

‘격리 면제’ 첫 주말 인천공항 3명 중 1명은 동남아로...왜?

4월 첫 주말 인천공항에 6만1214명...41% ↑

동남아 이용객 2만193명...전월 비 53.6% ↑

정부가 해외 입국자에 대한 ‘7일간의 자가 격리’를 해제하면서 인천공항과 동남아시아 간 이동하는 승객이 증가한 것으로 조사됐다.

6일 인천공항에 따르면 이달 첫 주말인 1일부터 3일까지 인천공항을 이용한 승객은 6만1214명(출도착 합계)으로 전월(3.4~6) 같은 기간 4만3439명과 비교해 41%가 증가했다.

이 기간 일일 평균 이용객은 2만404명으로, 인천공항의 이용객수가 2만명이 넘는 것은 코로나19 사태로 승객이 급감한 지난 2020년 3월9일 이후 2년 1개월 만이다.

앞서 정부는 지난달 11일 발표한 ‘해외입국 관리체계 개편 방안’에 따라 지난달 21일부터 국내·외에서 코로나19 백신 접종을 완

료하고 접종 이력을 등록하면 7일 격리를 면제해주기로 했다. 또한 이달 1일부터는 해외에서 접종했으나 접종 이력을 등록하지 않은 경우까지 확대 적용했다.

대상자는 코로나19 백신 2차(얀센은 1차) 접종 후 14일이 지나고 180일 이내이거나 3차 접종까지 마쳐야 한다. 격리면제가 가능한 접종 백신은 화이자, 모더나, 아스트라제네카, 얀센, 노바백스, 시노팜, 시노백, 코비실드, 코백신, 코보백스 등 10종이다.

코로나19 백신을 2차 접종을 마친 해외입국자라면 이달 1일부터는 국내에서의 7일간의 자가격리 없이 입국이 가능해진 것이다.

지역별 여객을 살펴보면 인천공항↔동남아 노선을 이용한 승객이 2만193명(전월대비 53.6% ↑)으로 가장 많았고, 이어 미주 1만

7677명(45.7% ↑), 유럽 7236명(28.7% ↑), 일본 4725명(130% ↑) 순으로 나타났다.

동남아시아의 이용객 증가한 것은 베트남과 태국, 필리핀 등이 이미 자국 내 입국자에 대한 격리를 해제하면서 국내에서 이동하는 승객이 증가한 것으로 풀이된다.

여행업계는 비즈니스 수요보다는 이미 격리를 해제한 동남아시아로 국내 여행객들이 발길을 돌린 것으로 분석했다.

하나투어 관계자는 “국내에서 가장 쉽게 접근할 수 있는 해외여행지는 베트남과 태국 등 동남아시아”라며 “동남아 주요 국가들이 올해 초부터 자국 내 입국자에 대해 격리를 완화하면서 이달 초부터 이들 국가들을 방문하는 개인 여행객수가 늘어났다”고 분석했다. 그는 “올해 중순부터 항공편이 증편하면 해외 여행객수는 더 증가할 것”이라고 예측했다.

김웅이 한서대 항공교통학과 교수도 “최근 인천공항을 이용하는 승객이 증가한 데에는 개인 여행객 수가 증가한 것으로 본다”며 “입국자 수를 제한하는 일본과 코로나19가 다시



1일 인천국제공항 제1터미널 출국장이 항공권 발권을 하려는 승객들로 붐비고 있다. 한국관광공사의 한국관광통계에 따르면 지난달 해외로 출국한 국내 관광객은 11만2722명으로, 전년 같은 달보다 65.31% 늘었다.

확산세에 있는 중국의 이동보다는 국가 간 방문이 열린 동남아시아로 이동한 승객이 당

분간 계속 늘어날 것”이라고 전망했다.

김재환기자

리큘, 3L ‘음식물 쓰레기 냉장고’ 출시



리큘은 기존 직냉각 방식 음식물 쓰레기 냉장고의 용량을 더 여유로워진 3리터(L) 제품으로 업그레이드해 출시한다고 6일 밝혔다.

최근 고가의 비용, 별도의 설치 및 공간이 필요한 음식물처리기의 단점을 극복한 음식물 쓰레기 냉장고가 합리적인 대안으로 주목받고 있다.

리큘은 올 봄, 여름철 고객들의 음식물 쓰레기 고민 해결을 돕기 위해 더 커진 용량으로 업그레이드 된 음식물 쓰레기 냉장고 신제품을 잘 빠르게 선보인다.

신제품 리큘 음식물 쓰레기 냉장고는 가정에서 별도 설치나 공간 제약 없이 위생적으로 음식물 쓰레기를 관리할 수 있는 가전이다. 지

난해 출시한 제품보다 용량, 냉각 용기, 디테일 등을 대폭 업그레이드하며 실용성과 편의성을 더욱 높였다.

리큘은 제품의 용량을 기존 2L에서 가정에서 사용하기 이상적인 3L로 확장해 보다 많은 양의 음식물 쓰레기 보관이 가능해졌다. 음식물을 냉각시키는 알루미늄 냉각 용기 또한 기존보다 약 3배 이상 길어졌다.

또 혁신적인 반도체 직냉각 방식과 음식물 부패를 방지하는 안심 설계로 하단에 쌓이는 음식물을 강력하게 냉각시킨다. 음식물이 닿는 냉각부는 세라믹 항균 코팅으로 마감해 황색포도상구균, 대장균 등 인체에 해로운 균을 99.99%까지 박멸할 수 있다(24시간 전후 비교 시험 기준). 음식물 쓰레기 봉투를 고정해주는 고정링은 보다 견고하게 설계했다.

이 밖에 신제품 리큘 음식물 쓰레기 냉장고는 ▲깔끔한 주방 인테리어를 완성하는 화이트 컬러의 심플한 디자인 ▲악취를 강력하게 차단하는 2중 밀폐 뚜껑 ▲하루 24시간 사용해도 부담 없는 낮은 소비전력 ▲세척이 편리한 내통 일체형 구조 ▲저소음 설계 ▲눈슬립 다리 패드 장착 ▲KC 안전인증 등 다양한 특장점을 갖췄다.

한편, 리큘은 신제품 음식물 쓰레기 냉장고 3L 출시를 맞아 한정 수량에 한해 네이버 브랜드스토어에서 최대 31% 특가 혜택을 제공한다. 포도 후기 이벤트도 동시 진행한다. 신제품은 네이버 브랜드스토어, 리큘이샵, 오픈마켓에서 구매 가능하다.

최이슬기자

“잘 팔리네”...공기청정기·무선청소기·선풍기 판매 쑥쑥

쿠쿠홈시스 클린케어 가전, 1분기 성장세 급증



공기청정기와 무선청소기, 에어서클레이터(선풍기) 판매가 증가하고 있는 것으로 나타났다.

6일 관련 업계에 따르면 종합 건강 생활가전 기업 쿠쿠홈시스의 클린케어 가전 대표 품목인 공기청정기와 무선청소기의 지난 1분기(1~3월) 판매량이 증가했다. 지난해 연말부터 코로나19 변이 바이러스인 오미크론 신규 확진자 급증으로 외부활동을 자제하는 움직임이

지속적으로 이어지고 있고 실내에서 머무는 시간이 길어진 만큼 생활공간을 쾌적하게 관리해주는 클린케어 가전에 대한 관심이 높아진 것이다.

쿠쿠홈시스 공기청정기의 경우 오미크론의 광범위한 확산과 함께 미세먼지 발생이 잦아 봄이 되자 실내공기질 관리를 위해 찾는 수요가 늘어나 3월 판매량이 전년 동기대비 100% 증가했다.

이 중 34평형대 공기청정기 ‘울트라 12000’은 소비자 수요 증가와 함께 관광서를 대상으로 한 B2B(기업간거래) 사업이 탄력을 받으면서 올해 1분기 판매량이 전년 동기 대비 556% 늘었다. 무선청소기 ‘인스퓨어 파워클론도’ 올해 1분기 판매량이 전년 동기대비 245% 증가하면서 빠른 성장세를 보였다.

쿠쿠홈시스 관계자는 “오미크론 확산세에 외출을 자제하고 실내를 위생적이고 쾌적하게 관리하려는 소비자가 증가하며 1분기 공기청정기와 무선청소기 판매량이 급증했다”고 밝혔다.

올해 무더위가 기승을 부릴 것으로 전망되는 가운데 일찌감치 냉방가전을 구매하려는 소비자들도 늘고 있다.

올해 1분기 신일전자의 에어서클레이터 판매량은 6만1720대로 전년 동기 대비 36% 가량 늘었다. 에어서클레이터는 고속 직진성 바람이 실내 공기를 순환시켜 에어컨과 함께 사용하면 시원한 바람을 넓게 퍼뜨려주고 우수한 냉방효과를 발휘한다. 바람의 세기를 자유롭게 조절할 수 있어 선풍기 대응으로도 사용할 수 있다.

신일 관계자는 “길어진 집콕 생활에 더위가 예고된 만큼 에어컨 사용량이 증가할 것을 대비해 전기세 부담을 낮추고 만족스러운 냉방 효과를 경험할 수 있는 에어서클레이터를 찾는 소비자들도 많다”고 말했다.

이슬비기자



CU, 끓여 먹는 ‘팔도한끼’ 밀키트 출시

CU는 6일 ‘팔도한끼 끓여먹는 밀키트’ 시리즈를 출시했다.

CU 팔도한끼 시리즈는 의정부식 부대찌개(6900원)와 강릉식 순두부찌개(6900원), 종로식 된장찌개(6900원), 부산식 반반 순대국(8500원) 등 4가지 상품이다. 전국팔도의 대표 국물 맛을 집에서 간편하게 즐길 수 있다.

의정부식 부대찌개는 잘 다듬은 채소와 소시지, 램, 라면사리, 치즈사리 등으로 구성했고,

강릉식 순두부 찌개는 시원한 바지락 육수와 몽글몽글한 국내산 순두부가 들어있다. 종로식 된장찌개에는 팽이버섯, 고추, 두부 등 다양한 재료들과 함께 고소하면서 깔끔한 맛을 내줄 특제 소스가 담겨있다.

CU는 고객들이 팔도한끼 끓여먹는 밀키트 시리즈를 구매하는 모든 고객에게 핫한(210g)을 무료 증정하는 이벤트를 이달 말까지 진행한다.

오유나기자

SPC그룹, 양파 농가 돕기 위해 ‘무안양파빵’ 6종 출시

SPC그룹이 어려움을 겪는 무안 양파 농가를 돕기 위해 ‘무안양파빵’ 6종을 출시한다고 6일 밝혔다. 양파 가격은 코로나19로 인한 소비 급감으로 약 70% 폭락한 상황이다. 햇양파 수확까지 다가오면서 무안 양파 농가의 상황이 더 절박하다는 소식에 SPC그룹은 무안양파빵 재출시를 결정했다.

지난해 6월에도 SPC그룹은 무안 양파 농가를 돕기 위해 무안 양파빵 4종을 출시한 바 있다. 당시 이 빵은 600만개 이상 팔리며

무안 양파 농가의 위기 극복에 힘을 보탤다.

SPC그룹은 파리바게뜨를 통해 무안양파빵 6종을 출시, 양파 소비를 활성화하고 농협은 전국 농협은행을 통해 어려운 이웃이나 코로나19 관련 봉사자들에게 이 빵을 무료 제공할 예정이다.

황재복 SPC그룹 대표이사는 “지난해 이어 올해도 농협과 함께 어려움을 겪는 무안 양파 농가에 힘을 보태기로 했다”며 “앞으로도 농가 상생을 확대하는 ESG 경영을



꾸준히 진행할 것”이라고 말했다. 무안=이기성기자

매일유업, 마시는 알로에 ‘매일 바이오 알로에 드링크링 요거트’ 출시



국내 최초로 이중 소재의 기능성 발효유

매일유업은 마시는 알로에인 발효유 ‘매일 바이오 알로에 드링크링 요거트’를 출시했다고 6일 밝혔다.

이 제품은 국내 최초로 이중 소재의 기능성 발효유다. 먼저 식약처로부터 면역력 증진과 피부 건강 두 가지 기능성을 인정받은 알로에 겔을 담았다. 장 건강에 도움을 주는 프로바이오틱스

LGG유산균 200억 마리도 함유했다.

면역력 증진과 피부 건강, 장 건강 등 세 가지 기능을 얻을 수 있다. 특히 알로에 원물의 맛을 살리기 위해 더 신경 썼다. 특히 받은 기술로 생산한 알로에베라가 들어 있어 알로에 과육의 아삭한 식감을 즐길 수 있다. 한 팩에 200ml로, 든든한 용량에 목 넘김도 좋다.

서선옥기자