

# 월세 0.4% ↑, 4년 만에 최대...저물가에도 집세는 '깡충'

농산물 전년비 13.2% ↑...소물가 상승 견인  
석유류 -14.8%...“내달 가격 상승 가능성 커”  
집세 0.6% 올라...2년7개월 만에 최대 상승  
근원물가 1.0% ↑...16개월 만에 1%대 회복

지난달 소비자물가 상승률이 0.6%를 기록해 2개월 연속 0%대에 머물렀다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산이 장기화되면서 저물가 흐름이 지속되는 모습이다.

4차 추가경정예산(추경)에 포함된 통신비 지원 효과가 축소되면서 공공 서비스 가격 하락 폭이 축소되고 지난해 기저효과로 농산물 가격이 상승했다.

특히 집세가 2년 7개월 만에 최대 상승 폭을 보였다.

다만 코로나19로 영향으로 국제유가가 내려가면서 전체 물가 상승을 제약했다. 여기에 사회적 거리두기에 따른 외식물가 상승 폭 제한, 교육 분야 정책 등으로 인한 공공서비스 하락도 저물가의 원인으로 꼽혔다.

통계청이 2일 발표한 '11월 소비자물가동향'에 따르면 지난달 소비자물가지수는 105.50 (2015=100)으로 1년 전과 비교했을 때 0.6% 상승했다.

전년 동월과 비교하는 소비자물가 상승률은 올해 1월(1.5%)부터 3개월 연속 1%대를 유지하다가 지난 4월(0.1%) 0%대로 내려앉더니 5월(-0.3%)에는 마이너스 물가를 기록

했다. 6월(0.0%) 보합을 보인 후 7월(0.3%)부터는 5개월째 오름세를 보였다. 지난 9월(1.0%) 1%대 상승률을 보였으나 10월(0.1%)부터 다시 0%대로 주저앉았다.

안원준 통계청 경제동향통계심의관은 “통신비 지원 효과가 대부분 사라지고 지난해 기상여건이 좋아 농산물 가격이 낮았던 것에 따른 기저효과가 있었다”면서 “2월부터 국제유가 인하로 석유류 하락이 지속되면서 저물가 현상이 이어졌다”고 설명했다.

농·축·수산물물은 1년 전보다 11.1% 상승했다.

배추(-28.4%), 오이(-35.4%), 무(-24.7%), 상추(-22.2%), 버섯(-5.5%), 콩(-8.1%) 등 채소류 가격 상승률이 7.0%로 전월(20.2%)보다 상승 폭이 축소됐다. 가을배추·무·계절 과일 출하 등으로 가격 상승 폭이 축소됐다.

다만 지난해 가격 상승 폭이 제약된 데 따른 기저효과로 농산물 가격이 1년 전보다 13.2% 오르면서 전체 물가를 0.54%포인트(p) 끌어올렸다.

돼지고기(18.4%), 국산 쇠고기(10.5%) 등 가격 상승으로 축산물 물

가도 1년 전보다 9.9% 올랐다. 수산물은 1년 전보다 6.1% 상승했다. 코로나19에 따른 사회적 거리두기로 집밥 소비가 늘면서 음식 재료 소비가 증가한 것으로 분석된다.

공업제품은 전년보다 0.9% 하락했다. 가공식품은 1.6% 상승했으나 휘발유(-14.1%), 경유(-18.9%), 등유(-15.7%), 자동차용 LPG(-4.8%) 등 석유류가 14.8% 하락한 원인이 컸다.

석유류는 올해 6월(-15.4%) 이후 5개월 만에 최대 폭으로 감소했다. 도시가스(-10.3%), 지역난방비(-2.6%) 등이 인하하면서 전기·수도·가스 가격도 1년 전보다 4.1% 하락했다.

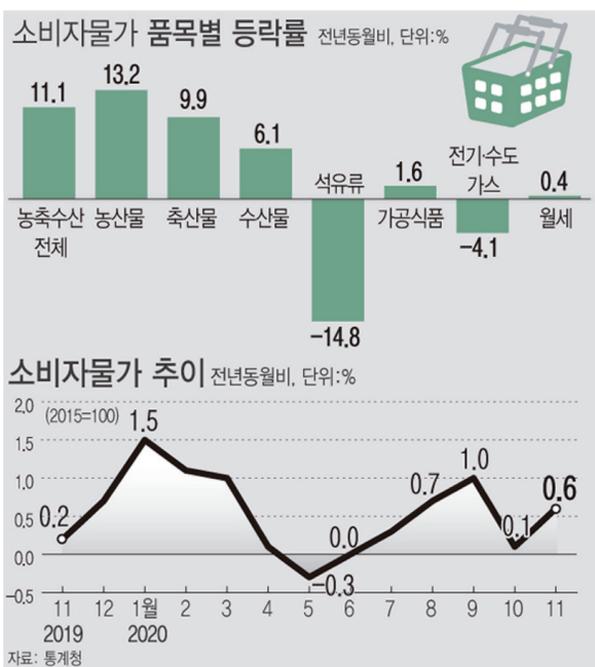
안 심의관은 “국제 유가가 국내에 미치는 영향은 한 달 정도 시차가 있는데 12월에는 석유류가 오를 가능성이 있다”며 “환율이 낮아지면 국내 유가가 떨어지는데 최근 환율 변동성이 커졌다”고 말했다.

서비스 물가는 1년 전보다 0.4% 상승했다. 공공서비스가 2.0% 하락하며 전체 물가 하락에 0.28%p 기여했다. 4차 추경 예산을 통한 알뜰폰의 통신비 지원이 이달까지 반영되면서 통신비가 3.1% 하락했다.

하지만 통신비 지원이 몰렸던 10월(-6.6%)보다는 하락 폭은 축소됐다. 개인서비스는 1.3% 상승했으나 외식 물가는 코로나19 3차 확산 영향으로 0.9% 상승하는데 그쳤다.

개인서비스는 1.3% 상승했으나 외식 물가는 코로나19 3차 확산 영향으로 0.9% 상승하는데 그쳤다.

동월 기준으로 봤을 때 예년에는 2~3% 상승률을 보였지만, 코로나19로 인한 사회적 거리두기로 집밥 소비가 늘면서 외식 물가 상승률이 둔화했



타내는 생활물가지수는 1년 전보다 0.1% 하락했다. 지난 10월(-0.7%)에 이어 2달 연속 내림세에 머물렀다.

생선, 해산물, 채소, 과일 등 기상 조건이나 계절에 따라 가격 변동이 큰 50개 품목의 물가를 반영하는 신선식품지수는 지난해 같은 기간보다 13.1% 상승했다. 8월(15.8%), 9월(21.5%), 10월(19.9%)에 이어 4개월 연속 두 자릿수 상승률을 기록했다.

계절적 요인이나 일시적 충격에 의한 물가변동분을 제외하고 장기적인 추세를 파악하기 위해 작성하는 농산물 및 석유류제외지수(근원물가)는 1년 전보다 1.0% 상승했다. 지난 7월(1.0%) 이후 1년4개월 만에 1%대를 회복한 셈이다.

경제협력개발기구(OECD) 기준 근원물가인 식품 및 에너지제외지수는 전년보다 0.6% 오르는 데 그쳤다.

기획재정부는 11월 소비자물가동향과 관련해 “12월에도 11월과 유사한 흐름을 이어가는 가운데 코로나19 전개 양상이 주요 변수로 작용할 전망”이라며 “월/달별 환율 하락세에 따른 수입가격 하락은 물가 하방압력으로 작용할 것”이라고 전했다.

이어 “코로나19 백신 기대감에 따른 원유 등 원자재 가격 상승 가능성, 통신비 지원 종료 등은 물가 상방 압력이 될 것”이라며 “정부는 소비자 물가 흐름 및 물가 상·하방 위험 요인을 면밀히 점검하면서 우리 경제에 미치는 영향을 종합적으로 분석하고 대응해 나갈 계획”이라고 덧붙였다.

김민정기자



**청년 맞춤형 공유주택, 주방은 공유주택** 1일 오전 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 장기간 공실 상태에 있던 도심 내 관광호텔을 리모델링한 청년 맞춤형 공유주택 안양생활 내 공유주택에서 한 입주인이 식사 준비를 하고 있다. 한국도지주택공사(LH)는 대학생·청년의 주거안정을 위해 청년 맞춤형 공유주택 안양생활을 공급하고 지난 달 30일부터 입주를 시작했다고 밝혔다.

## 현대차, E-GMP 전기차에 무선충전기술 장착

“배터리 내재화 필요성 못느껴...국내 3사와 계속 협력”

현대자동차가 전기차 전용 플랫폼 'E-GMP(Electric-Global Modular Platform)'에 무선충전 기술을 적용할 예정이다.

현대차 전동화개발실 정진환 상무는 2일 온라인으로 진행된 'E-GMP 디지털 디스커버리 미디어 간담회'에서 “무선충전기술을 E-GMP에 장착할 예정”이라고 밝혔다.

정 상무는 “무선충전은 차량 쪽에서 받아줘야 하는 부분이 있고, (외부 인프라로 바닥면에 전기를 만들어서 전달해주는 통신부가 있어야 한다”며 “현대차그룹이 양쪽의 기술을 다 개발하고 있다”고 설명했다.

그는 적용 시점에 대해서는 “시장 변화와 환경 변화에 따라 적용 시점이 다를 수 있지만 기술개발은 돼 있고 (무선충전 기술)을 장착할 예정”이라고 말했다.

'E-GMP'를 기반으로 한 고성능차도 출시될 전망이다.

알버트 비어만 현대·기아차 연구개발본부장 사장은 이날 기자들로부터 E-GMP를 기반으로 한 고성능차 출시 계획에 대한 질문을 받고 “물론 계획이 있다”고 답했다.

그는 “가장 우선 순위는 아니지만 이지엠피 플랫폼이 너무 훌륭하기 때문에 만들어야 한다”며 “출시를 고려하고 있고, 기술도 가지고 있다”고 말했다. 이어 “현대차 고성능N 뿐만 아니라 기아, 제네시스도 고성능 버전도 나올 것”이라고 말했다. 현대차에 따르면 E-GMP를 전기차에 적용하면 0~100km/h 도달시간 3.5초 미만, 최고 속도 260km/h 구현이 가능하다.

비어만 사장은 내년에 E-GMP를 기반으로 첫 출시되는 전기차 '아이오닉5'에 대해 “여러차례 시승해봤는데 굉장히 즐거웠고 강력했으며, 핸들링 반응성이 굉장히 좋았다”며 “(차량이 출시되면) 감성 측면에서 굉장히 놀랄 것”이라고 말했다.

그는 “최근 글로벌 완성차업체들이 배터리 자체생산을 추진하고 있는데 현대차도 배터리 내재화 계획이 있느냐”는 질문을 받고 “남양연구소에서 리튬이온배터리를 연구하고 있고 전고체 배터리 또한 연구하고 있다”며 “다양한 배터리랩을 운영하고 있고 기술적 차원에서 모든 과정을 선도하고 있지만 독자적 배터리 생산계획의 필요성은 느끼지 못한다”고 말했다.

이어 “국내 배터리3사와의 협력에 매우 만족하고 있으며, 계속 3사와 협력할 것”이라고 말했다.

현대차는 E-GMP를 다른 완성차업체에 판매할 계획이 있는지에 대한 질문에는 “이미 협력에 대한 문의 받았지만, E-GMP를 다른 완성차업체와 공유하는 것을 논의할 시점은 아니다”라고 말했다. 이어 “우리 플랫폼은 다른 회사의 플랫폼보다 경쟁력이 있다”며 “차량이 출시되고 고객들이 E-GMP의 잠재력에 대해 알게 되면 협력에 대한 요청이 많아질 것”이라고 자신했다.

서선욱기자

## “우리집이 붕세권”...홈메이드 겨울 간식 재료 인기

붕어빵 팔 양금 820%·군밤용 칼집 밤 439% ↑



겨울철 길거리 간식은 붕세권(붕어빵+역세권의 합성어, 붕어빵 가게가 근처에 위치한 지역) 등의 신조어를 만들어 낼 만큼 많은 사랑을 받는다.

최근엔 겨울 간식을 직접 만들어 먹는 대안 관련 재료를 구매해 손수 만

드는 겨울 간식이 인기다.

2일 위메프에 따르면 11월 한 달간 간식 관련 매출을 분석한 결과 붕어빵, 군밤, 군고구마 등 겨울철 대표 길거리 간식을 직접 만들 수 있는 재료의 판매가 전년 동기 대비 크게 늘었

다.

반죽을 부어 붕어빵 모양대로 구울 수 있는 '붕어빵 팬' 매출은 105%, 반죽용 '붕어빵 믹스'는 88%, 붕어빵 속 재료가 되는 '팔 양금'은 820% 더 팔렸다.

군밤용 '칼집 밤'을 찾는 이들도 439% 급증했다.

집에서 에어프라이어로 군밤을 만들기 위해서는 밤에 일일이 칼집을 넣어야 한다. 칼집 밤을 구매하면 이러한 과정 없이 편리하게 군밤을 만들 수 있어 인기가.

군고구마를 만들 수 있는 직화구이 냄비 매출은 265% 증가했다. 호떡 누르개(52%), 타코야기 팬(40%), 호빵 찜기(38%) 등도 잘 팔렸다.

최근 유행하는 크로플(크루아상+와플)을 직접 만들 수 있는 냉동생지는 104%, 와플메이커는 320% 판매가 증가했다.

오유나기자

## ‘와인 1번지’ 영동군 캔와인 본격 출시

‘베리 와인’ 차박, 캠핑족에 인기...가격 7000원

‘와인 1번지’ 충북 영동군이 캔와인을 출시했다.

군은 와인 수요와 소비층을 공략하기 위해 ‘농가형 와인 프리미엄 포장설비 지원사업’ 통해 캔와인(베리 와인)을 시판했다고 2일 밝혔다.

영동블루와인농원(대표 진창원)이 출시한 ‘베리 와인’의 용량은 330ml로 1~2인이 마시기에 적당하다. 판매 가격은 7000원이다.

불휘농장(대표 이근웅)도 ‘시나브로’ 제품을 곧 출시할 예정이다.

캔와인은 맥주처럼 간편하게 와인을 즐기려는 소비자와 혼술족, 캠핑족에게 좋은 반응을 얻고 있

다. 출시된 지 얼마 되지 않았지만 판매량, 신선함으로 소비자의 마음을 사로잡고 있다.

와이너리가 캔의 라벨을 직접 디자인해 포장하고, 농가별로 특색을 살린 세련된 상표를 붙여 인기를 끌고 있다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산 여파로 차박과 캠핑이 대세로 떠오르면서 캔와인은 캠핑용품으로도 인기를 얻고 있다.

군은 다양한 판촉행사를 통해 캔와인의 판로를 확대한다는 구상이다.

와인의 대용량 구매를 원하는 식



당과 고객을 겨냥해 팩와인(2L)도 선보인다.

영동군 컨슈머농원(대표 김마정)은 내년부터 본격적으로 팩와인을 출시할 예정이다.

군 관계자는 “박람회나 행사장에서 캔와인에 대한 소비자들의 반응은 매우 좋았다”며 “소비자 수요에 맞춰 다양한 고품질 와인을 선보이겠다”라고 했다.

김미희기자