

# 설 차례상 비용 작년보다 5.8% 올랐다...4인 평균 25만4300원

### 한국물가협회, 29개 차례 용품 가격 조사 과일 2.5% 하락...배 재고로 10.5% 내려가 나물류 1만2670원...지난해보다 6.0% 상승 시금치 41% ↑ ...흙 대파 25% ↑ ·고사리 7% ↑

올해 설 차례상을 준비하는 데 들어가는 비용이 작년보다 6% 가까이 오른 것으로 나타났다. 한파 및 폭설 등 계절적 요인과 국제 곡물 가격 상승, 고병원성 조류인플루엔자(AI) 등이 복합적으로 작용하면서다. 10일 한국물가협회에 따르면 4인 가족 기준 설 차례상 비용은 25만4300원으로 집계됐다. 지난해 설 차례상 비용(24만290원)보다 5.8%(1만4010원) 늘어난 금액이다. 이는 한국물가협회가 설을 앞두고 과일류·견과류·나물류 등 29개 차례 용품에 대해 전국 6대 주요 도시의 전통시장 8곳을 대상으로 대표적인 차례 용품 가격을 조사한 결과다. 품목별로 보면 과일류는 전국 평균 비용이 3만4070원으로 전년보다 2.5% 하락했다. 사과와 배는 전년 대비 생산량이 증가했으나

기상 여건 등 생육 환경이 좋아 고품질 물량이 반입되면서 상품 5개 기준 8.5% 오른 1만5940원으로 조사됐다. 배는 전년보다 생산량이 30% 가까이 늘었으나 지난 추석 거래량 감소에 따른 재고 증가로 10.5% 하락한 1만8130원(상품 5개 기준)에 판매됐다. 견과류는 2만6310원으로 지난해보다 12.2% 내려갔다. 이 중 대추의 경우 400g 기준 7880원으로 전년보다 4.0% 상승했다. 반면 곱감은 출하량이 크게 늘면서 전년보다 24.6% 하락한 1만1130원에 거래됐다. 밤(1kg)도 8130원으로 전년보다 7.1% 하락하며 견과류 시세 하락에 견인됐다. 반면 나물류는 1만2670원으로 지난해보다 6.0% 상승했다. 나물류 중 시금치 한 근(400g)은 전년보다 40.5% 오른 3190원에 거래됐다. 고사리는 한 근(400g) 기준 1년 전보다

다 6.5% 오른 3440원에 거래됐다. 채소류 중 흙 대파는 한 단 기준 지난해(2320원)보다 25.0% 오른 2900원으로 조사됐다. 애호박은 한 개 기준 2080원으로 지난해(2240원)보다 7.1% 내렸다. 축산물도 작년보다 12.4% 상승한 10만4140원이었다. 닭고기는 고병원성 AI 확산 등에 따른 불안정한 공급 상황에서 코로나19 일상 회복 추진에 따른 학교급식과 외식 소비 증가, 월드컵 특수 등이 수요를 견인하며 가격이 강세를 보였다. 구체적으로 생닭 세 마리(마리당 1kg) 기준 2만2320원에 거래되면서 전년보다 24.5% 상승한 수준이다. 계란도 지난해 고병원성 AI 확산으로 전년 대비 6.4% 오른 7160원으로 집계됐다. 쇠고기와 돼지고기도 외식 및 급식 수요 증가 영향으로 동반 강세를 보였다. 쇠고기는 국거리용 양지 400g, 산적용 600g 기준으로 전년보다 각각 9.2%, 6.8% 상승한 1만9570원, 2만7630원을 기록했다. 돼지고기는 수육용 목삼겹 1kg 기준으로 전년보다 15.7% 오른 2만1850원에 거래됐다. 수산물류를 보면 조기와 북어포 한 마리, 동태포 1kg 등 수산물을 준비하는데 드는 비용은 전년보다 5.0% 올라 평균 2만2630원이 소요됐다.



이 외에 밀가루는 주요 밀 수출국인 호주, 미국 등의 기후 악재에 따른 생산량 감소, 우크라이나와 러시아 전쟁으로 인한 수급 차질 등의 원인으로 국제 밀 가격이 급등하면서 전년보다 가격이 크게 올랐다. 3kg 기준 전국 평균 비용은 지난해 3870원보다 41.9% 오른 5490원에 판매됐다.

한국물가협회는 “예년보다 이른 설과 육류, 가공식품을 중심으로 이미 높은 가격 상승 폭을 보이는 상황에서 소비자가 체감할 만한 물가 안정 효과는 기대하기 쉽지 않다”며 “판매처별 행사 시기 등 차례 용품 구입에 신중할 필요가 있다”고 밝혔다. 최이슬기자

## 글라스락, 설맞이 주방용품 ‘특가’ 행사...오는 31일까지



주방용품과 명절 선물 구매가 늘어나는 설 명절을 맞아 다양한 주방용품 사은 행사가 진행된다.

### ‘글라스락 홈세트’ 기획전...텀블로 증정도

SGC솔루션은 다양한 카테고리의 글라스락 제품을 대상으로 사은 행사를 진행한다. 10일 밝혔다. 행사는 글라스락 공식몰에서 오는 31일까지 진행된다. 우선 다양한 국내산 유리용기 제품들을 한번에 구매할 수 있는 ‘글라스락 홈세트’ 기획전을 진행한다. 소비자들이 선호하는 컬러 구성으로 사랑받고 있는 베스트셀러 ‘글라스락 퓨어’ 홈세트가 마련됐으며 ‘퓨어 레몬옐로우’, ‘퓨어 화이트’, ‘퓨어 샌드핑크’ 등 매주 다른 구성을 특가에 만나볼 수 있다. 행사 기간 내 이벤트 상품 구매 시 해당 홈세트와 동일한 컬러의 글라스락 텀블러도 함께 증정한다. 글라스락의 ‘오븐 세이프’ 제품들을 모은 기획전도 마련됐다. 에어프라이어나 오븐에 넣

어 활용할 수 있는 전용 제품들로 글라스락 밀폐용기 라인 중 프리미엄 제품군에 속한다. 이 밖에도 글라스락 공식몰에서는 최근 론칭한 신제품 ‘퓨어 버터옐로우’ 기획전으로 할인 혜택과 사은품 증정 혜택을 제공하고 유리 접시·원목 접시 등 다양한 소재의 플레이팅 제품 모음전도 진행한다. 임광빈 SGC솔루션 생활용품사업본부 본부장은 “고물가 명절을 맞아 고객들이 생활에 꼭 필요한 국내산 유리용기를 비롯한 다양한 주방용품을 합리적인 가격에 구매할 수 있도록 사은 행사를 준비했다”며 “글라스락이 드리는 풍성한 혜택을 통해 계묘년 첫 명절을 건강하고 알차게 준비해 보시길 바란다”고 전했다. 서선옥기자

## 도미노피자, SKT MZ고객 대상 50% 할인



도미노피자가 이달 10일과 20일, 30일에 SK텔레콤 MZ 고객에게 배달과 포장 시 50%를

할인 받을 수 있는 쿠폰을 지급한다. 도미노피자는 ‘SKT 0 데이’ 프로모션을 진행한다. 이번 프로모션은 10일과 20일, 30일 총 3일 동안 SK텔레콤 고객에게 온라인 배달과 포장 주문 시 50% 할인 혜택을 제공한다. 이번 할인 쿠폰은 T 멤버십 앱에서 다운받을 수 있다. 도미노피자 웹이나 앱에서 발급일로부터 5일동안 사용할 수 있다. 배달은 3만원 이상 4만5000원 이하, 포장은 2만5000원 이상 4만5000원 이하 구매 시 할인받을 수 있다. 단 다른 할인과 중복 적용은 불가능하다. 도미노피자 관계자는 “만 13~34세의 SK텔레콤 고객이라면 이번 할인 혜택을 놓치지 마시길 바란다”고 말했다. 오유나기자

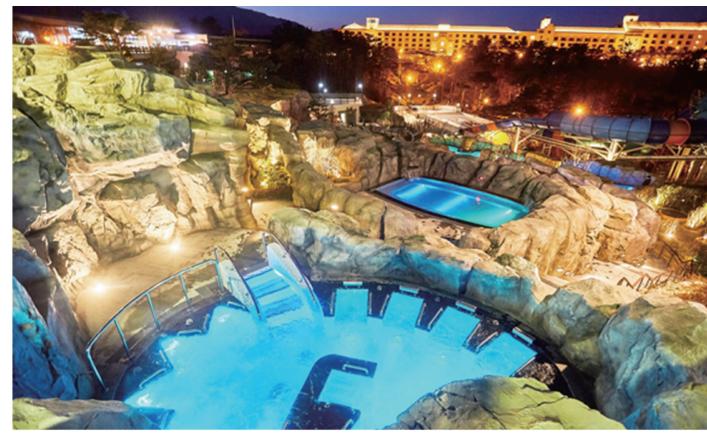
## 미분양 전망지수 1달 만에 하락...“규제완화 기대감 반영”

주택산업연구원, 주택사업자 대상 설문  
1월 미분양 물량 전망 5.9p 하락...129.9

주택사업자들이 예상하는 미분양 물량이 1달 만에 줄어든 것으로 나타났다. 정부의 주택시장 연착륙 대책에 대한 기대감이 반영된 것으로 풀이된다. 10일 주택산업연구원(주거연구원)이 주택사업자들을 대상으로 설문조사한 결과, 1월 미분양물량 전망은 전월대비 5.9포인트(p) 하락한 129.9로 나타났다. 미분양물량 전망지수는 ‘100’을 기준으로 그 보다 높으면 미분양 물량이 늘어날 것으로 전망한 응답자가 많다는 것을 의미하고, ‘100 이하’면 그 반대다.

미분양물량 전망지수는 지난해 9월 119.7에서 10월 122.7, 11월 131.4, 12월 135.8로 상승했지만 올해 들어 1달 만에 129.9로 하락했다. 주거연구원 권지혜 연구원은 “미분양물량 전망이 감소한 것은 주택시장 연착륙 대책에 대한 기대감이 반영된 것으로 보인다”며 “분양권 전매제한 기간 완화와 중도금 대출규제 완화, 실거주 의무 폐지 등 규제완화 정책이 잇달아 발표되며 규제완화 적용 시기에 맞춰 사업자들이 분양일정을 조정하며 추후 분양물량과 미분양물량에 영

향을 미칠 것으로 보인다”고 밝혔다. 한편 1월 아파트분양전망지수는 전월 대비 6.3p 상승한 58.7로 나타났다. 수도권과 광역시 대부분은 하락세를 유지한 반면, 세종과 기타 지역은 비교적 크게 상승한 것으로 나타났다. 특히 경남 21.4p(50.0→71.4)과 강원 20.0p(50.0→70.0)에서 약 20p 크게 상승할 것으로 전망됐다. 이에 대해 권 연구원은 “경남은 지역 제조업 생산의 증가세로 인한 지역 경기 회복이 반영된 것으로 보이며, 강원은 강원도청사 이전 등 지역개발 이슈로 분양 전망이 크게 상승한 것으로 보인다”고 밝혔다. 김재환기자



## 한화리조트, ‘윈터 스파힐릭 패키지’ 선보

### 1박과 온천 테마파크·온천 사우나 2매 구성

한화호텔앤드리조트가 온천 패키지를 공개했다. 한화호텔앤드리조트는 ‘윈터 스파힐릭’을 이달 28일까지 선보인다고 10일 밝혔다. 최근 일본 등 온천 여행지 수요가 증가하는 가운데 한화호텔앤드리조트는 리조트 안에서 온천을 즐기는 ‘윈터 스파힐릭’ 패키지를 준비했다. 온천수를 사용하는 리조트 내부 시설을 활용해 멀리 가지 않아도 야외 노천탕과 사우나 등을 이용할 수 있다. 강원도 속초에 위치한 한화리조트 설악 소라노는 디럭스 객실 1박과 설악 워터피아 주간권 또는 나이트 스파 이용권 2매를 제공한다. 설악 워터피아는 국내 최초 ‘보양온천’으로 지정된 온천 테마파크다. 워터 슬라이드와 파도 풀 등을 갖춘 온천과 물놀이가 동시에 가능하다. 저녁엔 세계 유명

온천탕을 모티브로 설계한 스파벨리에서 18개 야외 노천탕을 이용할 수 있다. 경북 경주에 위치한 한화리조트 경주는 디럭스 객실 1박에 온천사우나 이용권 또는 뽀로로 아쿠아빌리지 종일권 2매 중 하나를 선택할 수 있다. 뽀로로 아쿠아빌리지는 천연 온천수로 운영한다. 이밖에 한화리조트 백암온천, 산정호수 안시, 제주 등에서 ‘윈터 스파힐릭’ 패키지를 만날 수 있다. 한화리조트 관계자는 “한화리조트 산정호수 안시의 경우 겨울 온천 체험을 위한 방문객이 많아 11~12월 평균 투숙률이 80% 이상을 웃돈다”며 “이번 겨울 여행을 윈터 스파힐릭 패키지를 통해 몸과 마음의 피로를 풀어보길 바란다”고 말했다. 뉴스

## “와인 콜라보 맥주” 세븐일레븐, 새해 첫 주류 신상품은?



세븐일레븐이 새해 첫 주류 신상품으로 와

인 콜라보 맥주를 선보였다. 최근 두 가지 이상의 상품을 섞어 새로운 메뉴를 탄생시키는 ‘푸드 믹솔로지(Food mixology)’가 2030세대의 핵심 주류 트렌드로 떠오르고 있다. 실제 하이볼 레시피가 소셜미디어에서 공유되고 있고, 각종 과일사케나 과일탄산주는 MZ세대의 주요 주류 선택지 중 하나로 자리매김하고 있다. 이에 세븐일레븐은 국내 최초 와인 콜라보 맥주 ‘빌라엠비라’를 단독 출시했다고 10일 밝혔다. ‘빌라엠비라’는 국내 1위 이태리 와인브랜드

빌라엠과 성수동에서 시작한 대한민국 대표 수제맥주 브랜드 에메이징 브루잉 컴퍼니가 협업해 만들었다. 빌라엠 와인이 지향하는 부드러운, 대중성, 청량함을 맥주의 이미지로 구현시킨 이색 차별화 상품이다. 맥주에 청포도농축액을 가미해 화이트와인의 상큼하고 달콤한 풍미와 맥주의 원료인 맥아의 씹쓸함과 고소함을 동시에 느낄 수 있는 것이 특징이다. 알코올 도수는 5도다. 세븐일레븐은 빌라엠비라 단독 출시를 기념해 4천을 1만 1000원 균일가에 판매한다. 이슬비기자