

부동산경기 불황·원자재가 상승...휘청이는 가구업계

**한샘·신세계까사·리바트 3Q 실적 부진
고금리·고환율 등 대내·외 악재 지속
고객 경험 혁신·프리미엄 공략 등 대응**

국내 부동산 경기 불황과 원자재가 상승 여파가 장기화되면서 가구·인테리어업계에 환파가 들이닥쳤다. 고금리에 고환율까지 겹치면서 침체하는 당분간 지속될 것이라는 관측이 나온다.

13일 관련 업계에 따르면 국내 주요 가구 기업들은 3분기 일제히 저조한 실적을 기록했다. 주택거래량이 감소한데다 원자재 가격, 인건비, 임대비 등 비용 부담 요인은 증가했기 때문이다.

업계 1위 한샘은 3분기 영업손실 136억원

을 내며 적자전환했다. 3분기 매출액도 지난해 같은 기간 보다 10.9% 감소했다. 홈플러스 델리 부문을 포함해서 매출액이 각각 전년비 25.1%, 16.3% 감소한 것이 지적됐다.

신세계까사도 홈플러스 시장의 위축으로 3분기 영업손실 58억원을 기록했다. 지난해 같은 기간 영업손실액 11억원에서 47억원 더 확대됐다.

다만 매출은 지난해보다 12.8% 성장한 679억원을 기록하며 외형을 키웠다.

현대리바트는 3분기 영업이익 5억1000만원을 기록했다. 영업손실은 면했으나 전년 동기 대비 87.3% 급감한 수치다. 같은 기간 당기순이익도 6억3100만원으로 81.8% 감소했다.

매출액은 3643억원으로 3.9% 늘었다. 문제는 업계를 둘러싼 악재들이 당분간 해소될 기미가 보이지 않는다는 점이다. 금리 상승에 부동산 시장이 경색되면서 주택거래량은 지속 감소하고 있다.

국토교통부에 따르면 올해 1~9월 전국 주택 매매량은 41만7794건으로, 지난해 같은 기간(81만8948건) 대비 49.0% 감소했다. 특히 수도권은 16만7057건으로 작년 같은 기간보다 58.2% 감소해 다른 지역보다 감소폭이 컸다. 매수심리도 얼어붙었다. 지난주 서울 아파트 매매수급지수는 70.7으로 27주 연속 하락세를 이어갔다.

가구업계는 거시 환경 영향을 최소화할 수 있는 방안을 고심해 대외 악재에 대응해 나간다는 방침이다. 소비자 경험 혁신과 프리미엄 시장 공략 강화 등이 주요 골자다.

한샘은 이사가 없어도 발생할 수 있는 수요를 겨냥해 '부분시공' 강화에 나섰다. 상담·시공·사후관리(AS) 등 리모델링 전 과정에 '무한책임 솔루션'도 도입했다. 중기적으로는 온·오프라인을 연계한 디지털전환(DT)에 집중한다는 방침이다. 한샘 관계자는 "기존 홈인테리어 기업에게 없는 진화된 고객 경험을 선사하고 '플랫폼 기업'으로 거듭날 것"이라며 "지속 성장이 가능한 비즈니스 모델을 구축해 시장 주도적 사업자로서의 역량을 강화해 나가고 있다"고 말했다.

현대리바트는 올초부터 진행해 온 '도탈 인테리어' 전략에 집중한다. 리바트 제품구매를 비롯해 인테리어 상담과 컨설팅 등이

한 곳에서 이뤄지는 '리바트토탈' 매장을 지속 확대시킨다. 동시에 프리미엄급 시장 집중 공략에 나선다. 현대리바트 관계자는 "도탈 인테리어 신규 매장 출점을 이어가고 해외 프리미엄 가구 라인업들을 강화해 나가면서 브랜드 고급화 전략으로 기업과 소비자 간 거래(B2C) 경쟁력 차별화에 집중할 계획"이라고 말했다.

신세계까사도 기존 매장을 특화 쇼핑 공간으로 재단장하고 소비자들에게 새로운 가치를 제시한다. 올해 첫 발을 댄 '공간 혁신' 프로젝트의 일환이다. 해외 예술가와의 협업과 해외 고급 브랜드 수입 유통 확대에도 나선다. 신세계까사 관계자는 "스타 프로젝트(인기 제품) 라인업을 확대하고 차별화된 매장을 선보일 것"이라며 "프리미엄 상품 개발과 마케팅도 확대하겠다"고 말했다.

최이슬기자

aT, 배추 20포기 김장비용 22만1389원

전국 17개 전통시장·27개 대형유통업체 조사

한국농수산식품유통공사(aT)는 10일 기준 배추 20포기 김장비용이 22만1389원으로 조사됐다고 13일 밝혔다. 이는 작년(24만3575원)보다 9.1% 하락한 금액이다.

aT는 주요 김장재료 14개 품목에 대해 전국 17개 전통시장과 27개 대형유통업체의 가격을 조사했다. 그 결과 2주 전인 10월27일의 25만4546원보다 13% 하락했으며 1주 전인 11월3일 조사 가격인 24만3959원보다도 9.3% 가격이 내려갔다.

본격적인 김장철을 앞두고 배추 가격이 하락하면서 김장 비용이 낮아진 것으로 분석된다. 실제 10일 기준 배추 가격은 3235원(상품 기준)으로 2주 전보다 29.3% 하락했다. 이는 지난해보다도 23.2% 낮은 수준이다.

한국농촌경제연구원(KREI)에 따르면 김장철에 공급되는 가을배추 생산량은 전년보다 10.4% 증가한 것으로 조사돼 공급이 충분한 상황이다.

소금은 전년보다 소폭 상승했다. 6kg 기준 1만4225원으로 지난해 1만2295원보다 조금 올랐다. 무는 5개 기준 1만3217원으로 지난해(8780원)보다 50.5%나 올랐지만, 수확되는 산지가 확대됨에 따라 최근 가격이 빠르게 낮아지고 있다.

이밖에 고춧가루(-6.8%), 깻마늘(-5.4%), 쪽

구분	김장비용(1인 기준 조사기준)			김장비용(1인 기준 조사기준)		
	조사기준	11.10(%)	전년 대비(%)	11.10(%)	전년 대비(%)	전년 대비(%)
배추 20포기	44,703	84,300	-23.2	44,703	84,300	-23.2
무	578	26,435	17,560	595	13,217	8,780
고춧가루	1,864	292	57,849	62,083	-8	62,203
한마늘	1,292	1,392	13,920	14,707	-5.4	15,080
대파	292	0.7%	6,468	5,520	17.2	2,264
쪽파	2.4kg	0.7%	17,978	23,278	-22.8	5,244
양파	-	0.8%	-	-	-	2,225
생강	0.12kg	0.3%	1,294	959	34.9	3,234
갓	2.6kg	1.4%	11,291	9,766	15.6	6,080
미나리	2kg	0.4%	27,537	19,660	40.1	5,907
배	-	1.8%	-	-	-	7,541
소금	8kg	4kg	18,966	16,394	15.7	14,225
총	2kg	-	50,858	57,128	-11.0	-
새우젓	1kg	0.8%	17,101	22,185	-22.9	13,681
멸치젓	1.2kg	1.2%	6,185	5,971	3.6	6,185

파(-22.8%), 배(-23.1%), 새우젓(-22.9%) 등은 가격이 낮아졌으나 대파(17.2%), 양파(32.1%), 생강(34.9%), 미나리(40.1%) 등은 가격이 올랐다.

정부는 김장재료 수급 안정을 위해 김장철 동안 견고추·마늘·양파 비축물량 1만과 천일염 500을 시장에 공급하고 '농축산수산물 할인지원' 사업을 통해 대형마트·전통시장 등에서 김장재료 할인 판매를 진행하고 있다.

배우병 aT 수급이사는 "본격적인 김장철을 앞두고 올해 김장비용은 하향 안정세를 보이고 있다"며 "정부와 협심해 소비자의 김장 물가 완화에 최선을 다하겠다"고 말했다.

김재환기자

식음료업계, 이색 포장으로 제품 업그레이드

품질·편리함 한층 강화한 제품들 새롭게 선보여



MZ세대(밀레니얼+Z세대)가 핵심 소비자층으로 떠오르면서 제품 트렌드가 빠르게 변화하고 있다. 식음료업계는 MZ세대를 겨냥, 아이디어 넘치는 이색 포장 기술로 품질과 편리함을 한층 강화한 제품들을 새롭게 선보이며 눈길을 끌고 있다.

12일 관련 업계에 따르면 CJ제일제당은 지난 8월 캔에서 꺼낼 필요 없이 쉽게 요리할 수 있는 '스팸김밥햄'을 출시했다.

스팸의 맛과 외관을 그대로 구현한 이 제품은 스펀지로 김밥을 만들 때 캔에서 꺼내 잘라 여러 개를 이어 만드는 것이 불편하다는 점에서 착안됐다.

칼집 선이 있는 줄을 따라 간편히 김밥을 만들 수 있으며 기존 자사 김밥햄 대비 2배 더 두껍게 만들어 입안 가득 스펀지의 풍미를 느낄 수 있다.

동원F&B가 선보인 친환경 제품 '양반김'에 코팩키지'도 꾸준한 사랑을 받고 있다. 부피까지 줄인 이 제품은 포장 쓰레기를 기존 대비 3분의 1 수준으로 줄였다.

고열의 레이저로 필름 겹면에 작은 구멍들을 낸 점선을 만들어 쉽게 찢어지도록 만든 포장재 '레이저 커팅 필름'을 국내에서 처음 도입해 파손 없이 간편하게 김을 꺼내 먹을 수 있다.

하림은 지난 5월 기준 동근 용기의 즉석밥들과 달리 네모 모양의 용기에 담은 '더(The)미식 밥'으로 즉석밥 시장에 진출했다. 네모 밥이라는 애칭으로도 불리는 더미식 밥은 수납장, 팬트리, 캠핑가방 등에 넣을 때 공간 효율성이 뛰어나다.

천천히 뜬을 들이는 공정을 통해 밥알이 눌리지 않고 한 알 한 알 고슬고슬한 식감을 맛볼 수 있는데다 카레·찌개 등을 용기 위에 바로 부어도 넘치지 않는 넉넉한 높이로 편의성이 좋다는 평가를 받는다.

이그니스는 지난 5월 캔마개를 개봉하고 다시 여닫아도 내용물 본연의 성질을 오래 유지해주는 개폐형 마개를 적용한 캔워터 '클롭(CLOOP)'을 출시해 눈길을 끌고 있다.

식품업계 관계자는 "기존 세대 제품들과 차별화 한 제품들이 소비자들로부터 큰 호응을 얻고 있다"며 "MZ세대 소비자들을 위한 제품 개발과 마케팅 경쟁이 더 활발해질 것으로 예상된다"고 말했다.

뉴시스

'출격 임박' 그랜저, 6년 연속 판매량 1위 노려...대기 계약자만 '8만명'

현대자동차의 플래그십 세단 그랜저가 기아 중형 SUV 쏬렌토를 꺾고 '판매량 1위' 타이틀을 지켜낼 지 주목된다.

지난달까지 쏬렌토와 판매 대수 차이가 수백대에 그쳐, 현재 신형 그랜저 대기 계약자는 8만명에 달하는 것으로 추산된다. 이에 따라 다음주부터 그랜저 판매가 본격화하면 '판매량 1위'는 시간 문제라는 분석이다.

11월 관련 업계에 따르면 현대차는 14일부터 7세대 그랜저(디 올 뉴 그랜저) 출시에 나선다. 이 차는 2016년 11월 6세대 그랜저 시판 이후 6년 만에 선보이는 신형 모델이다.

현대차는 이달 정식 출시에 앞서 지난달 신형 그랜저 디자인을 최초 공개하고, 전국에서 프리뷰 행사에 나서며 분위기를 다잡았다. 현대차는 특히 이번 신형 그랜저에 큰 기대를 걸고 있다.

올해 현대차는 기아에 신차등록 승용차 대수에서 밀리고 있다. 지난달까지 현대차는 신차등록 32만4787대를 기록했다. 기아 38만6102대와 비교하면 6만대 이상 적은 수치다.

현대차그룹 안에 포함돼 있는 형제 회사지만, 현대차 임업에선 기아에 밀리는 모습이 달갑진 않다.

쏘렌토에 뺀 '국민차' 타이틀도 그랜저가 되찾아야 한다는 목소리다. 이 타이틀은 2017년부터 2021년까지 5년 연속 그랜저의 몫이었다.

하지만 기아 쏬렌토는 올해 가장 많이 팔린 SUV를 넘어 가장 많이 팔린 승용차(세단+SUV)로 올라섰다. 쏬렌토는 올해만 5만5710대가 신차등록을 했다.

뛰어난 디자인과 동급 대비 압도적인 편의성, 특유의 하이브리드 라인업이 쏬렌토를 국민차로 만들었다는 평가다.

타이밍 상 한 시점이 현대차그룹 라인업에

올해 기아에 신차등록대수 밀리며 체면 구긴 현대차



서 그랜저 위상 회복이 꼭 필요한 시점이기도 하다.

그랜저는 현대차 플래그십(주력 상품) 세단으로 1986년 출시 이래 국내에서만 무려 213만대, 해외까지 합하면 250만대 이상 팔렸다.

다만 최근 현대차그룹이 고급차 브랜드인 제네시스를 출범하고, 제네시스 안에서 G80과 G90 등 세단들이 이달 시장에서 선전하며 "그랜저 위상이 예전만 못하다"는 얘기가 들린다.

현대차 임업에선 프리미엄 이미지를 가진 대표 선수라고 볼 수 있는 그랜저의 선전이 절실한 이유다. 업계에선 그랜저가 11~12월 '신차 효과'를 앞세워 판매량 1위 타이틀을 되찾을 것으로 본다.

관건은 그랜저의 차량 출고 속도다. 차량용

반도체 수급난이 완화되고 있지만, 여전히 현대차그룹은 출고 지연 이슈에서 자유롭지 못하다.

갯차에 따르면 지난달 말 기준 쏬렌토 하이브리드 모델의 경우 주문 후 출고까지 대기기간이 18개월 이상으로 파악된다.

현대차 관계자는 "그랜저와 쏘나타를 생산하는 아산공장의 연간 생산량이 30만대 수준"이라며 "당장 생산량과 출고 속도를 확대하기 어렵지만, 이 공장을 어떻게 운영하느냐에 그랜저 출고 기간 단축이 달려있다"고 설명했다. 이 관계자는 "신차의 경우 생산 현장에서도 적용이 필요하기 때문에 무리하게 출고 속도를 앞당기진 않을 것"이라고 덧붙였다.

오유나기자

"삼성·LG전자 TV, 200억 물량 펀다"...이마트, 프리미엄 TV 대전

오는 30일까지 역대 최대 물량 확보, 할인 행사 진행



이마트가 프리미엄 TV 대전을 펼친다.

이마트는 오는 30일까지 역대 최대 물량인

200억 물량을 사전 확보해 삼성·LG 전자 등 TV 할인 행사를 진행한다고 13일 밝혔다.

이마트에 따르면 최근 3개년 전체 TV 매출 중 65인치 이상 매출 비중은 지난해까지 79.9%로 해마다 증가하고 있다. 또 QLED·올레드 등 고화질 TV 매출 비중도 올해 약 75%까지 늘어 프리미엄 TV 수요가 커지고 있다.

삼성 QLED 65·75·85인치 및 LG 올레드 65·77인치 행사 모델은 행사기간 결제 시 금액별 상품권 증정 또는 할인, 이마트 앱 쿠폰 할인 등 최대 120만원 상당의 금액 혜택이 주어진다.

이마트는 '일렉트로맨 4K UHD 50인치 스마트 TV'를 18일부터 20일까지 3일간 3000대 한정 판매로 진행한다. 해당 상품은 행사카드 구매 시 기존 49만 9000원에서 30만원 할인한 19만 9000원 역대 최저가에 선보인다.

곧 개막을 앞둔 월드컵을 기념해 삼성·LG 55인치 이상 TV 구매 고객에게 3000개 한정 '축구 국가대표팀 싸인볼'을 무상으로 증정하고, 사운드바, 톤프리 블루투스 이어폰, 티빙 이용권도 증정 예정이다.

이슬비기자