

“반갑다 위드 코로나 시대”...주류업계 빅3, 상권 마케팅 강화

오비맥주, 상권 프로모션 신호탄...유흥시장 겨냥한 연말 마케팅 준비중
하이트진로·롯데칠성음료, 유흥 시장 매출 회복 위한 행보 본격화 예상

오비맥주, 하이트진로, 롯데칠성음료 등 주류업계 빅3가 연말 특수를 겨냥한 행보에 나선다. 오비맥주는 위드코로나 시대 진입을 앞두고 연말 성수기 유흥 시장을 공략하기 위해 경쟁사보다 한 발 앞서 서울과 수도권 지역 내 약 500개 매장에서 올 뉴 카스 ‘쿨 타이머’ 프로모션을 진행키로 했다. 하이트진로와 롯데칠성음료도 연말 유흥 시장 공략을 위한 준비에 박차를 가하고 있다. 다만 양사는 사회적 거리두기 완화 방안이 본격화된 뒤 시장 상황을 살펴보고 다양한 프로모션, 마케팅을 진행한다는 계획이다. 24일 주류업계에 따르면 정부는 최근 현행 사회적 거리두기 체계를 수도권 4단계, 비수도권 3단계를 오는 31일까지 연장하되 사적모임 제한 인원과 식당·카페의 영업 제한 시

간은 일부 완화키로 했다. 4단계 지역의 경우 사적모임 제한 인원은 시간에 관계없이 모든 다중이용시설에서 미접종자 4명, 접종 완료자 포함시 8명까지 확대했다. 3단계 지역은 미접종자는 4명, 접종 완료자 포함시 10명까지 모일 수 있다. 3단계 지역의 경우 식당과 카페의 영업시간이 밤 10시에서 12시로 늘어난다. 4단계 지역 내 식당과 카페의 영업시간은 오는 31일까지 밤 10시로 제한되지만 위드코로나 시대에 진입할 경우 대폭 완화될 것으로 예상된다. 다음달부터는 위드코로나 시대가 본격화될 수 있다는 전망이 우세하다. 그동안 미뤄왔던 모임 등이 재개될 경우 지난해 유흥시장 매출 감소로 어려움을 겪었던 오비맥주, 하이트진로, 롯데칠성음료 등의 실적 반등세가 나타날 수 있다.

주류업계 빅 3는 위드코로나 시대를 대비해 유흥시장에서의 실적 회복에 중점을 둔 마케팅 전략을 본격화한다는 계획이다. 유흥 시장에서의 매출이 회복되고 가정시장 매출이 유지될 경우 높은 실적 상승세를 기록할 가능성도 있다. 오비맥주는 최근 올 뉴 카스 ‘쿨 타이머’ 프로모션 진행을 알리며 유흥시장 공략에 시동을 걸었다. 프로모션은 서울과 수도권 지역 내 약 500개 매장에서 진행된다. 카스 2병 주문 시 ‘변은 텀블러’ 응모 기회를 소비자들에게 제공한다. 오비맥주는 정부의 위드 코로나 시대 전환을 예의주시하며 11월을 기점으로 점진적으로 유흥 시장을 대상으로 한 프로모션과 캠페인을 늘려나간다는 구상이다. 하이트진로도 유흥시장 매출 회복이 절실하다. 유흥 시장에서의 매출

비중이 경쟁사 대비 높은 만큼 위드코로나 시대가 열릴 경우 유흥 시장을 대상으로 한 마케팅을 본격화한다는 계획이다. 맥주 부문의 경우 하이트진로는 출시 3년차에 접어든 테라 필드로 맥주 시장 1위 탈환을 본격화한다. 소주의 경우 참이슬·진로를 전면에 내세운다. 대표 제품을 앞세운 프로모션 진행 등을 통해 유흥시장 공략을 확대한다는 방침이다. 롯데칠성음료도 유흥시장 회복을 예의주시하고 있다. 이 회사는 사회적 거리두기 강화로 유흥시장에서의 매출이 하락했지만 수제 맥주 위탁 생산(OEM)을 통해 실적 하락을 타사 대비 비교적 양호하게 방어했다는 평가가 나온다. 11월부터 위드코로나 시대가 열리면 유흥 시장에서의 매출을 끌어올리기 위한 행보를 본격화한다는 계획이다. 유흥 시장에서의 매출이 뒷받침될 경우 OEM 사업과의 시너지를 내며 전사 매출 성장에 큰 폭으로 나타날 것으로 예상된다. 업계 관계자는 “예년에 비해 유흥



시장을 대상으로 한 주류업계의 프로모션과 마케팅이 큰 폭으로 줄어든 상황"이라며 "올해 여름처럼 사회적 거리두기가 완화될 듯 하다고

히려 강화될 수도 있어 상황을 지켜보며 유흥 시장 공략을 본격화할 예정"이라고 말했다. 서울취재본부김윤호기자



이마트, '일렉트로맨 블랙 미니LED 65인치 TV' 출시
이마트 영동포점 일렉트로마트에서 모델들이 이마트가 새롭게 출시한 프리미엄 스마트TV, '일렉트로맨 블랙 미니LED 65인치 TV'를 소개하고 있다. 차세대 디스플레이로 각광받는 '미니LED' 디스플레이를 적용해 더욱 밝고 선명한 영상 시청이 가능하다. (사진=이마트 제공)

전국 휘발유값, 1732.4원 급등...12년 만에 최대 상승폭

전주 대비 45.2원 올라

전국 주간 휘발유 가격이 12년 9개월만에 최대 상승폭을 나타냈다. 24일 한국석유공사 유가정보서비스 오피넷에 따르면 10월 셋째주(18~22일) 전국 주유소 휘발유 평균 판매가격은 0당 1732.4원으로 전주 대비 45.2원 올랐다. 이는 지난 2014년 11월 둘째주(1735.6원) 이후 7년만에 최고 수준이다. 상승폭 또한 지난 2009년 1월 넷째주(61.9원) 이후 최대치다. 국내 휘발유 가격은 9월 넷째주부터 5주 연속 상승세를 이어가고 있다. 상승폭 또한 ▲9월 넷째주 0.8원, ▲다섯째주 1.9원, ▲10월 첫째주 8.7원, ▲둘째주 28.3원, ▲셋째주 45.2원으로 날로 커지고 있다. 최고가 지역인 서울은 평균 휘발유값이 전주보다 36.0원 오른 0당

1808.6원을 기록했다. 전국 평균과 비교해선 76.1원 비쌌다. 서울 가격 또한 2014년 11월 셋째주(1812.7원) 이후 최고 수준을 나타냈다. 최저가 지역인 부산은 평균 휘발유값이 전주 대비 39.3원 오른 0당 1708.2원을 기록했다. 전국 평균과 비교해선 24.2원 저렴했다. 이에 따라 전국 모든 지역의 가격이 1700원을 넘어선 것으로 집계됐다. 상표별로는 GS칼텍스 휘발유가 0당 1740.9원으로 가장 비쌌다. 반면 알뜰주유소는 0당 1700.3원으로 가장 저렴했다. 같은 기간 전국 경유 평균 가격도 전주 대비 46.8원 오른 0당 1530.4원을 기록했다. 국내 휘발유 가격은 당분간 상승세가 지속될 것으로 전망된다. 국내로 수입되는 원유 기준인 두바이유가 오름세를 이어가고 있기 때문이다. 10월 셋째주 두바이유 가격은 전주 대비



1.0달러 오른 배럴당 83.2달러를 기록했다. 석유공사는 "미국 원유재고 감소와 고용시장 개선 지속, 모건스탠리의 내년 유가 전망 상향 등"으로 국제 유가 상승세가 지속되고 있다"라고 분석했다. 한편, 휘발유 가격 강세가 이어지자 지난 22일 정부는 유류세를 인하한다고 공식 발표했다. 오는 26일 열린 비상경제 중앙대책본부(중대본) 회의를 통해 인하폭과 적용 시기 등이 결정될 것으로 예상된다. 이슬비기자

전남 스타트업기업, 국내 1호 '차량 주문생산' 인증 획득

알비티모터스 국내 1호 소량생산 자동차 인정



국토교통부로부터 국내 1호 소량생산 자동차 인증서를 받은 ㈜알비티모터스의 MK-1 차량. (사진=전남도 제공)

전남도가 영암 삼포지구를 자동차 튜닝산업의 중심지로 육성하고 있는 가운데, 커스텀 오더(주문 생산) 스포츠카를 제조·판매하는 전남의 스타트업 기업이 소량생산 자동차 시장을 개척하고 있어 주목을 받고 있다. 24일 전남도에 따르면 영암에 위치한 ㈜알비티모터스가 국토교통부로부터 국내 1호 소량생산 자동차 인증서를 받았다. 소량생산 자동차 인증서 획득은 국내 자동차문화를 다양하게 변화시키고 우리나라의 새로운 자동차산

업을 키우는 첫걸음이라는 데 의미가 있다. 소량생산 자동차로 인정되면 기존 양산차와 달리 인정을 받기 위한 절차가 간소화되면서, 3년 이내 300대 이하를 생산할 수 있는 자격이 주어진다. 올해 자동차관리법 시행규칙이 일부 개정돼 우리나라에도 소량생산 자동차시장이 열리게 됐다. 과거에는 자동차관리법으로 인해 소량생산 자동차 인정을 위해서는 제조와 비용, 시간이 소모돼 대기업 외에는 자동차 제조의 벽을 넘기가 어

려웠다. 지난 2019년 전남으로 이전한 알비티모터스는 전남도에서 지원하고 한국자동차연구원 프리미엄자동차연구원센터에서 주관한 자동차부품산업 제품고도화 지원사업 및 튜닝부품 선도기업 맞춤형 지원사업의 수혜 기업이다. 이 사업으로 시제품 제작, 성능시험, 실차평가, 제품 홍보영상 및 특허 등록 등 지원을 받아 고품질 소량생산 수제자동차를 개발했다. 이성조 알비티모터스 대표는 "한국의 우수한 기술을 바탕으로 개발한 MK-1 차량의 비극이 닫는 곳이 우리나라를 넘어 중국 등 아시아지역까지 뻗어가는 게 목표"라며 "이미 선주문이 들어와 양산체제를 갖추고 있다"고 말했다. 강상구 전남도 기업도시담당관은 "전남에서 국내 1호 수제자동차 인증서를 받은 기업이 탄생해 보람을 느낀다"며 "알비티모터스 같이 기술을 갖춘 스타트업 기업이 계속 생겨난다면, 기존 대불산단의 조선업체와 함께 지역 경제 활성화와 일자리 창출에 기여할 것으로 기대한다"고 말했다. 서선욱기자

전남산 농수산물 수출액 역대 최고 실적 달성

지나해보다 19.3% 증가한 3억9000만 달러

전남도는 올해 3분기 기준 농수산물 수출액이 지난해 같은 기간보다 19.3% 늘어난 3억9000만 달러를 기록해 역대 최고 실적을 달성했다고 24일 밝혔다. 최근 5년 간 전남 농수산물 수출액은 2016년 3억2000만 달러, 2017년 3억5000만 달러, 2018년 3억9000만 달러, 2019년 4억5000만 달러, 2020년 4억6000만 달러로 꾸준히 늘었다. 품목별로 신선농산물은 파프리카, 배추 등 수출 증대에 힘입어 전년(2600만 달러)보다 45.6% 증가한 3800만 달러, 농산가공품은 유자차, 음료 등의 꾸준한 성장세에 전년(6100만 달러)보다 34.1% 증가한 8200만 달러를 기록했다. 축입산물은 분유와 오리털의 판매 확대로 전년(4300만 달러)보다

31.5% 증가한 5700만 달러, 수산물 은 김, 전복, 미역 등 전통적 효자상품의 선전으로 전년(1억9800만 달러)보다 8.5% 증가한 2억1500만 달러를 달성했다. 국가별로는 미국이 8400만 달러로 20.8%, 중국이 6200만 달러로 35.3%, 대만이 2900만 달러로 19.1%, 러시아가 100만 달러로 139%가 각각 늘었다. 미국은 김 5400만 달러로 17.3%, 배 280만 달러로 22.7%, 전복 250만 달러로 92.7%가 증가하는 등 농수산물가공품과 수산물에 고른 수출호조를 보였다. 중국은 분유 2600만 달러로 99.1%, 유자차 600만 달러로 16.9% 증가했고, 대만과 러시아는 각각 오리털 1600만 달러로 79.8%, 김 1000만 달러로 89.0%의 증가세를

보였다. 다만 일본은 코로나19로 인한 긴급사태 선언과 지자체의 외식업체 영업시간 단축으로 7.1% 감소한 9900만 달러에 그쳤다. 김영록 전남지사는 "역대 최고 수출액 달성 요인은 세계 최대 온라인 플랫폼인 아마존 브랜드관 확대, 미국 월마트와 코스트코 추가 입점 등 새로운 판로 개척, 신남방·신북방 등 수출선 다변화 정책의 결과"라며 "전남 농수산물 수출기업이 급변하는 통상 환경에도 경쟁력을 강화하도록 지원을 아끼지 않겠다"고 말했다. 전남지역 전체 수출액은 글로벌 경기회복에 따른 국제유가와 원자재 가격 상승, 인프라 투자 확대 등으로 전년보다 53.3% 증가한 307억 달러를 기록했다. 최이슬기자