

전기료 인상안, 이달 말로 미뤄지나... 기재부와 막판 조율 중

한전 역대급 적자, 2분기 요금 인상 불가피 산업·기재부 조율 중...오는 31일 발표 예정

한국전력공사의 역대급 적자로 2분기 전기요금 인상이 불가피한 가운데, 최종 인상 폭을 두고 막판 조율이 한창인 것으로 알려졌다. 물가에 영향을 미칠 것이란 우려에 치열한 논의가 이어지면서 인상안 발표가 이달 말까지 미뤄질 가능성이 제기된다. 21일 물가 및 에너지 당국에 따르면 다음달 1일부터 적용되는 2분기(4~6월) 전기요금 인상 폭은 늦어도 오는 31일에는 발표된다. 지난 16일 한전은 산업부에 2022년 12월부터 지난 2월까지 연료비 변동분을 반영한

2023년 2분기 연료비 조정단가를 산정해 제출했다. 한전은 산업부가 관계부처와 협의의 내용을 회신 받아 이날 전기요금을 확정할 계획이었다. 하지만 에너지 당국인 산업부와 물가 당국인 기재부 사이 조율이 끝나지 않았다는 이유로 전기요금 발표가 미뤄진 상태다. 산업부 관계자는 "언제까지 논의가 계속될지 답을 줄 수는 없지만, 4월1일부터 적용해야 하는 만큼 늦어도 31일 안에는 최종안이 발표될 수밖에 없다"고 말했다.

2분기 전기요금은 인상이 불가피할 전망이다. 앞서 이창양 산업통상자원부 장관은 지난달 20일 세종정부청사에서 진행된 기자 간담회에서 에너지 요금 인상 여부에 대해 3~4가지 지표와 보고 종합해서 추진한다고 밝힌 바 있다. 그 조건으로 ▲국제 에너지 가격 동향 ▲에너지 공기업의 적자와 미수금 수준 ▲물가 등을 언급했다. 국제 에너지 가격은 러시아-우크라이나 전쟁이 계속되면서 여전히 예측 불가능한 변동성을 키워가는 가운데, 지난해 에너지 공기업 실적은 역대 최저 수준을 기록했다. 한전은 지난해에만 32조6034억원 영업 손실을 냈는데, 이는 전년(5조8465억원)보다 456.7% 악화될 수 있다. 게다가 이 장관의 발언도 인상 가능성을

시사한다. 앞서 그는 기자간담회에서 요금 동결 가능성을 묻는 취재자에게 "(에너지 공기업의) 현재 월가 이하인 요금 구조에서는 계속 적자가 누적될 수밖에 없다"며 "앞서 인상요인을 누르다 더 큰 어려움을 만든 상황을 볼때 바람직하지 않다고 본다"고 말한 바 있다. 즉 2분기 전기요금을 인상하되 그 폭을 어느 정도로 할 지 대내외적인 요소를 두루 고려해 결정하겠다는 취지로 풀이된다. 결국 산업부와 기재부가 인상 폭을 결정하는 데 고려할 요소는 '물가'다. 기재부는 2분기 물가 상승률은 3%대로 둔화될 것으로 봤다. 추경호 경제부총리 겸 기획재정부 장관은 지난 9일 정부세종청사에서 진행된 기자간담회에서 물가 상승세 둔화에 대해 "당분간

계속될 것으로 보인다"며 "이달에 특별한 기상 악화 요인이나 돌발 요인이 없으면 2월 물가 상승률인 4.8%보다 낮은 수준이 될 것"이라고 전망한 바 있다. 전기·가스요금 인상과 관련해 "국제 에너지·가스요금 인상과 관련해 '국제 에너지 가격, 해당 공기업의 재무 상황, 국민들의 부담 등을 종합적으로 고려해 결정할 것'이라고 답했다. 이어 "누적된 공기업의 경영 적자도 다년간에 걸쳐서 서서히 해소해 나가는 방향으로 접근할 예정"이라고도 했다. 이어 "국민들의 부담 요인도 깊이 있게 고민하면서 (공공요금 인상) 문제를 다뤄야 한다"며 "이러한 부분을 종합적으로 고려해 언제, 어떻게 전기·가스 등 공공요금 인상을 결정할지를 검토해 나가겠다"고 말한 바 있다. 최이슬기자

막걸리값 이렇게 올랐나...편의점서 한 병에 2000원 웃돌아

우리술 특생 막걸리·가평자생 막걸리 다음달 2300원으로 인상



'서민 술'로 불리는 막걸리 가격이 치솟고 있다. 정부가 맥주·탁주에 적용하는 종량제 물가연동제를 폐지한다는 방침을 밝혔지만, 주류 업계에선 원부자재 가격 상승으로 인해 제품 가격을 유지하기 힘들다는 입장이다.

편의점에서 판매되는 막걸리는 대부분 한병당 2000원을 웃돈다. 막걸리 가격 인상이 일선 주점 등의 메뉴 가격 인상으로 이어질 수 있다는 전망도 나온다. 21일 주류 업계에 따르면 가평에서 막걸리

를 생산하는 우리술은 다음달 3일부터 편의점 판매용 특생 막걸리와 가평자생 막걸리 가격을 다음달부터 17.9%, 24.3% 인상할 계획이다. 특생막걸리와 가평자생막걸리는 2300원으로 가격이 오른다. 편의점에서 판매하는 막걸리 제품은 2000원 이상으로 파악된다. 한국소비자원 가격정보 사이트 참가격에 따르면 서울장수생막걸리(750ml·국내산) 제품은 편의점에서 2000원에 판매된다. 대형마트 1680원, 기업형슈퍼 1695원 등 전체 판매점 평균 가격은 1793원 수준이다. 서울장수생막걸리(750ml·수입산)의 경우 편의점에서 1600원에 판매한다. 국산당 생막걸리(750ml)는 편의점 2200원, 기업형슈퍼 1802원 등 전체 판매처에서 평균 1967원 수준에 거래되고 있는 중이다. 지평생살막걸리 750ml 제품은 편의점에서 2300원 수준에 판매한다. 막걸리 가격 인상은 주점 등으로 이어진다. 상수역 인근에 위치한 A주점의 경우 국산당 생막걸리 5500원, 느린마를 막걸리 7000원, 나루생막걸리 1만2000원 등의 가격을 책정, 손님들에게 안주와 함께 제공하고 있는 것으로 확인됐다. 각종 전과 도토리묵무침 등 막걸리 안주를 판매하는 영세한 업체에서는 장수막걸리·지평막걸리 등을 4000원 수준에 판매하고 있으며 느린마를 막걸리 등은 6000원대 가격을 형성하고 있는 것으로 나타났다. 관련 업계에선 정부가 종량제 물가연동제를 폐지하더라도 제품을 만드는데 필요한 비용이 큰 폭의 증가세를 보여 수지타산을 맞추기 위해 제품 가격 인상은 불가피하다는 입장이다. 한 관계자는 "막걸리는 소주와 맥주와는 달리 유통기한이 짧고 전국 유통망을 보유하지 못하고 있기 때문에 제품을 만드는데 비용이 증가하면 업체의 타격이 더욱 심각하다"며 "고물가 상황이 지속될 경우 원부자재 가격 상승 등의 이유로 도미노 인상 러시가 이뤄질 수 밖에 없다"고 말했다. 서선욱기자



하이트진로 '테라' 지난해 10억병 판매 돌파

전년 대비 약 11% 증가, 최대 판매 달성

하이트진로는 국내 맥주 시장에서 대표 브랜드로 성장한 '테라'가 지난해 최대 판매를 기록했다고 21일 밝혔다. 또한 출시 후 처음으로 연간 판매량이 10억 병을 돌파, 전년 대비 약 11% 증가하며 최대 판매를 달성했다. 테라는 코로나 인한 팬데믹 상황으로 주류 시장 전체가 위축됐음에도 불구하고, 출시 이후 연평균 23% 성장률을 기록하고 있다. 지난해 하반기 엔데믹을 맞아 다양한 프로모션과 공격적인 마케팅 활동을 전개해 최대 판매량을 기록한 것으로 보인다. 테라는 지난해 일반 음식점, 술집 등 유흥 채널 전체 판매는 전년 대비 약 33% 증가하며 최대 판매를 견인했다. 유흥 시장의 판매량이 전 부문 성장한 가운데, 특히 펍과 클럽 등에서 주

로 마시는 소병 판매량이 전년 대비 약 85% 증가했다. 치킨·호프집, 각종 행사 등에서 즐겨 마시는 생맥주 역시 약 54% 증가한 것이 눈에 띈다. 대형마트 등의 가정 채널은 출시 후 연평균 성장률 26%로 흡수 트렌드와 함께 꾸준한 성장을 보였다. 하이트진로 마케팅실 오성택 상무는 "출시 4주년을 맞은 테라는 청정라거 콘셉트로 제품 본질의 강화와 혁신적인 마케팅 활동을 통해 소비자에게 인정 받아 역대급의 실적을 달성할 수 있었다"며 "앞으로도 주류 시장 접점 활동을 더욱 강화해 테라만의 차별화된 브랜드 경험을 제공, 대한민국 대표 맥주로 거듭날 수 있도록 노력하겠다"라고 밝혔다. 김재환기자

LG전자, '올레드 TV 찰떡궁합' 사운드바 신제품 출시

세계 최초 3개 엠파이어링 스피커 기반 음향 효과 제공

LG전자가 2023년형 LG 올레드 TV에 최적화된 사운드바를 출시했다. LG전자는 LG 올레드 TV와 함께 설치할 때 공간 활용도를 높일 수 있는 사운드바 신제품(SC9S)을 출시했다고 21일 밝혔다. 해당 사운드바는 LG 올레드 에보 C 시리즈와 연결하는 전용 거치대를 제공한다. TV와 사운드바를 연결하기 위한 별도 시공 절차 없이 전용 거치대를 통해 연결선이 깔끔하게 정리된다. LG전자는 올해 출시된 LG 올레드 TV와 LG QNED TV에 최적화된 맞춤형 입체 사운드를 구현하는 '와우 오케스트라' 기능을 처음 적용했다. 와우 오케스트라 기능은 TV와 사운드바 스피커를 동시에 활용하는 서라운드 음향을 제공한다. 신제품은 전면 스피커 3개, 중저음을 내는 서브우퍼 1개, 엠파이어링 스피커 3개 등 3.1.3

채널에 최대 출력 400W를 지원한다. 3개 엠파이어링 스피커는 LG전자가 2022년 세계 최초로 적용한 기술이다. 중앙에 위치한 엠파이어링 스피커는 TV 아래 사운드바에서 출력된 소리를 TV 화면 중앙에서 나오는 것처럼 들려준다. TV 크기가 커져 화면 중앙부와 사운드바 간 생김 이질감을 줄이고 사실감을 높인다. 특히 4K 화질과 120Hz 주사율의 고화질 게임 콘텐츠까지 끊김 현상 없이 재생한다. 한편 LG전자는 이번 신제품을 포함한 LG 사운드바에 환경을 위한 노력도 지속하고 있다. 신제품은 재활용 플라스틱과 재생 포장재를 적용해 글로벌 인증기관인 UL과 SGS로부터 재활용 소재 사용 인증도 획득했다. LG전자 한국HE마케팅담당 김선형 상무는 "디자인과 사운드를 LG 올레드 TV에 최적화한 사운드바 신제품을 앞세워 고객들에게 몰



입장 넘치는 시청 경험을 제공할 것"이라고 말했다. 뉴시스

농협, 배 소비 촉진 위한 '특별할인 행사' 진행

농협몰·하나로마트서 다음달 12일까지 진행

농협경제지주는 4월 12일까지 농림축산식품부, 한국배자조금관리위원회와 함께 배 소비 촉진을 위한 특별할인 행사를 실시한다고 20일 밝혔다. 이번 행사는 배 생산량 증가 및 내수시장 소비 감소로 어려움을 겪는 배 농가를 지원하기 위해 마련됐다. 농협몰에서는 4월2일까지 3kg, 5kg 등 배 패키지 상품을 시중가 대비 최대 40% 할인된 가격에 판매한다. 전국 하나로마트 매장에서는 30일부터 4월12일까지 소포장 배(4입봉·3kg 박스)를 최대 30% 할인한다. 또 하나로마트에서는 카드할인 이벤트를 동시 진행하며 행사 카드(NH·KB·삼성·신한·롯데·하나·우리·전북)로 결제 시 추가 할인 혜택을 제공한다. 오유나기자



우성태 농협경제지주 농업경제대표이사는 "국산 배는 당도가 높고, 아삭해 생과일뿐만 아니라 잼, 소스, 배숙 등으로 활용하기 좋은 인기 과일"이라며 "가격 하락으로 어려움을 겪는 배 농가의 경영 안정을 위해 다각적인 지원을 이어가며 농업인과 소비자 모두의 만족도를 높일 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.