

# 2분기 전국 물가 급등 14년만 최대...강원 6.6%·경북 6.5% ↑

통계청, '2022년 2분기 지역경제동향' 석유류, 외식 등 올라 물가 5.4% 상승

기름값 폭등과 외식비 상승 등 영향으로 전국에서 2분기 물가가 일제히 올랐다. 2분기 전국 소비자물가는 1년 전보다 5.4% 올라 글로벌 금융위기 당시인 2008년 이후 14년 만에 최대 상승 폭을 기록했다. 22일 통계청이 발표한 '2022년 2분기 지역경제동향'에 따르면 2022년 2분기 전국 물가는 석유류, 외식 등이 올라 전년보다 5.4% 상승했다. 분기별로 볼 때 상승 폭은 2008년 3분기 5.5% 오른 이후 최대다. 국제유가 상승 등 영향으로 전국에서 석유류가 전년 동기 대비 36.3% 급등했고, 외식(7.3%)과 개인서비스(3.6%), 가공식품(7.6%)도 오름세를 보이며 모든 지역의 소비자물가가 크게 상승했다. 소비자물가는 다른 지표에 비해 지역 간 차이가 크지 않지만, 강원(6.6%), 경북(6.5%), 제주(6.4%)가 전국 평균보다 물가가 높게 올

랐고, 서울(4.6%), 부산(6.0%), 대전(5.2%)은 전국 평균보다 물가가 낮게 상승했다. 소비와 연관된 소매판매는 승용차·연료소매점, 슈퍼마켓·잡화점 등의 판매가 줄면서 전국에서 전년 동기보다 0.2% 감소했다. 대전(3.3%), 인천(2.6%), 경남(1.6%)은 백화점, 면세점, 전문소매점 등의 판매가 늘면서 소매판매가 증가했으나, 충북(-2.0%), 울산(-1.9%), 경북(-1.8%)은 승용차·연료소매점 등의 판매가 줄면서 소매판매가 감소했다. 광공업생산은 반도체와 전자부품, 의약품 등의 생산이 늘어 전국에서 1년 전보다 4.1% 증가했다. 광공업생산은 코로나19가 시작된 2020년 전년 대비 2.0% 감소했으나 지난해 6.9% 증가하며 다시 상승세로 전환됐다. 올해 2분기 광공업생산은 경기(11.5%), 충

북(9.5%), 세종(7.1%)이 반도체·전자부품 등 생산이 늘어 증가했으나, 대전(-8.4%), 충남(-2.9%), 경북(-2.3%)은 의료정밀, 반도체·전자부품 등 생산이 줄며 감소했다. 전국의 서비스업생산은 보건·복지, 숙박·음식점, 운수·창고 등의 생산이 늘어 전년 동기 대비 5.4% 증가했다. 서비스업생산은 전국 모든 지역에서 오름세를 보였다. 김대유 통계청 소득통계과장은 "사회적 거리두기 해제 영향이 컸다"면서 "보건·복지의 경우 정부 지출로 건강보험 보장성이 확대됐고, 코로나 검사가 병·의원 단위로 진행돼 증가한 영향이 있었다"고 설명했다. 취업시장에서는 고용률은 오르고 실업률은 내리며 호조세를 보였다. 올해 2분기 전국 고용률은 전년 동기과 비교해 1.7%포인트(%) 상승해 62.7%이고, 실업률은 0.9%p 하락해 3.0%이다. 고용률은 전국에서 광주(-0.1%)를 제외하고 모두 상승했다. 실업률은 전북(0.3%p), 세종(0.2%p), 충북(0.2%p)은 올랐으나, 서울(-1.6%p), 경북(-1.5%p), 제주(-1.3%p)는 떨어졌다.



인구이동 동향을 보면 경기(1만1203명)와 인천(5503명) 등 8개 시도는 유입세가 나타났다. 서울은 9058명 줄며 1분기 만에 도시 유출세로 전환됐다. 서울을 포함한 경남(-4152명), 부산(-3435명) 등 9개 시도는 유출세를 보였다. 정승호기자

## 롯데홈쇼핑, 추석 선물 특집전 진행



롯데홈쇼핑이 다음 달 6일까지 지역 특산물, 프리미엄 먹거리, 건강식품 등 명절 인기상품을 선보이는 '추석 마음 한 상' 특집전을 진행한다고 22일 밝혔다. 올해 추석은 대면 명절 분위기를 반영한 '프리미엄' 선물 수요, 고물가에 따른 '가성비' 수요 등 양극화 현상이 심화할 것으로 보고 한우, 해외 브랜드 등 고급 선물용 상품과 합리적인 가격대의 명절 인기상품을 대량 확보해 선보

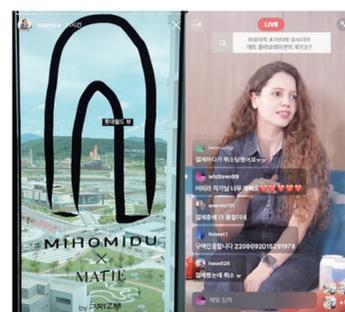
인다. 식품 방송 편성은 지난해 명절 특집전 대비 약 30% 늘리고 '최유리쇼', '김나운의 요리조리' 등 대표 프로그램 편성도 20% 확대했다. 한우, 갈비 등 축산물 준비 물량은 약 40% 늘렸다. 우선 25일 오후 5시 40분 '김나운의 요리조리'에서 '김나운 LA갈비'를 판매하고, 오후 8시 40분 '최유리쇼'에서는 추석 특집전을 열고, 스페인 프리미엄 식용유 '벤테델바론 올리브유', '기장 미역' 등 국내외 유명 산지 특산물을 선보인다. 다음 달 1일 오후 1시 40분에는 롯데홈쇼핑 자체 브랜드 '하루일과'의 명절 과일 선물세트, 오후 8시 40분은 '헬싱축협 한우 정육세트'와 '불로초 제주 감귤'을 판매한다. '담스터', '제주 옥돔' 등 고급 수산물도 판매할 예정이다. 티커머스 채널 '롯데원티비'는 부산 유명 맛집 '해운대 암소갈비집'의 '양념 소갈비살'을 비롯해 명절 인기 부위인 'LA갈비', '부채살' 등 육류 상품을 소개할 예정이다. 최이슬기자

## MZ세대, 호텔에 돈 쓴다...'프리즘 체크인' 20억원 매출

라이브 방송으로 7000여개 객실 판매

리테일 미디어 플랫폼 앱 '프리즘'은 4개월 동안 8회 진행된 특급호텔 라이브 방송 '프리즘 체크인'을 통해 총 7000여개의 객실 판매, 약 20억원의 매출을 기록했다고 22일 밝혔다. 길어지는 코로나19와 재유행으로 해외여행 대신 국내 여행으로 발길을 돌리는 사람들이 증가하고 있다. 특히 MZ세대(밀레니얼+Z세대)를 중심으로 해외여행 대신 호텔에서 휴가 등을 보내는 트렌드가 주목받고 있다. 호텔업계는 여름휴가 시즌부터 추석 연휴까지 다양한 프로모션을 진행 중이다. 프리즘 체크인은 5성급 호텔과 다양한 혜택으로 MZ세대를 주요 고객층으로 한다. 지난 4월 조선펠리스는 개업 이래 최초 라이브 방송을 프리즘에서 진행하며 톨스토이스 협업 단독 패키지도 선보였다. 8월에 진행된 마티에 오시리아도 프리즘에서 최초 라이브 방송을 했다. 마티에 오시리아

는 지난달 부산 기장에 신규 오픈한 호텔다. 라이브 방송 당시 9분 에 매출 3억원을 달성했다. 현재 총거래액은 5억원에 달하는 것으로 알려졌다. 급속공공이 아니라 작가와의 협업을 통한 작품 협업 굿즈 패키지는 1분만에 매진됐다. 레스케이프 발렌타인 위스키, 그랜드조선제주 더 키즈 스위트, 워커힌 더글라스, 몬드리안 호텔 카바나스 스위트 등 MZ세대의 선호도에 맞춘 호텔과 다양한 주제로 협업이 진행됐다. 모두 역대 이상의 매출을 달성했다. 체크인 프로그램은 4월부터 현재까지 8개의 국내 호텔과 라이브 방송을 진행해 총 약 20억원의 매출을 기록했다. 23일 오후 8시에는 북한산 국립공원 내 유일한 휴양지 파라스파라 호텔의 라이브 커머스가 준비돼 있다. 라이브 방송에서는 캐빈, 팀버 주니어, 팀버, 팀버 스위트 객실을 40%



이상 할인된 가격에 만나볼 수 있다. 사우나와 수영장 입장 혜택이 포함된 '추가 인원 2인 무료 프리즘 단독 패키지'는 100객실 한정 판매된다. 유한익 RXC 대표는 "지속적으로 호텔과의 획기적인 협업 라이브 등을 통해 다채로운 경험과 풍부한 혜택을 제공하도록 노력하겠다"고 말했다. 이슬비기자

## 수협쇼핑, 추석 명절 수산물 최대 45% 할인

수협중앙회가 운영하는 수산물 전문 쇼핑몰 수협쇼핑이 추석 명절을 앞두고, 수산물을 최대 45% 할인 판매한다. 수협쇼핑은 내달 12일까지 '수산종합세트 물가 구조대특가'를 열고, 추석 물가안정을 위해 특별 구성한 종합수산물세트 4종을 할인 판매한다고 22일 밝혔다. 특히 정부가 매주 1인당 20%(최대 2만원) 할인을 지원하는 대한민국 수산대전 쿠폰을 사용하면 최대 45%까지 할인받을 수 있다. 이번 세트 4종에는 추석 상수품으로 주로 사용되는 수산물로 이뤄졌다. 우선, 손질 고등어·촉촉 오징어·영광참굴비·제주은갈치를 포함한 대중어종세트의 경우 실속형(고등어 3팩·오징어 2미 1팩·진공굴비60g 10미·갈치 300g 1팩)은 45% 할인된 2만8400원에 판매한다. 실속형보다 더 크고 수량이 많은 고급형(고등어 5팩·오징어2미 3팩·진공굴비70g 10미·갈치400g 1팩)은 42% 할인된 4만8900원에 선보인다. 종합건어물세트 실속형(파래김 1속·소멸치 500g·미역 2봉·다시마 2봉)은 35% 할인된 2만4800원, 고급형(곰창채래들림 1속·파래김 1속·소멸치 400g·다시마 400g·미역 2봉·다시마 2봉)은 30% 할인된 4만8900원에 판매한다. 이와 함께 수협쇼핑은 꽃게 금어기(6월21일~8월20일)가 해제되는 21일부터 서해에서 첫 수확한 햇꽃게를 45% 할인된 1만3800원(무료 배송)에 온라인 최저가로 특별 판매한다. 이번엔 판매되는 햇꽃게는 수꽃게로, 수꽃



게는 가을이 제철이라 가을꽃게라고도 불리며 금어기동안 잡지 않아 그만큼 살이 알차다. 아울러 자신의 카카오톡 프로필을 대한민국 수산대전 이벤트 사진으로 변경해 1주일간 유지하면 적립금 1만원을 지급하는 '대한민국 수산대전 프로 소문러' 이벤트도 진행한다. 수협쇼핑 관계자는 "추석 명절 수산물 물가 안정과 소비촉진을 위해 소비자들이 명절에 주로 사용하는 상품을 엄선해 준비했다"며 "풍성한 할인 혜택이 가득한 수협쇼핑에서 추석을 준비 하길 바란다"고 당부했다. 오유나기자

## '메타 N-컴플렉스' 광주복합쇼핑몰 유치 '키'...누가 퍼즐 맞추나

롯데그룹, 이달내~추석전후 구상 발표 늦춰

신세계·롯데·현대 '유통 빅3'간 광주 복합쇼핑몰 경쟁이 본격화된 가운데 광주시가 제시한 '메타 N-컴플렉스(Meta N-complex)' 컨셉트를 누가 잘 반영하느냐가 유치전의 관건이 될 전망이다. 22일 광주시와 유통가 등에 따르면 지난 달 시가 제시한 광주복합쇼핑몰 구상의 핵심은 '메타 N컴플렉스'로 N은 다층적이 개념이다. 'Necto'는 세대, 분야, 시간과 공간을 연결하는, Next & New 는 전에 없는 오직 거기에만 존재하는 차세대 복합쇼핑몰의 방향이다. 여기에 Neck은 쇼핑과 즐거움을 놓치지 않아야 할 길목을 의미한다. 광주복합쇼핑몰 유치 경쟁에 나선 유통기업들이 시의 구상을 반영하기 위해 안간힘을 쓰고 있는 양상이다. 지난 17일 광주 여등산에 복합쇼핑몰인 스타필드 건립을 추진하기로 한 신세계그룹

은 시가 제시한 밑그림을 맞추기 위한 다양한 흔적이 엿보인다. 지역특성과 고객 니즈, MZ세대 라이프스타일을 매장 구성에 반영하고 IT기술을 활용한 문화 향유 콘텐츠 제공하거나 워터파크와 찜질방, 영화관, 체험형 놀이시설 등을 갖춘 체류형 복합쇼핑몰 표방한 점 등은 시의 방향에 조정을 맞췄다는 평가가 나오고 있다. 이에 앞서 지난달 초 현대백화점 그룹은 광주에 '더현대 서울'을 능가하는 복합쇼핑몰 '더현대 광주'를 내놓겠다는 계획을 제시한 바 있다. '더현대 광주는 그 옆에 엔터테인먼트형 쇼핑몰, 국제 규모의 특급호텔, 프리미엄 영화관 등을 추가 유치하는 등 쇼핑 문화 레저 엔터테인먼트를 접목한 테마파크형 복합쇼핑몰로 개발한다는 구상이다. 현대백화점 그룹 구상은 시가 복합쇼핑몰 컨셉트를 제시하기 전에 내놓은 것이어서

최종 사업 제안서에 시의 방향성을 얼마나 담는지 관심이 쏠리고 있다. 롯데그룹 역시 복합쇼핑몰 구상을 내놓기 위해 막바지 힘을 쏟고 있는 것으로 전해졌다. 롯데그룹은 애초 이달 내 복합쇼핑몰 계획을 발표할 예정이었지만 신세계그룹 발표 이후 다시 추석 전후로 'D데이'를 늦췄다. 그동안 어등산관광단지 부지에 복합쇼핑몰을 짓는 방안을 검토했던 롯데그룹은 신세계그룹이 이 일대에 스타필드 건립을 추진해 계도수정이 불가피해졌다. 광주 북구 본촌공단내 롯데칠성 공장 자리 등 여러 곳을 검토하고 있는 롯데그룹의 최종 구상에 관심이 집중되고 있다. 광주시 관계자는 "광주형 복합쇼핑몰의 방향성은 사실상 확정된 것이나 다름없다"면서 "경쟁기업들이 시와 시민이 요구하는 구상을 얼마나 충족시킬 수 있느냐가 유치전의 관건이 될 것"이라고 말했다. 김재환기자

## 팔도, '남자라면' 이후 10년 만에 국물라면 '칼칼담면' 출시

팔도가 신제품 '칼칼담면'을 출시한다고 22일 밝혔다. 2012년 출시한 '남자라면' 이후 10년 만에 선보이는 새로운 국물라면 브랜드다. 칼칼담면의 핵심은 별첨한 다대기 양념분말이다. 고춧가루와 고추씨기름으로 맛을 냈다.

조리 마지막 단계에서 후적으로 넣으면 담백한 국물과 어우러져 시원하고 칼칼한 국물 맛이 완성된다. 쫄깃하고 탄탄한 면도 특징이다. 쫄깃한 식감을 위해 감자전분을 사용하고 자사 일반 제품 대비 면 두께를 약 1.3배 늘렸다. 양파 농축

액을 넣어 면 자체 풍미도 살렸다. 팔도 관계자는 "꾸준한 연구개발과 라인업 확대로 소비자에게 새로운 맛과 대중성 모두 만족시킬 수 있는 브랜드를 지속적으로 선보일 수 있도록 노력하겠다"고 말했다. 김동취재본부