

# “지난 겨울에 잡아 괜찮아”... 옥돔 등 수산물 선물세트 ‘인기’

日 오염수 방류에 비축분 풀어 롯데마트·이마트·홈플러스 등 수산물 선물 판매 두자릿 수 상승 ‘김영란법’ 개정, 선물가격 상향도 수산물 매출에 좋은영향 미친 듯



신세계 본점 지하 1층 추석 수산물 선물세트 코너에서 상품을 살펴보는 고객의 모습. 신세계백화점은 ‘김영란법’ 시행령 개정으로 농축수산물 선물가액이 상향됨에 따라 지난 겨울부터 봄까지 잡힌 제주 갈치·영광굴비 등 국내산 2만여 선물세트를 확보해 프리미엄 선물세트로 내놓았다. /신세계

후쿠시마 오염수 방류로 온 나라가 혼란에 빠졌지만 오히려 수산물 선물세트는 큰 인기를 끌고 있다. 선물세트 인기있는 옥돔, 조기, 굴비 등의 생선이 모두 지난 겨울 중 포획된 만큼 안전하다는 인식이 있어서라는 분석이다.

3일 (메트로경제) 취재를 종합해보면, 유통업계 전반에서 수산물 선물세트 매출이 전년 대비 크게 뛰고 있다. 지난해는 9월 둘째 주가 추석이어서 8월 선물세트 매출과 구매비중이 컸는데, 올해는 이를 넘어선 수준이다.

롯데마트에 따르면 지난달 10일부터 31일까지 수산물 선물세트 매출이 전년 동기 대비 35% 뛰었다. 냉동 옥돔, 굴비, 갈치 등 간편 수산물 매출(50%)이 가장 많이 늘었고, 김과 같은 견해산물(30%)도 잘 나갔다.

다른 대형마트들도 같은 기간 비슷한 결과가 산출됐다. 이마트 수산물 선물세트 매출 역시 11%가량 증가했다. 홈플러스도 올해 예약 판매 개시일부터 22일간 수산물 선물세트 매출이 지난해 예약 판매 기간 22일 대비 49% 늘었다.

올해 명절 선물세트는 지난달 24일 시작된 일본 후쿠시마 오염수 방류로 수산물 상품의 매출이 크게 떨어질 것

으로 예상됐다. 그러나 오염수 방류에 맞서 유통업계가 올해 봄 포획 물량을 활용한 선물세트를 대거 늘리면서 도리어 매출이 뛰었다. 현재 일부 기업은 내년 설 선물세트 물량까지 확보한 것으로 전해지는데, 이는 급속 냉각 등 다양한 저장보관 기술이 발달하면서 가능해졌다.

유통업계 관계자는 “현재 매출이 크

게 된 수산물 선물세트는 대부분 겨울철 포획 어류”라며 옥돔은 11월부터 5월, 참조기는 9월부터 4월, 굴비는 9월부터 2월 포획하는 어류라고 설명했다. 오염수 방류가 시작한 8월은 이들의 금어기다.

그는 “올해 판매 중인 수산물 추석 선물세트는 모두 지난 겨울부터 봄까지 제철에 잡은 상품들이지만 더더욱 안전한 상품을 판매하기 위해 자체적인 기준을 두고 검사 후 판매하고 있다”고 덧붙였다.

‘김영란법’ 개정으로 상향된 농축수산물 선물가액 또한 수산물 선물세트 매출에 영향을 줬다. 지난 2일 정부는 ‘부정 청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률’(청탁금지법·김영란법) 시행령 일부 개정안을 가결시키고 명절 선물세트 농축수산물 가격 한도액을 30만원으로 조정했다. 그 결과, 고급 상품에 대한 소비 수요가 진작 되면서 과일 선물세트 대비 상대적으로 고급 상품이 많은 수산물 상품 매출이 뛰었다.

현대백화점에 따르면 김영란법 개정이 논의된 지난달 18일부터 31일까지 추석 선물세트 예약판매 매출이 지난

해 추석 전 같은 기간보다 37.8% 증가했다. 특히 20만~30만원대 선물세트 매출 증가 폭이 71.3%로 가장 컸으며 30만원대 이상 선물 세트 매출은 51.3%나 늘었고, 10만~20만원대도 28.1% 증가했다.

반면, 대표적인 추석 성수품인 과일은 추석이 다가올수록 시름이 깊어질 전망이다. 비축품으로 마련된 선물세트 매출은 준수하지만, 현재 도매시장 내 시세가 고공행진 중이어서 추석을 앞두고는 매출 하락이 우려된다.

한편, 대표 명절 성수품인 과일은 선물세트와 헷과일 간 희비가 엇갈리고 있다. 비축 물량으로 구성된 선물세트는 수산물 자체를 꺼리는 고객의 선택을 받아 높은 매출을 기록하고 있지만, 헷과일 시세는 올 여름 작황 불량 탓에 도매가격부터 고공행진 중이어서 명절 중 소비량은 기대에 못 미칠 전망이다.

홈플러스에 따르면 8월 10일~31일 과일 선물세트 매출은 전년 추석 사전 예약 동기간 대비 48% 뛰었다. 반면 헷과일 도매시세는 고공행진하고 있어 소비자들이 부담을 느낄 것으로 예상된다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 여행관련 온라인 쇼핑액 2조 ‘최고치 경신’

통계청, 7월 전체 거래액 18.9조  
음식서비스 2.4조로 3개월째 증가

지난 7월 여행 관련 온라인쇼핑 거래액이 2조 원대로 치솟으며 기존 최고치를 불과 2개월 만에 경신했다.

통계청이 4일 발표한 ‘2023년 7월 온라인쇼핑 동향’에 따르면 7월 전체 온라인쇼핑 거래액은 18조9049억원으로 전년동기와 비교해 9.1% 늘었다. 이는 지난해 8월에 15.9% 증가한 이후 11개월 만에 가장 큰 폭이다.

특히 여행·교통상품 거래액이 2조 1852억 원으로, 올해 5월에 기록한 종전 최고치(2조1030억 원)를 넘어섰다. 여행 및 교통서비스는 무려 31.4% 증가해 음·식료품(15.7%) 등 다른 분야 거래액을 능가했다.

통계청 관계자는 “엔데믹 전환 후 첫 번째 여름휴가와 추석 연휴 등으로 여행 관련 예약이 큰 폭으로 증가한 모습”이라고 밝혔다.



음식서비스는 2조3509억원으로 집계됐다. 음식서비스는 코로나19의 엔데믹(감염병의 주기적 유행)화 영향으로 올해 4월까지 10개월째 내림세를 나타낸 바 있으나 집중호우 등으로 배달수요가 다시 늘면서 5~7월 기간 3개월 연속 증가했다.

이에 반해 스포츠·레저용품(-5.9%) 등은 전년동월 대비 감소했다. 장마 등의 영향으로 지난 5월 5719억원으로 정점을 기록한 뒤 6월 5301억 원, 7월

4972억 원 등으로 감소하는 흐름이다. 이 관계자는 “호우 등의 영향으로 야외활동이 줄면서 배달서비스 관련 수요는 늘어난 반면 스포츠 관련 서비스는 감소했다”고 설명했다.

온라인 전체가 아닌 모바일거래로 한정했을 때 거래액은 스포츠·레저용품(-7.5%) 등에서 감소했고, 여행·교통서비스(25.1%), 음·식료품(13.5%), 화장품(16.9%) 등에서 늘어났다.

/세종=김연세 기자 kys@

## 오비맥주 ‘주류×패션’ 패션쇼·전시회 연다

18일 ‘맥주의 실험적 컬렉션’

오비맥주는 오는 18일 동대문 DDP 패션쇼 5층에서 친환경 업사이클링 패션쇼와 전시회 ‘맥주의 실험적 컬렉션’을 개최한다고 4일 밝혔다.

오비맥주는 지난 5월 서울패션허브 배움뜰, 한국패션디자인학회와 업무협약을 맺고 ‘맥주의 실험적 컬렉션’이란 제목으로 주류와 패션 산업간 이색적인 산학협력을 시작했다.

패션 전공 대학생과 서울패션허브, 한국패션디자인학회 소속 디자이너, 작가들은 맥주의 제조·유통·판매 과정에서 발생하는 부산물과 포장 패키지, 폐기물 등을 업사이클링해 패션 아이템과 패션아트로 제작했다. 총 93점의 결과물을 이번 ‘맥주의 실험적 컬렉션’ 패션쇼와 전시회 선보인다.

이번 컬렉션은 맥아포대로 만든 블루종 점퍼와 점프슈트, 맥주 캔뚜껑으로 만든 가방과 캔맥주 포장 종이로 만든 탱크톱, 맥주박 염색천으로 제작한 의

상 등 실용적인 패션부터 예술적 디자인까지 다양한 콘셉트로 제작됐다.

동대문 DDP 패션쇼 5층에서 열리는 ‘맥주의 실험적 컬렉션’ 전시회는 오후 4시부터 6시까지 관람 가능하며, 패션쇼는 5시에 시작한다. 패션쇼가 끝나면 ‘친환경 하이브리드 셔츠 디자인 공모전’ 시상식도 열린다.

오비맥주는 지난 5월 한국패션디자인학회와 공모전을 열고 맥주 제조·유통 과정에서 발생한 폐기물을 활용하거나 오비맥주 브랜드 상품을 모티브로 구현한 친환경 셔츠를 모집했다. 총 150점의 접수작 중 31점의 수상작을 선정하고 패션쇼와 전시회로 공개한다. 특히 이번 패션쇼에서는 전문 패션 모델은 물론 오비맥주 직원모델도 직접 업사이클링 의상을 입고 런웨이를 누리며 끼를 뽐낼 예정이다. /신원선 기자 tree6834@



## CJ프레시웨이 ‘식봄’서 식재료 기획전

11일까지 ‘신메뉴 레시피 재료 추천’

CJ프레시웨이는 오는 11일까지 식자재 오픈마켓 ‘식봄’에서 ‘신메뉴 레시피 재료 추천’ 기획전을 진행한다

이번 기획전은 빠르게 변하는 트렌드에 발맞춰 외식 사업자의 신메뉴 개발과 다양한 메뉴 운영을 돕기 위해 마련됐다. 외식 사업자는 기획전을 통해 CJ프레시웨이가 추천하는 메뉴의 레시피와 조리법에 필요한 식재료들을 한 번에

확인할 수 있다. 모든 메뉴는 맛과 조리 편의성을 고려해 CJ프레시웨이 외식 전문 셰프진이 직접 개발했다.

첫 기획전의 메인 메뉴는 비전문가도 빠르고 간단하게 조리할 수 있는 ‘튀김’이다. CJ프레시웨이는 고객들에게 새로운 미식 경험을 제공하고자 ‘세계 튀김 요리’를 콘셉트로 정하고, 태국, 영국, 미국 대표 요리에서 영감을 얻어 개발한 메뉴 3가지를 선보였다.

/신원선 기자 tree6834@

## 컬리 블랙핑크 제니 화보 공개

컬리가 ‘뷰티컬리’ 공식모델 블랙핑크 제니의 F/W 화보를 공개하고 오는 7일부터 일주일간 ‘뷰티컬리 페스타’를 진행한다. 제니는 이번 화보에서 차분하고 자연스러운 베이지색 누디 계열의 메이크업을 소화했다. 깔끔한 느낌의 흰 셔츠로 포근한 감성을 표현하여 제니만의 고급스러운 무드를 완성했다.

뷰티컬리는 7일부터 14일까지 일주일간 ‘뷰티컬리 페스타’의 티징 페이지도 미리 공개했다. /김서현 기자

## 현대백 판교점에 ‘메디큐브’ 매장 오픈

에이피알, 브랜드 첫 상설매장

에이피알이 지난달 22일 현대백화점 판교점에 ‘메디큐브’ 상설매장을 열고 본격적인 운영에 들어갔다고 4일 밝혔다. 브랜드 최초 오프라인 상설 매장이자

오프라인 매장은 코스메틱 제품을 비롯해 2021년 론칭 이래 지속적으로 인기를 누리고 있는 메디큐브 에이지알(AGE-R) 뷰티 디바이스 제품까지 모

두 취급한다.

해당 매장에서는 ‘유재석 화장품’으로 유명한 제로 라인과 답라인, 콜라겐 라인 등 코스메틱 인기 제품과 ‘더마E MS’, ‘유세라 답샷’, ‘ATS에어샷’, ‘부스터힐러’, ‘아이샷’, ‘바디샷’ 등 에이지알 뷰티 디바이스 제품을 판매한다. 특히 지난해 한정판으로 출시되어 관심을 모았던 ‘프립로즈 핑크’ 컬러 버전 뷰티 디바이스도 특별히 준비됐다.

/김서현 기자