

서비스업 생산 1년 만에 반등...“경기 회복 기대감”

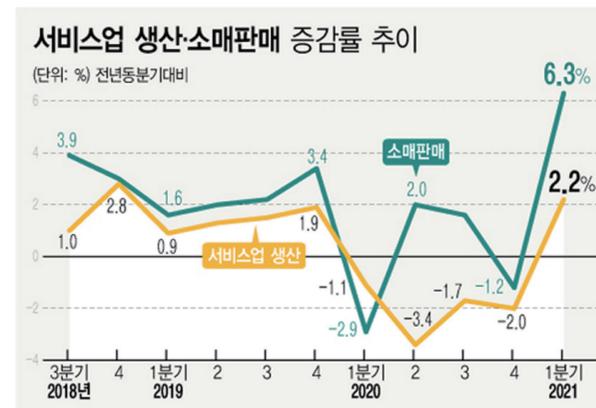
서울 등 서비스업생산 지수 전년비 2.2% ↑
 인천·제주 등은 운수·여객 침체로 감소세
 소매판매 6.3%·수출 12.5%·물가 1.5% 올라
 고용률 58.6%로 1.3%p ↓...“20·30대 중심”

지난 1년간 하락세를 보이던 전국 17개 시·도의 서비스업 생산이 올해 들어 5개 분기 만에 상승 전환했다. 주식시장 호황으로 금융·보험업종의 생산이 늘었고 도소매 업종에서도 반등세를 보인 영향이다. 수출과 소비, 건설 등 주요 경제 지표도 기저효과에 힘입어 대부분 증가세를 보이면서 경기 회복에 대한 기대감을 높였다. 통계청은 17일 이런 내용을 담은 '2021년 1분기 지역경제동향'을 내놨다. 자료를 보면 올해 1분기 전국 서비스업 생산 지수는 전년 대비 2.2% 증가했다. 이 수치는 코로나19 여파로 지난해 1분기(-1.0%)부터 2분기(-3.4%), 3분기(-1.7%), 4분기(-2.0%)까지 하락세를 이어간 바 있다.

이번 분기에는 서울(6.3%), 대구(2.6%), 경북(1.8%), 경기(1.8%), 대전(1.3%), 충남(1.3%), 전북(0.5%), 부산(0.4%) 등 8개 시·도에서 증가세를 보였다. 지난해의 경우 서울을 제외한 모든 곳에서 마이너스 성장을 기록했다. 반대로 제주(-6.4%), 인천(-4.9%), 전남(-0.6%), 경남(-0.1%), 강원(-1.0%), 울산(-0.1%) 등은 감소했다. 통계청 관계자는 “금융·보험, 도소매 등 생산 증가와 기저효과 등으로 전국 서비스업 생산이 증가했다”며 “서울은 주식 거래 확대 영향으로 큰 폭 늘었고, 인천은 항공 운수와 여객업종의 침체로 감소폭이 컸다”고 진단했다. 전국 광공업 생산은 반도체, 자동차·트레일러, 기계장비 부문의 호조로

4.5% 증가하면서 지난해 3분기부터의 회복세를 이어갔다. 지역별로는 경기(11.2%), 충북(8.7%), 세종(8.6%) 등 13개 시·도에서 플러스 실적을 냈고, 부산(-7.1%), 경남(-4.2%), 강원(-3.9%) 등은 기타 운송 장비, 의약품 생산이 줄어 감소세를 보였다. 소비와 연관된 소매 판매는 6.3% 증가했다. 대구(9.5%), 대전(8.3%), 광주(6.1%) 등 14개 시·도는 승용차·연료 소매점, 전문 소매점 등의 판매 호조로 생산이 확대됐다. 반면, 제주(-8.1%)와 인천(-2.6%)은 면세점, 슈퍼마켓·잡화점·편의점 등 판매 감소의 영향을 받았다. 건설 수주는 공장·창고, 주택 건축이 늘어 제주(168.5%), 경북(135.6%), 충남(103.4%) 등에서 큰 증가 폭을 보였다. 울산(-63.3%), 광주(-49.9%), 전북(-40.1%) 등에서는 주택, 도로·교량을 중심으로 수주가 줄었다. 올해 1분기 전국 수출은 12.5% 대폭 확대되면서 인천(-1.0%)을 제외한 모든 시·도에서 강세를 보였다. 특히, 강원(34.7%), 충북(24.0%), 전남(22.3%)은 전기·전자 기타 제품, 의약품, 철강판 품목 등을 중심으로 수출이 늘었다.

이외에 서울(18.6%), 전북(18.0%), 광주(17.6%), 제주(16.9%), 경기(15.6%), 경북(14.3%) 등도 확연한 개선세를 보였다. 전국 고용률은 58.6%로 전년 대비 1.3%포인트(p) 하락했다. 20대, 30대 등의 고용률이 내려가면서 전국 14개 시·도에서 부진을 겪었다. 지역별로 보면 강원(-1.8%p), 경남(-1.7%p), 경북(-1.7%p), 경기(-1.7%p), 서울(-1.6%p) 순으로 낙폭이 컸다. 전북(1.2%p), 대구(1.0%p), 세종(0.1%p) 지역의 고용률은 소폭 증가했다. 전국 소비자물가는 농산물, 개인서비스 등을 중심으로 1.1% 뛰었다. 전남(1.5%), 경남(1.4%), 충북(1.3%) 등은 전국 평균보다 높게 상승했고, 서울(0.8%), 경북(0.9%), 강원(1.0%) 등은 이보다 낮았다. 인구 이동 동향을 보면 경기(5만 7092명), 세종(4306명), 제주(695명), 충남(314명), 경북(169명) 5개 지역에서 유입세가 나타났다. 인구 순유출 지역은 서울(-2만 6071명), 대구(-7518명), 울산(-5460명), 경남(-4735명), 부산(-4701명) 등 12 곳이다. 김대유 통계청 소득통계과장은 “기



저효과 측면도 있지만 1분기 생산도 좋고, 소비, 투자, 수출 등도 지난해와 비교해 모두 증가했다”며 “고용이 부진했지만 지난 3월과 4월부터는 좋아지는 추세”라고 전했다. 서선욱기자



배추 가격, 2달 사이 배로 뛰어 한국농수산식품유통공사(aT)가 지난 3월 월동배추 도매가격이 2달 사이 두배 가까이 오른 내용을 포함한 '2021년 월동배추 유통실태 조사 결과'를 발표한 17일 오후 서울 송파구 가락시장 청과시장 배추 경매장에 배추가 쌓여 있다.

이용자 급증...편의점 구독 통했다

CU 구독 서비스 이용자 2.7배 늘어
 커피·삼각김밥·도시락 등 수요 높아



편의점 구독 서비스가 주목받고 있다. 코로나 사태 이후 집·회사에서 가장 가까운 편의점이 주요 생활필수품과 식품을 구매하는 곳이 되면서 더 알뜰하게 쇼핑하길 원하는 소비자를 끌어당기고 있는 것이다. 편의점 구독 서비스를 이용하면 커피·삼각김밥 등을 적게는 10%, 많게는 30%까지 할인 받을 수 있다. 편의점 씨유(CU)가 지난해 11월 구독 서비스인 'GET 커피'를 처음 선보인 이후 월 평균 이용자수는 도입 초기보다

차지했다. 다음으로 삼각김밥 12.8%, 도시락 10.2%, 김밥 8.6%, 컵라면이 8.2% 순이다. CU는 이 외에도 스낵·생수·요거트·우유·샐러드 등으로 서비스 적용 상품을 확대해 이달 현재 총 13개 부문에서 100여개에 이르는 상품에 할인을 적용하고 있다. 구독 쿠폰 서비스 이용자는 여성이 76.8%로 남성(23.2%)보다 3배 더 많았다. 연령별로 20대는 삼각김밥, 30대는 도시락, 40대는 GET 커피에 선호도가 유독 높게 나타났다. CU 관계자는 “편의점 구독이 코로나 시대 새로운 소비 문화로 자리 잡았다”고 했다. 구독 서비스가 CU에만 있는 건 아니다. GS25·세븐일레븐·이마트24도 유사한 서비스를 제공 중이다. GS25가 지난해 5월 선보인 유료 멤버십인 ‘더팍플러스’는 월 3900원을 내면, 도시락·샐러드 상품을 10개까지 20% 싸게 살 수 있다. 반응이 좋자 GS25는 지난 2월부터 ‘더팍플러스 한끼+’를 내놓고, 주먹밥·샌드위치·빵·요리·반찬·치킨 등 편의점에서 식사 내용으로 파는 모든 상품을 25% 해주고 있다. 이밖에 세븐일레븐은 세븐커피 구독 서비스를, 이마트24는 얼음컵 구독 서비스를 하고 있다. 편의점 업계 관계자는 “편의점이 마트 못지 않은 소매 유통 채널로 떠오르면서 앞으로 더 다양한 구독 서비스를 볼 수 있을 것”이라고 했다. 최이슬기자

코로나로 뜬 ‘편리미엄’ 가전...올해도 인기

로봇청소기·의류관리기·식기세척기 등 인기



코로나19 바이러스 확산 이후 판매량이 증가한 ‘편리미엄’ 가전의 인기가 올해도 이어지고 있다. 편리미엄은 ‘편리함’과 ‘프리미엄’의 합성어다. 소비자들이 시간과 노력을 아낄 수 있는 편리한 상품과 서비스를

까지 판매량을 분석한 결과 전년 동기 대비 로봇청소기는 291%, 의류관리기는 44%, 식기세척기는 19%, 전기레인지의 15%, 건조기는 8% 판매 성장했다. 특히 생활 공간과 의류의 위생을 손쉽게 관리할 수 있는 로봇청소기와 의류관리기의 판매량 약진이 두드러졌다. 전자랜드는 계속되는 코로나19 바이러스와 봄철 황사 및 미세먼지의 영향으로 위생 관리에 대한 소비자들의 관심이 증가했기 때문으로 분석하고 있다. 또 집에서 홈쿠킹 등의 취미를 즐기는 사람들이 많아지면서, 설거지와 요리를 쉽고 간편하게 만들어주는 식기세척기나 전기레인지와 같은 주방용 편리미엄 가전의 판매도 늘어난 것으로 보인다. 올해도 코로나19 바이러스의 완전한 종식은 어려운 것으로 예상되는 만큼 해당 가전들의 수요가 꾸준히 높아질 것으로 예측된다. 김민정기자

순천로컬푸드 직매장 3호점 ‘신대점’ 그랜드 오픈

도심지역 소비자 안전먹거리 제공...매일 오전 9시 ~ 저녁 9시 운영



순천시는 최근 순천로컬푸드 직매장 3호점인 ‘신대점’(해룡면 매안로 138)을 정식 오픈했다. 이날 개장식은 사회적 거리두기 2단계 방역수칙을 준수하며 허석 순천시장, 박주권 순천로컬푸드(주) 대표를 비롯한 관계자 20여명이 참석한 가운데 간소하게 진행되었다. 시는 지난 4일부터 직매장을 임시 개장하여 10일간 출하농산물 수급조절, 진열, 판매, 운영시스템 구축 등을 위한 시험운영을 거쳐 개장식장을 점검을 하였으며, 4,000여명이 매장을 이용하여 1일 평균 1,000만원의 매출을 올리는 등 시민들의 큰 호응을 얻고 있다. 로컬푸드 직매장 신대점은 신대로 초문화센터 건물 내 총 1,359㎡ 규모로 지역 농가가 재배한 신선농산물, 축산물, 가공품 등 총 700여 품목을 판매하고, 우리밀 베이커리(7월 예정)와 카페(이음)가 새롭게 입점하며, 매일 오전 9시부터 오후 9시까지 판매 운영할 계획

이다. 앞으로 이곳 매장은 영세농업인과 여성농업인, 고령농업인을 우선 배려하는 정책으로 순천에서 생산된 농산물을 생산자와 소비자의 직거래로 판매되며, 시민주주 1,092명이 참여한 민·관 공동출자법인 순천로컬푸드(주)가 운영하게 된다. 순천시농식품 유통과 황성연 과장은 “순천로컬푸드 직매장 매출액 86%가 참여 농가에 환원돼 농민 소득 증대와 농촌복지에 큰 도움이 되고 있으며, 안전하고 신선한 지역 농산물을 도심 소비자에게 제공해 순천시 도·농 상생발전의 근간이 될 것으로 기대한다.”고 말했다. 순천=김승호기자