이 자체 개발한 가상인간 ‘루시’가 31일부터 모바일 생방송을 정기적으로 진행하며 본격적인 쇼호스트 활동에 나선다. /롯데홈쇼핑

공개하고, 매월 정기 방송을 통해 라이브 커머스 진행자로서 활동을 본격화하기로 했다.

/김서현 기자 seoh@

삼성물산패션부문

2535 타깃 ‘디 애퍼처’ 론칭

삼성물산 패션부문은 2535 세대를 위한 ‘뉴 클래식’ 콘셉트의 여성복 브랜드 ‘디 애퍼처(The Aperture)’를 론칭한다고 26일 밝혔다. 디 애퍼처는 획일적인 오피스룩을 벗어나 주중과 주말에 상관없이 입을 수 있는 세련되면서 실용적인 컨템포러리 스타일을 추구하는 브랜드다.

첫 번째 컬렉션의 콘셉트는 ‘빈티지 리바이벌리스트’로 정했다. ‘옛것의 부활’을 키워드로 빈티지의 멋과 맛을 살려 모던하게 재해석해 신선한 취향으로 제안한다. 특히 1990년대 각광받았던 빈티지 아이템의 실루엣, 텍스처, 디테일에서 영감을 받아 동시대적인 감성으로 새롭게 만들어낸 상품들을 선보인다. /김서현 기자

GC녹십자웰빙 ‘PNT 비움 발효효소’ 선풍

개인맞춤형 영양 솔루션 전문회사 GC녹십자웰빙이 탄수화물 섭취가 많은 한국인 맞춤형으로 설계한 ‘PNT 비움 발효효소(사진)’를 출시했다고 26일 밝혔다.

이 제품은 탄수화물 섭취가 많은 한국인을 위해 탄수화물 분해효소인 ‘알파아밀라아제’의 비율을 높였고, 여기에 단백질 분해효소인 ‘프로테아제’를 균형있게 설계했다.

이 제품은 14종의 과일야채 유래 발효효소를 함유해 비타민과 미네랄, 식이섬유 등의 영양소가 풍부하고, 특히 공법을 활용한 발효과정을 통해 제품의 안정성을 높였다.



정제효소 없이 효소의 활성도를 나타내는 역가 수치를 보장하는 것도 특징이다.

효소의 원활한 흡수와 활성을 돕는 17종의 유산균 및 프락토올리고당과 영양소가 풍부한 옥수수수염추출분말, 히비스커스추출물, 사과초모식초분말 등도 함유돼 있다. 하루 1포 분말 그대로 섭취하거나 찬물, 우유, 요거트 등과 함께 섭취하면 된다.

정제효소 없이 효소의 활성도를 나타내는 역가 수치를 보장하는 것도 특징이다.

/신원선 기자

하림, 소비자 요청에 ‘매콤 후랑크’ 재출시

100% 국내산 닭고기, 이전 맛 구현

종합식품기업 하림이 추억의 ‘매콤 후랑크(사진)’를 소비자 요청에 힘입어 재출시했다.

하림 매콤후랑크는 100% 국내산 닭고기로 만든 소시지 제품으로, 2016~2019년까지 중·고등학교 매점에서 판매돼 큰 인기를 얻었다. 단종 이후 ‘하림 고객의 소리’뿐만 아니라 온라인 포털 사이트를 통해 재출시 요구가 꾸준히 이어졌다.

이에 하림은 쉬는 시간 매점으로 달려가게 했던 매콤후랑크 소시지를 다시 선보이기로 결정했다. 하림 ‘돌아온 매콤후랑크’는 100% 국내산 닭고기에 맞는 매콤함이 더해진 그때 그 맛을 그대로 구현했다. 소시지에 꼬치를 꽂아 더 편리해졌으며, 향수를 불러일으키는

패키지 디자인이 눈길을 끈다.

‘돌아온 매콤후랑크’는 26일부터 전국 CU와 GS25 편의점에서 만나볼 수 있다. 재출시 기념 ‘1+1 프로모션’도 진행해 그때 그 가격 그대로 즐길 수 있도록 했다. 가격은 2000원이다.

하림 관계자는 “매콤후랑크 재출시를 진행하면서 소비자들이 기억하는 맛을 그대로 구현하는 작업에 초점을 맞췄다”며 “학창시절 추억의 간식을 기억하는 소비자는 물론 뉴트로에 열광하는 Z세대에게 추억의 감성을 소환하는 제품으로 폭넓은 사랑을 받기를 기대한다”고 말했다. /신원선 기자



SPC삼립 “사랑스러운 포켓몬빵 만나세요”

러블리 시리즈 신제품 선보여

SPC삼립이 발렌타인&화이트데이 시즌을 맞이해 ‘포켓몬빵 러블리 시리즈’를 출시한다고 26일 밝혔다.

신제품은 분홍빛 쿠키 속에 고소한 호두와 크랜베리, 초코 브라우니를 넣은 ‘빼빼의 크랜베리넛츠 브라우니’와 달콤한 브라우니와 상큼한 레몬 초콜릿을 토핑한 타르트 ‘피츄의 달콤상콤 타르트’, 꾸덕한 초코 브라우니에 달콤한 생크림과 건조 딸기 다이스를 장식한 ‘넵피아의 딸기콧콧 초코 브라우니’가

지 디저트 3종이다.

제품에는 시즌 한정 ‘러블리 포켓몬 피부셀’ 3종이 랜덤으로 동봉되어 있어 특별한 재미를 더했다. 신제품은 편의점, 슈퍼, 온라인에서 만나볼 수 있다. SPC삼립은 출시를 기념해 오는 29일까지 SPC삼립 공식 인스타그램에서 ‘신제품 리그램 이벤트’를 진행한다. 이벤트 게시글을 공유하고 선물하고 싶은 신제품을 댓글로 남기면 추첨을 통해 ‘러블리 포켓몬 피부셀 3종(5명)’을 증정한다.

/신원선 기자