

‘달러 강세’ 원재료 수입 부담... 연말 대목 사라질까 ‘불안’

식품·외식업, 비상계엄 후폭풍

뉴욕증시서 쿠팡 장중 9.8% 급락
포스코홀딩스·한전 등도 장중 약세
라면 등 K푸드 수출, 타격 없지만
소비심리 위축, 내수·외식업계 우려

윤석열 대통령이 지난 3일 밤 선포했다가 6시간만에 실패로 돌아간 비상계엄 여파가 식품업계에 파고치고 있다. 소비침체가 지속되는 상황에서 이번 비상계엄령 선포까지 덮치면서 환율이 크게 치솟았고, 외신들이 일제히 주목하면서 K푸드와 한국 기업에 부정적인 영향을 끼칠 것이라는 관측이 제기된 것이다.

농림축산식품부에 따르면 올해 1~11월 농식품 수출액은 90억5000만달러(약 12조6935억원)로 역대 최대를 기록했다. 라면 수출액은 지난해 동기 대비 30.0% 증가한 11억3840만달러(약 1조5967억원), 제과 수출액은 16.5%



16일 부산 기장군 신세계사이먼 부산 프리미엄 아울렛 사우스프라자에서 크리스마스 트리 점등식이 열린 가운데 식당가에서도 트리가 불을 밝혀 시민들의 눈길을 사로잡고 있다. 부산 프리미엄 아울렛은 연말까지 크리스마스 분위기를 연출하고, 더불어 동화 같은 볼거리, 팝업스토어, 공연 등 다양한 행사를 마련한다. /뉴시스

늘어난 7억570만달러(9898억원)로 집계됐다.

식품업계는 비상계엄 사태가 미칠 영향에 촉각을 곤두세우고 있다. 이번 사태와 관련해 외신 보도가 지속될 경우 한국에 대한 국제적 평판에 부정적인

영향을 끼칠 수 있기 때문이다. 실제로 비상계엄 소식은 해외 증시에 즉각 반영됐다. 4일 <메트로경제신문> 취재를 종합해보면, 쿠팡은 미 동부시간 오후 12시 40분 기준 전장보다 4.4% 하락한 23.75달러에 거래됐다. 쿠팡은

이날 계엄 선포 소식에 뉴욕증시에서 장중 9.8%까지 낙폭을 키웠다가 계엄이 해제되면서 낙폭을 줄였다. 포스코홀딩스(-4.3%), 한국전력(-2.9%), KB금융(-2.7%) 등 미국 주식예탁증서(ADR) 형태로 뉴욕증시에서 거래되는 다른 기업들도 장중 약세를 보였다.

환율도 치솟았다. 전날 원달러 환율은 대통령이 비상계엄을 선포한 후 1442원까지 급등했다. 달러가 초강세를 나타냈던 2022년 10월26일 이후 약 2년 1개월 만이다.

상황이 종료되면서 상승폭은 줄었지만 안심하기는 이르다. 환율이 상승하면 원재료 수입 비용이 더욱 늘어나기 때문에 부담감이 가중될 수밖에 없다. 밀, 대두, 옥수수, 밀가루를 많이 사용하는 식품 기업들은 상황을 예의주시하고 있다.

업계 관계자는 “환율에 대한 우려가 커지면서 원자재 수입에 대한 걱정은 있지만, 라면을 비롯한 K푸드 수출에 당장 타격은 없을 것으로 보인다”며 “하

지만, 상황을 지켜볼 필요는 있다. 또 이번 사태로 소비심리가 위축되면서 내수 판매와 외식업계가 타격이 있을 것으로 보인다”고 말했다.

외식업계는 상황이 심각하다. 연말 성수기를 맞아 기대를 품고 있던 시점에 이번 사태로 국내 정세가 불안정하고 외출까지 자제하게 되면 매출 하락으로 이어질 가능성이 크다.

지난 2016년 ‘최순실 게이트’ 당시 유통업계는 최악의 불황을 경험한 바 있다. 당시 연말 대목을 앞둔 상황에서 호텔예약은 급감했고, 외식업체와 백화점 매출까지 하락하는 등 연말 특수는 찾아볼 수 없었다.

한 외식업계 관계자는 “불경기로 장사하기 어려운 상황에서 그나마 연말 특수에 대한 기대감이 있었는데, 연말 분위기를 내기는 힘들 것 같다”며 “어제 하루였지만, 11시가 넘어가니 매장 손님은 물론, 배달 건수도 확연히 줄었다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

켈리, 페스티버와 컬래버... 굿즈 선보여

스마트폰 케이스 6종 등 출시
내일 오후 12시 사전예약 가능

더블 임팩트 라거 ‘켈리’가 재미있는 소비를 추구하는 펀슈머(Fun+Consumer) 고객 공략에 나선다.

하이트진로는 다가오는 2025년 새해를 맞이해 유틸리티 전문 기업 슈피겐 코리아의 신규 브랜드인 펠트 플랫폼 ‘페스티버(Festiver)’와 협업을 통해 ‘켈리x페스티버 굿즈’를 선보인다고 4일 밝혔다.

하이트진로와 슈피겐의 만남은 진로 이즈백과의 두 번의 협업에 이은 세 번째다. 2019년과 2020년에는 진로 브랜드의 메인 컬러와 두꺼비 캐릭터를 활



켈리x페스티버 컬래버레이션 굿즈. /하이트진로

용한 다양한 굿즈 협업으로 소비자에게 폭발적인 반응을 일으켰다.

이번 컬래버레이션은 2030 소비자와 소통을 강화하고 즐거운 브랜드 경험을 제공하기 위해 기획됐다. 켈리 주 타겟층인 MZ 세대가 주로 소비하는 아

이템에 차별화된 디자인을 더해 소장 욕구를 불러일으킬 계획이다.

켈리의 감각적인 앰버 컬러와 아트웍이 담긴 스마트폰 케이스 6종, 노트북 파우치 등이 출시된다. 6일 오후 12시부터 페스티버 공식 스토어와 네이버 브랜드 스토어에서 사전 예약이 가능하며, 18일부터는 페스티버 공식 채널 포함 무신사, 티다문구점, 카카오표물하기 등 다양한 온라인 플랫폼 채널에서 판매될 예정이다. 컬래버레이션 기념으로 페스티버 온라인 채널에서 다양한 이벤트를 준비 중에 있으며, 페스티버 인스타그램을 통하여 별도 공지될 예정이다. 참여시 추첨을 통해 켈리 굿즈를 선물로 받아볼 수 있다. /신원선 기자

SSG닷컴, 새벽배송 서비스 충청권 확대

대전광역시·세종특별자치시 포함

SSG닷컴이 대전광역시와 세종특별자치시를 포함한 충청권으로 새벽배송 서비스를 확대한다고 4일 밝혔다.

경기도 평택시를 시작으로 이달 9일부터 동탄을 포함한 화성시, 하남시 등 경기 남부권에서도 새벽배송 이용이 가능해진다.

SSG닷컴에 따르면, 해당 지역 고객은 밤 11시까지 주문하면 다음 날 오전 7시까지 상품을 받아볼 수 있다. 최대 3일 뒤까지 원하는 날짜를 선택할 수 있

으며 일요일에도 배송이 가능하다. 상품은 재활용 가능한 종이 상자에 담아 배송되며 냉장·냉동 상품은 보냉재와 별도의 파우치로 포장된다.

이번 권역 확대는 신세계그룹과 CJ그룹이 체결한 사업 제휴 합의(MOU)의 성과로, CJ대한통운의 물류 인프라와 운영 역량을 기반으로 이루어졌다는 게 SSG닷컴 측 설명이다. 새벽배송 상품은 CJ대한통운을 통해 배송된다.

SSG닷컴은 다음 달 4일까지 새벽배송 신규 권역 고객을 대상으로 쿠폰 행사도 진행한다. /안재선 기자

롯데온 선물하기 1위 상품 ‘모바일 상품권’

전체 판매비중의 약 40% 차지

롯데쇼핑 전자상거래 플랫폼 롯데온이 지난달 선물하기 서비스에서 모바일 상품권이 고객이 가장 많이 찾은 1위 상품군을 차지했다고 4일 밝혔다.

롯데온에 따르면, 롯데 모바일 상품권과 롯데시네마 영화관람권의 수요가 가장 높았다. 특히 롯데 모바일 상품권은 선물하기 전체 판매 비중의 약 40%를 차지했으며, 10만원권과 5만원권이 최고 인기 품목으로 집계됐다.

선물하기 인기 상품군 2위는 명품 화장품이다. 11월에는 핸드크림, 파우더, 스킨케어 등의 제품이 가장 많이 구매됐으며, 12월에는 각 브랜드에서 선보인 연말 한정판 제품이 높은 수요를 기록했다.

3위는 패션 잡화 상품군이 차지했다. 집업 스웨터와 방한내의를 비롯해



롯데온 퍼펙트 기프트 행사 관련 이미지. /롯데온

언더웨어, ‘갈비탕 실속세트’ 등 이색 식품 선물도 상위 판매 목록에 올랐다.

롯데온은 이달 8일까지 ‘퍼펙트 기프트’ 행사를 진행한다. 테마, 타겟 고객층, 제품 특징 등을 바탕으로 한 추천 선물을 10~15% 혜택가에 만나볼 수 있으며, 7%에서 10%까지 카드할인도 추가로 제공한다. /안재선 기자 wotjs4187@

홈플러스 11일까지 ‘AI 메가핫딜’

홈플러스가 인공지능(AI)을 활용한 캠페인인 ‘AI 메가핫딜’ 2주차 상품을 공개하며 이달 11일까지 초특가와 반값 행사를 진행한다고 4일 밝혔다.

홈플러스의 할인 행사 브랜드 ‘홈플러스 대란’은 다년간 축적된 쇼핑 데이터를 분석해 고객들에게 이번 주 필요한 상품을 ‘AI 메가핫딜’로 선보인다.

먼저, 이달 5일부터 11일까지 ‘당당 옛날통닭’ 한 마리를 4990원에 제공한다. 대형마트 점포당 평균 400~500마리가 준비됐으며, 1인당 최대 2마리까지 구매할 수 있다.

신한, 삼성 등 행사카드 사용 고객을 대상으로 ‘15브릭스 사인머스켓’과 ‘새벽·킹스베리·금실·장희팔기’ 상품을 각각 9990원, 5000원에 제공한다. 5일부터 8일까지는 ‘특란’ 30구 한 판을 6990원에 판매한다. /안재선 기자



던킨 원더스 강남 외관. /SPC던킨

강남에 ‘던킨 원더스’ 두번째 매장 오픈

SPC던킨, 크림휠레 도넛 등 판매

던킨이 신규 콘셉트 ‘원더스(Wonders)’ 확장에 나선다.

SPC 비알코리아가 운영하는 던킨의 ‘던킨 라이브 강남’ 매장이 신규 콘셉트 ‘원더스(Wonders)’를 적용한 ‘던킨 원더스 강남’으로 재탄생했다.

‘던킨 원더스 강남’은 원더스 콘셉트를 적용한 첫 매장인 ‘던킨 원더스 청담’에 이은 두 번째 원더스 매장이다.

이번 리뉴얼에 따라 ‘던킨 원더스 강남’에서는 기존 스테디셀러인 ‘크림휠레 도넛’ ‘에그베네티트 도넛’ 등 매

장에서 직제조한 수제 스타일 도넛과 함께 ‘원더넛’ ‘3레이어즈’ ‘퍼프’ 등 3개 카테고리의 ‘원더스 도넛’을 만나볼 수 있다.

‘원더넛’은 파운드케이크와 머핀의 식감을 동시에 느낄 수 있는 아메리칸 스타일의 케이크 도넛으로, 목직하면서도 촉촉한 식감을 느낄 수 있다. 32겹 크루아상 생지로 만들어 바삭한 페이스트리 식감을 살린 ‘3레이어즈’와 발효기술로 더 쫄깃하고 부드러운 도넛에 필링을 가득 채운 생도넛 스타일의 ‘퍼프’도 오직 원더스 매장에서만 맛볼 수 있는 시그니처 메뉴다. /신원선 기자