

5년간 에너지 수요 연평균 2% 증가...원전 ↑·석탄 ↓

에너지경제연구원 '중기(22~26) 에너지 수요 전망' 분석 전망 초기, 코로나 이후 경제 활동에 수요 급증할 듯

우리나라의 총 에너지 수요가 2026년까지 연 평균 2% 증가할 것으로 전망됐다. 특히 코로나19 이후 경제 활동 회복이 수요 증가에 영향을 미칠 것으로 예상됐다. 에너지원 중에서는 원자력과 신재생에너지 등은 수요를 주도하는 반면 석탄 수요는 감소할 것으로 관측됐다. 21일 에너지경제연구원이 최근 발표한 '중기(2022~2026) 에너지 수요 전망' 분석에 따르면 우리나라의 총 에너지 수요는 2021~2026년 연평균 2.0% 증가해 2026년에는 336만4000석유환산톤(TOE)에 도달할 것으로 전망된다.

연구원은 전망 기간 초기에는 코로나19 이후 경제·사회 활동이 회복되며 에너지 수요가 다소 빠르게 증가할 것으로 봤다. 총 에너지 소비는 2020년에 코로나19로 인해 산업 및 서비스업 생산 활동이 둔화되고 사회적 거리 두기로 이동 수요가 감소하며 대폭 감

소한 바 있다. 그러나 이런 감소에 따른 지체 효과로 지난해 에너지 소비는 4.5% 증가했다. 올해도 회복세가 일부 지속되며 3%에 가까운 빠른 에너지 소비 증가율을 보일 전망이다. 다만 경제 성장세 둔화, 서비스업 중심의 산업 구조 변화, 지속적인 에너지 효율 향상 등으로 전망 기간 후반부의 총 에너지 수요 증가율은 1~2% 수준으로 주춤할 것으로 예상된다.

에너지원별로는 원자력과 석유, 신재생·기타 에너지가 전망 기간 총 에너지 수요 증가를 주도하는 반면 석탄 수요는 소폭 감소할 것으로 관측됐다.

우선 원자력은 설비 용량 증가와 이용률 상승으로 발전량이 연평균 2.7% 증가할 것으로 전망된다. 전망 기간 다수의 노후 원전이 폐지됨에도 불구하고 전망 초기 4기의 대규모 신규 원전이 진입해 설비 용량은 약간 증

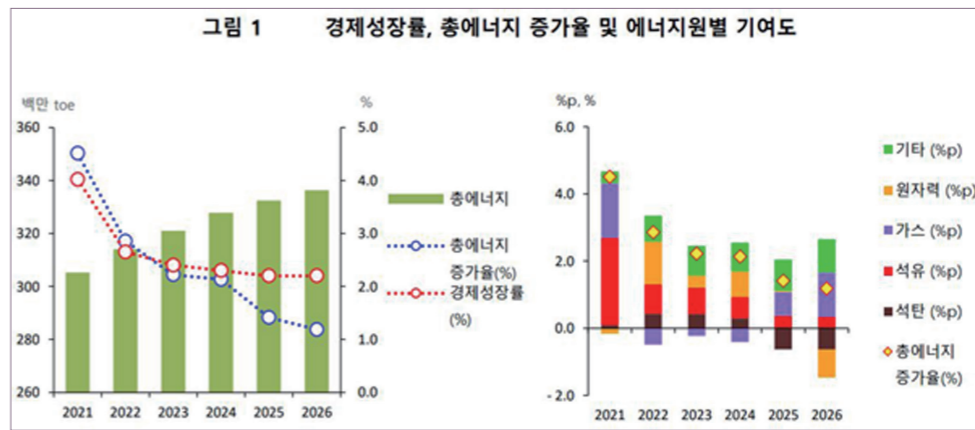
가할 것으로 계획돼 있어서다.

다만 해당 전망의 전제는 정부의 '제9차 전력수급 기본계획'에 따른 것으로, 현재 수립 중인 10차 기본계획에서는 원전 폐지 계획 등에 변화가 생길 수 있다.

원전 이용률은 지난 2019년부터 2021년까지 줄곧 연간 70%대를 유지해왔는데, 장기간 정지 중이던 원전들이 재가동되며 지난해 말부터 원전 이용률이 상승했다. 또한 새 정부의 에너지 정책 등을 고려하면 전망 기간 원전 이용률은 과거 대비 상향 조정될 것으로 예상된다.

석유 수요는 전망 기간 연평균 1.8% 증가할 것으로 전망된다. 전망 기간 초기를 중심으로 석유화학의 기초유분 생산설비 용량이 대폭 증가하며 원료용 납사와 액화석유가스(LPG)수요가 빠르게 증가할 것으로 보인다. 또한 최근 코로나19로 대폭 감소한 수송 부문의 에너지 소비가 서서히 회복되며 석유 수요 증가를 견인할 것으로 점쳐진다.

신재생·기타에너지 수요는 재생에너지 보급정책에 힘입어 태양광을 중심으로 발전량이 증가하며 전망 기간 연평균 10% 이상 증



가할 것으로 전망된다.

천연가스 수요 역시 도시가스의 수요 증가에도 불구하고, 발전용 수요가 전망 초기 높은 국제 액화천연가스(LNG) 가격과 원자력을 중심의 기저 발전 증가로 전망 기간 연평균 증가율이 1.1% 수준일 것으로 관측된다.

반면 석탄 수요는 산업 부문에서 제철용을 중심으로 꾸준히 증가하지만 전망 후기를 중심으로 노후 석탄 발전소가 대거 폐지되면서 발전 부문에서 빠르게 줄어 연평균 0.3% 감소할 것으로 보인다.

이외에 발전(發電) 부문의 에너지 수요 전망만 살펴보면, 2021년부터 2026년까지 전기 수요는 연평균 2% 늘어 589.3테라와트시(TWh)에 달할 것으로 예상된다.

총 발전량과 발전 투입 에너지는 각각 연평균 2.0%, 2.3% 증가할 것으로 전망된다. 발전량 증가세에 비해 발전 투입 에너지 수요가 더 가파르게 늘어나는 것은 다른 발전원에 비해 효율이 상대적으로 높은 가스 발전의 비중이 전망 기간에 줄기 때문이다.

정승호기자

LG전자, 오브제컬렉션 인덕션 출시



오브제컬렉션 상판으로 교체할 수 있도록 했다.

신제품은 올해 1월 출시한 최신 제품인 쿼드 인버터 인덕션 전기레인지의 성능과 안전성을 계승했다.

제품에 적용된 쿼드 인버터 기술은 제품에 전류를 통과시키는 입구 역할을 하는 반도체인 절연 게이트 양극성 트랜지스터(IGBT·Insulated gate bipolar transistor)를 기존 LG 제품의 2개에서 4개로 늘려 가열 성능이 떨어지는 저효율 인덕션 용기를 사용하더라도 음식을 2배 이상 빠르게 조리한다.

코일과 용기 간 거리를 줄여 가열 속도를 향상시킨 2층 코일 구조, 과열을 최소화하는 최적의 코일 설계 등 화력과 에너지 효율을 동시에 높이는 '5중 고효율 부스터' 기술 등을 적용했다. 해당 기술 적용으로 3400W의 국내 3구 플러그타입 인덕션 제품 중 최저 전기료를 구현한 것도 특징이다.

LG 디오스 인덕션 전기레인지는 더욱 강화된 안전성을 갖췄다. 일체형 제품기준으로 ▲상판 온도의 급상승을 감지해 자동으로 출력을 제어하는 '상판 과열방지 시스템' ▲과열 방지를 위한 풍량을 상황에 따라 조절하는 '변속 쿨링팬' 등 22종의 안전장치시스템을 탑재했다.

신제품 가격은 출하가 기준 179만원이다.

LG전자 H&A사업본부 키친어플라이언스사업부장 이현욱 전무는 "집안 인테리어와 조화를 이루는 고급스러운 디자인과 성능을 지속적으로 업그레이드 하는 신제품 통해 디오스 전기레인지만의 차원이 다른 고객가치를 제공할 것"이라고 말했다.

최이슬기자

"편의점 최저가보다 더 싸다"...대형마트에서 사야 할 맥주



여름 성수기에 편의점 업계가 다양한 수입·수제맥주를 과격 할인 가격에 판매하며 호황을 누리자, 대형마트들도 편의점보다 더 싼 가격의 맥주 묶음을 선보이며 경쟁에 가세했다.

일부 대형마트에선 기존 할인 행사에 프로모션을 더해 유통 업계 최저가인 1200원(1캔 짜리 맥주)을 내놓을 정도다.

21일 관련 업계에 따르면 이마트 트레이더

다양한 수입·수제맥주 과격 할인 판매

스는 최근까지 '버드와이저'(740ml) 3캔 묶음 제품을 2개 구매 시 총 1만1960원에 판매했다. CU에서 '오픈런'(매장 문이 열리자마자 뛰어 가서 구매하는 것)에 품절 대란까지 일으켰던 '버드와이저' 묶음과 동일한 구성으로, 최종 가격 기준으로는 트레이더스가 40원 더 저렴하다.

행사 기간 동안 트레이더스에서 해상 상품 매출은 전년 같은 기간 대비 34.7%나 신장했다. 트레이더스는 소비 추세를 이어가기 위해 버드와이저 번들 할인 행사를 이달 말까지 연장하기로 했다.

홈플러스도 이달 들어 '크로넨버그 1664'와 '파울러니' 등 500ml 제품 4캔 묶음 상품을 4900원(행사카드 결제 시)에 판매했다. 캔당 1200원짜리 편의점을 포함한 유통 업계에서 해당 가장 낮은 가격이다.

편의점과 대형마트 업계에서 맥주 할인 기간 동안 선보인 행사 제품이 대부분 캔당 1500~2000원짜리 점을 감안하면 과격적인 가격이다.

'크로넨버그 1664' 제품의 경우 매출이 전년 대비 570%, 파울러니 제품은 258% 신장했다. 홈플러스는 기세를 몰아 이달 말까지 신규 행사를 열어 '하이네켄', '코젤다크', '에델바이스' 등 수입맥주 30여종을 5캔 구매 시 1만원에 판매한다.

롯데마트도 지난 5월부터 수제맥주 '진라거', '커피리브레맥주' 등 수제맥주 4캔을 8800원에 판매하는 행사를 이어오고 있다.

대형마트들은 9월까지 고객 수요가 높은 맥주 할인 행사를 9월까지 이어갈 예정이다.

업계 관계자는 "고객들의 장바구니 물가 안정을 위해 다양한 부문에서 할인 행사를 이어가고 있다"며 "코로나19로 소비자 발길이 끊겼던 오프라인 마트에 3년 만에 사람들이 몰린 만큼 수요가 높은 상품군을 과격하게 판매하며 경쟁력을 키우고 있다"고 했다.

이어 "특히 맥주는 성수기인 8월은 물론 9월까지 소비가 큰 만큼 가격 할인 행사를 당분간 계속할 계획"이라고 덧붙였다.

이슬비기자

신세계백, 한우 선물세트 물량 추가 확보

신세계백화점이 한우 선물세트 물량을 추가 확보해 추석 선물 수요 잡기에 나선다.

신세계백화점에 따르면 추석 선물세트 예약 판매(8월 1일~17일) 매출은 전년 대비 30% 이상 신장하며 역대 최고치를 기록했다. 그 가운데 특히 한우 선물세트 매출 비중이 전체 세트 매출에서 40% 이상 차지하며 수요가 높았다.

이에 신세계는 전체 한우세트 물량을 20% 추가 확보했다.

우선 프랑스 요리 교육 기관인 '르 꼬르동 블루'와 컬래버레이션 상품을 기획해 프리미엄 한우 세트 단독으로 소개한다. 신세계가 선보인 유명 한우 맛집 세트 수요가 폭발적으로 늘어난 점을 고려해 기획했다.

르 꼬르동 블루만의 한우 육가공 기술을 접목해 등심, 채끝, 안심 등 고급 한우 부위를 가장 조리하기 적합한 형태로 구성했다. 트러플 오일, 소금, 르 꼬르동 블루 특제 소스 등도 함께 들어 있다.

대표 상품으로는 르 꼬르동 블루 스테이크



세트 60만원, 르 꼬르동 블루 휴파티 세트 36만원 등이 있다.

20만원대 신세계 직경매 한우 상품 역시 40% 확대했다. 대표 상품으로는 등심로스, 정육국거리, 정육불고기 등으로 구성된 직경매한우 다복 25만원, 정육 불고기와 국거리로 구성된 직경매한우 오복 20만원 등이 있다.

오유나기자

"그리운 그때 그 시절" 먹거리부터 패션까지 '복고' 열풍

70~80년대 향수 떠오르게 하는 레트로 열풍 지속

과거 추억의 감성을 그대로 불러일으키는 레트로(복고) 열풍이 불고 있다.

80년대 한국인들에게 인기를 끌었던 커피 제품부터 2000년대 초반 초등학교생들에게 선풍적인 인기를 끌었던 '포켓몬빵'이 재출시되는가 하면 80~90년대 감성을 담은 패션 스타일이 재유행 하는 등 먹거리부터 패션까지 복고 스타일이 소비자들의 눈길을 사로잡고 있다.

21일 유통 업계에 따르면 롯데네슬레코리아가 '테이스터스 초이스 오리지널 커피믹스'를 출시해 화제를 모으고 있다. 이 제품은 1980년대 한국인들의 사랑을 받던 '테이스터스 초이스'의 맛을 그대로 재현했다.

SPC삼립은 소비자들의 지속적인 요청으로 1998년에 첫 출시됐던 포켓몬빵을 지난 2월 재출시해 지금까지 폭발적인 인기를 누리고 있다. 제품에 동봉된 '피부피부살'보다 붙었다 하는 스티커)도 옛 모습 그대로 재현했다.

어린 시절 추억을 그리워하는 30대는 물론 10대, 20대 소비자들의 관심을 끄는데 성공했다는 평가다. 재출시 초기에는 편의점 앞에 소비자들이 포켓몬빵을 배웅하는 차량을 기다리는 등 '오픈런' 현상까지 빚기도 했다.

코카콜라사가 출시한 '태양의 원차 주전자차'도 옛 감성을 소환하는 제품 중 하나다. 20~30년 전 가정에서는 큰 주전자에 보리차·옥수수차를 끓여 마시곤 했는데, 그 시절 그 맛을 구현해내고 제품명도 '주전자차'로 짓고 패키지가 주전자 일러스트를 삼았다.

추억의 과자 '발두링'을 연상시키는 빵도 나왔다. 신세계푸드는 추억의 과자 '발두링'과 손잡고 '발두링 옥수수 크림 소보로'를 출시했다.

빵 사이에 달콤하고 부드러운 옥수수 크림을 풍성하게 채워 넣었다. 발두링 특유의 오독 오독한 식감은 콘크런치와 콘소보로 토포로 구현했다.

호텔 업계에도 복고를 활용한 프로모션 바람이 불고 있다. 롯데호텔 서울은 복고를 콘셉트로 '백투더 7080(Back to the 7080)' 프로모션을 선보이고 있다.

롯데호텔 서울의 페닌슐라 라운지엔바에서는 오는 31일까지 1970~1980년대 향수를 자극하는 추억의 메뉴 5가지를 판매한다.

복고 메뉴의 대표적인 '행운의 부엉이 맥주'와 '엘지로 베이나 커피', 그리고 소시지 야채 볶음, 소고기 찰스테이크 등이다. 70~80년대 남녀노소를 가리지 않는 사랑을 받은 추억의 파르페도 선보였다. 파르페에는 우산 장식도 꽃아 '그때 그 시절' 추억을 그대로 되살렸다.

80~90년대 감성을 그대로 담아낸 패션도 인기다. 상의는 짧게 바지는 핑퍼짐하게 입는 스타일로, 그 시절 패션을 재현한 컬렉션 출시도 이어지고 있다. 푸마(PUMA)는 1987년 출시한 농구화에서 영감을 받은 스니커즈 'RBD 게임 로우(RBD GAME LOW)'를 선보였다.

올 가을에도 복고 스타일 패션이 유행할 전망이다. 헤지스는 올 가을 90년대 대학생 룩을 연상하게 하는 옥스포드 셔츠를 출시할 계획



이다.

80년대 패션을 그대로 담아낸 미미 인형도 재출시됐다. 롯데마트 완구 전문점 토이저러스는 국내 패션들의 시초인 '미미' 탄생 40주년을 맞아 80년대 콘셉트의 '미미 인형' 상품 2종을 선보였다. 체크 바지, 꽃무늬 원피스, 밀집 모자로 80년대 패션을 떠오르게 한다.

전문가들은 레트로 열풍이 이어지는 이유는 새로움을 추구하는 MZ세대 특성과 무관하지 않다는 입장이다. 또 그 시절 소비했던 콘텐트, 그 자체에 힘이 있기 때문에 들고 돌아 사랑받을 수 있는 것이라고 분석했다.

김재환기자