

세계식량가격 13개월 만에 상승...설탕 11년6개월 만에 최대 ↑

FAO, 4월 세계식량가격지수 발표 세계식량가격지수 전월비 0.6% ↑

지난달 세계 식량 가격이 전월 대비 상승하며 13개월 만에 오름세로 전환했다. 곡물, 유지류, 유제품 가격은 내려갔으나 설탕 가격이 큰 폭으로 상승한 데다가 육류 가격도 2개월째 오름세를 보였다.

6일 농림축산식품부에 따르면 유엔 식량농업기구(FAO)가 발표한 지난달 세계식량가격지수는 전월(126.5p)보다 0.6% 상승한 127.2포인트(p)로 집계됐다.

FAO는 24개 품목에 대한 국제가격 동향(95개)을 조사해 5개 품목군(곡물, 유지류, 육류, 유제품, 설탕)별 식량가격지수를 매월 작성·발표한다. 2014~2016년 평균값을 100으로 이보다 높으면 인상, 낮으면 하락으로 평가한다.

식량가격지수는 코로나19 이후 글로벌 공급망 불안 속에 2020년 하반기부터 오르기 시작했으며 작년 초 러시아-우크라이나 전쟁 발발과 맞물려 급격히 치솟았다. 이어 지난해 3월 역대 최고치(159.7p)를 찍은 뒤 지난해 4월부터는 내림세로 돌아섰다.

품목별로 보면 지난달 곡물 가격지수는 3월(138.6p) 대비 1.7% 하락한 136.1p를 기록했다.

국제 밀 가격은 러시아와 호주의 수출 허용량 확대 영향으로 하락했다. 우크라이나 곡물의 자국 경우 수출을 금지했던 유럽 국가들이 이를 다시 허용하기로 합의하면서 유럽 내 밀 작황이 양호한 것도 밀 가격 하락에 영향을 줬다.

육수는 남미 지역의 수확기가 도래하고 브라질의 생산량 증가가 전망되면서 가격이 하락했다.

반면 국제 쌀 가격은 상승했다. 유지류의 경우 전월(131.8p) 대비 1.3% 하락한 130.0p를 기록했다. 팜유는 주요 생산국의 공급과 주요 수입국의 수요가 모두 저조해 가격에 큰 변화가 없었다. 대두유는 아르헨티나의 생산 저조 전망에도 브라질에서 많은 양의 대두 수확이 예상돼 가격이 하락했다. 유채씨유와 해바라기씨유도 세계 공급량이 충분해 가격이 내려갔다.

유제품은 124.6p로 전월(126.8p)보다 1.7% 내려갔다. 분유 가격은 지속적인 국제 수입 수요 부진의 영향으로 가격이 하락했다. 전지분유는 중국의 수입 증가, 뉴질랜드의 일시적 공급 감소로 인해 가격 하락이 제한됐지만, 탈지분유는 서유럽에서 공급이 증가하며 가격이 더욱 하락했다.

치즈 가격은 서유럽의 일시적인 우유 공급

증가로 치즈 생산이 늘어나면서 수출 가용량이 확대돼 가격이 내려갔다. 다만 버터 가격은 공급 증가와 수요 증가가 맞물려 큰 변동이 없었다.

육류의 경우 전월(113.0p) 대비 1.3% 상승한 114.5p로 나타났다. 소고기는 미국에서 도축용 물량이 감소하면서 가격이 올랐다. 돼지고기는 아시아 국가들의 수입이 증가하는 가운데 주요 수출국에서 높은 생산비용에 따른 공급 부족이 지속되면서 가격이 상승했다. 가금육은 조류 인플루엔자(AI) 발생에 따라 공급이 부족한 가운데 아시아 지역에서 수요가 증가하며 가격이 올랐다.

설탕은 149.4p로 전월(127.0p)보다 17.6%나 경총 뛰며 3개월 연속 오름세를 보였다. 이는 2011년 10월 이후 11년 6개월 만에 가장 크게 오른 수준이다. 인도와 중국에서 생산량 전망이 계속 하향하는 가운데 태국과 유럽연합(EU) 생산량도 기대 이하로 예상되며 국제 공급량 부족이 가장 큰 원인으로 꼽

힌다.

브라질의 사탕수수 생산량은 양호할 것으로 전망되지만 강수량 증가로 수확이 지연됐고 국제 원유가 상승과 미국 달러화 대비 브라질 헤알와 강세 역시 설탕 가격 상승에 영향을 미쳤다.

FAO는 2022~2023년도 세계 곡물 생산량은 27억8460만t으로 2021~2022년도 대비 1.0%(2830만t) 감소할 것으로 전망했다. 2022~2023년도 세계 곡물 소비량은 27억8010만t으로 2021~2022년도 대비 0.7%(2060만t) 줄어들 것으로 내다봤다.

농식품부 관계자는 “국제 설탕 가격 상승과 관련해 브라질의 작황 호조가 예상됨에 따라 전 세계적으로 수급에 큰 문제가 없을 것으로 전망된다”며 “앞으로 업계와 긴밀한 협력체계를 구축해 시장 상황을 면밀히 모니터링하고 필요시 가격 안정에 필요한 조치도 검토해 나갈 계획”이라고 밝혔다.

김재환기자

전기차 인프라 부족...국내 하이브리드차 수요 ‘경풍’

올해 1~4월 9만1750대, 전년 대비 25.6%증가



국내 완성차업체들의 올해 하이브리드차 내수 판매량이 전년보다 크게 늘어 9만대에 육박할 것으로 예상된다. 하이브리드차 수요가 꾸준히 늘어난 데다 업체들도 하이브리드 라인업을 확대하는 추세다.

5일 카이즈유테이더연구소에 따르면 올해 1~4월 국내에서 판매된 하이브리드차는 총 9만1750대로 전년 동기 대비 25.6% 증가했다. 전기차의 높은 가격대와 부족한 충전 인프라에 부담을 느낀 수요자들이 하이브리드차로

옮겨가고 있어서.

가장 많이 팔린 하이브리드차는 현대차 그랜저다. 그랜저 하이브리드의 올 1분기(1~3월) 판매량은 1만3462대로 현대차 1분기 전체 하이브리드차 판매량의 22%를 차지한다.

같은 기간 현대차 하이브리드차 내수 판매량은 2만877대로 전년대비 2배를 넘었다. 현대차는 지난달 내수 시장에서 전년 동기 113.2% 증가한 1만524대의 하이브리드차를 판매했는데 그랜저 하이브리드가 5179대로

팔만큼 차지 못했다.

기아에서는 쏠렌토 하이브리드가 판매량이 가장 많다. 지난달까지 국내 시장에서 총 1만4391대가 판매됐는데 같은 기간 쏠렌토 하이브리드와 양대축을 이루는 K8 하이브리드는 1만384대 팔렸다.

수입업체들도 하이브리드 공세를 강화한다. 토요타는 브랜드 최상급 세단인 크라운의 하이브리드 모델을 올 하반기 출시할 계획이다. 크라운이 국내 하이브리드 시장에 출시될 경우 현대차 그랜저와 치열한 경쟁에 돌입할 전망이다. 토요타는 중형 스포츠유틸리티차량(SUV) 라브4의 플러그인 하이브리드(PHEV) 모델도 선보였다.

하이브리드차는 전기차에 비해 가격이 저렴하고 연료효율과 성능이 높아 시장에서 퇴출되고 있는 내연기관차를 빠르게 대체하고 있다. 한국자동차산업협회에 따르면 지난해 하이브리드차 국내 판매량은 27만대로 전년보다 14.3% 증가했다. 전체 판매량에서 차지하는 비중도 전년 13.8%에서 16.3%로 확대됐다.

연료 효율에 초점을 맞췄던 과거와 달리 최근에는 디자인, 편의성, 수납 등을 강화해 소비자 눈길을 끌고 있다. 업계 한 관계자는 “하이브리드차는 여전히 수요가 높고 기업 매출 기여도가 높다”며 “전기차의 충전 인프라 구축 문제가 이어지는 한 하이브리드차 수요는 계속될 것”이라고 밝혔다.

이슬비기자

SSG닷컴, 매일 다른 카테고리...‘푸드 쓱세일’



SSG닷컴은 8~11일 카테고리 집중 행사 ‘푸드 쓱세일’을 연다고 7일 밝혔다.

대상은 장보기 주요 품목인 신선식품, 가공식품 위주이다. 나흘간 대규모 물량을 할인 판매, 물가 안정에 기여할만 계획이다.

행사는 신선식품 사는 날, 가공식품 사는 날, 냉장냉동 사는 날 등 매일 다른 카테고리별로 주제를 정해 진행한다.

매일 지정 일자별 주제에 맞는 최대 15% 상품 쿠폰을 적용하는 경우 더 많은 할인 폭으로 물건을 살 수 있다.

CJ제일제당, LG생활건강과의 협업 행사도 한다. 두 회사 100대 상품을 3만원 넘게 구매하면 5000원 할인을 적용하는 식이다.

두 회사 인기 상품을 매일 1개씩 특가 판매도 한다. 두 회사 상품을 브랜드 무관 2개 이상 사면 추첨해 다이슨 에어랩을 주는 행사도 한다.

SSG닷컴은 오는 14일까지 ‘소상공인&중소기업 동행세일’도 진행한다. 협력사 450곳의 상품 5000여 개가 대상이다. 납도장터, 사이스 등 지방자치단체 온라인몰과 연계해 특산물을 최대 30% 할인 판매하는 식으로 행사가 진행된다. 한편 SSG닷컴은 행사 기간 매일 자정, 오전 9시, 오후 3시에 최대 10% 장바구니 할인 쿠폰을 발급한다.

첫 구매 고객은 1만원 장바구니 쿠폰과 무료 배송 쿠폰을 추가 지급한다. 행사카드로 사면 최대 5만원 청구할인 혜택도 적용한다.

오유나기자

“선물사느라 얹어진 지갑” 5월엔 ‘1+1’ 편의점

어린이날, 어버이날, 스승의날 등 고마운 마음을 표현하는 날이 집중된 5월은 선물·용돈 등 주는 기쁨을 누릴 수 있는 달이기도 하지만 동시에 가계 부담이 큰 달이기도 하다.

이에 편의점업계가 ‘편장죽(편의점에서 장을 보는 소비자)’을 위한 이벤트를 준비했다.

6일 편의점업계에 따르면 이마트24·CU·세븐일레븐·GS25 등 편의점들은 5월 한정 프로모션을 마련했다.

우선 이마트24는 오는 10일까지 ‘공짜 마케팅’에 나선다. 이벤트 상품을 5000원 어치 이상 구매하는 고객에게 현금처럼 사용할 수 있는 이마트24 모바일 금액권 5000원을 증정한다.

행사 상품에는 팍스콜라 재료, 칠성사이다 재료, 유네치 치즈 팝콘·프레첼 등 1+1 상품 14종이 포함된다. 예를 들어, 유네치 트러플 치즈팝콘(1700원)을 6개 구입하는 고객은 1+1 텀 증정 혜택이 적용돼 3개 가격인 5100원만 결제하고, 모바일 금액권 5000원도 받을 수 있다. 100원에 유네치 트러플 치즈팝콘 6개를 구입하는 효과가 있는 셈이다.

이와 함께 이마트 24는 이달 한 달간 ‘왕뚜껑’, ‘참깨라면’ 등 컵라면 큰 컵 전 상품을 ‘원더밥’과 함께 행사카드(우리카드)로 결제 시, 1000원을 할인해 주는 라면정식 행사를 진행한다.

이마트24가 지난달에 출시한 ‘원더밥(1500원)’은 쌀밥과 볶음김치로만 구성된 상품으로 일반 도시락보다 10% 가량 줄인 쌀밥과 볶음김치 30g으로 구성됐다.

이밖에 이마트24는 5월 한 달간 2000여 개 상품에 대해 ‘1+1’과 ‘2+1’ 등의 할인 혜택을 제공한다.

전국 이마트24의 점포당 평균 운영 상품 수가 3000여 종(담배·서비스 제외)임을 감안하면 이달 한 달간 상품 3개 중 2개는 할인 혜택을 누릴 수 있는 셈이다.



편의점 CU는 오는 11일까지 대규모 물가 안정 행사 ‘슈퍼세일’을 진행한다. 고객 수요가 높은 상품 9종 상품에 대해 1+1, 2+1 증정 및 할인 행사를 대대적으로 한다.

구체적으로 1+1 행사 상품에는 ‘삼양라면 오리진 칼칼면’, ‘CJ 고기전용 삼장’, ‘CJ 햇반 귀리흑미곤약밥’, ‘풀무원 소가 찜닭두부’, ‘도루고 기본가위’, ‘피실 캡슐형 세탁 세제’ 등이다. 2+1 상품에는 ‘롯데 마시는 오트밀 단백질’, ‘팔도 보로로 딸기맛’, ‘CJ 반숙대란 2입’ 등이 포함됐다.

세븐일레븐은 창립 35주년을 맞아 이달 내 대대적인 프로모션에 나선다. 도시락 전 상품에 대해 점심시간(오전 11시부터 오후 2시까지)에 삼성카드 결제 시 20% 현장 할인 혜택을 제공하고, 매주 월·수·금요일을 도시락데이로 지정해 주요 도시락을 국민카드 결제 시 30% 할인 판매한다.

도시락 상품 외에 레스비 마일드, 월드콘, 참크래커 등 편의점 인기 상품 29종에 35주년 기념 엠블럼을 부착해 선보이고, 엠블럼 상품 구매 시 얼포인트를 35배 적립해 준다.

GS25도 이달 한 달간 팔도 비빔면 3+1, 삼양 치즈·크림카르보·로제 불닭볶음면 2+1, CJ 김밥 1+1, CJ산공부침·찌개 두부 등 신선식품 1+1 행사 등 자주 구매하는 먹거리·생필품 할인 행사를 진행한다.

서선욱기자

“너무 편 외식가격...어버이날 어디로 가야할지 몰라”

4인 가족 삼겹살집 가면 10만원 훌쩍 넘어

서울에 사는 40대 직장인 A씨는 ‘가정의 달’ 5월이 되자 고민이 늘었다. 고물가에 외식비가 급격히 뛰면서다.

A씨는 “부모님을 모시고 외식을 하려고 하는데 6인 가족이 삼겹살만 먹어도 15만원이 넘게 든다”며 “특별한 날이라 호텔 뷔페에서 식사를 대접하고 싶지만 선물도 준비해야 하는데 너무 부담돼 어려울 것 같다”며 한숨을 쉬었다.

5월 8일 어버이날 등 가정의 달 기념일을 앞두고 치솟는 외식 물가에 부담을 느끼는 이들이 늘고 있다.

통계청이 발표한 ‘4월 소비자물가 동향’에 따르면 소비자물가 상승률은 1년 2개월 만에 3%대로 둔화했지만, 외식 물가는 전년 대비 7.6% 올라 전월(7.4%)보다 상승폭이 커졌다. 특히 통계청이 조사하는 외식 품목 39종의 가격이 모두 전년 대비 상승했다.

품목 별로 살펴보면 햄버거(17.1%)와 피자(12.2%), 돈가스(9.9%) 등 상승률이 두드러졌다. 라면(9.8%), 김밥(9.7%), 자장면(9.2%) 등 간단히 먹을 수 있는 품목부터 오리고기(9.7%), 삼계탕(9.6%), 소주(9.2%) 등까지 고르게 가격이 올랐다.

외식 메뉴 가격도 올랐다. 한국소비자원 가격정보 종합포털 ‘참가격’에 따르면 짜장면·갈국수·냉면·삼겹살 등 대표적인 외식 품목 8개의 서울 지역 평균 가격은 지난달 같은 달보다 최고 16% 가량 났 것으로 나타났다.

가장 많이 오른 품목은 짜장면으로, 지난 3월 서울 지역의 짜장면 한 그릇의 평균 가격은 6800원이다. 지난해 같은 달 가격(5846원)보다 16.31% 상승했다.

다음으로 가격이 크게 오른 품목은 삼계탕으로, 삼계탕은 1만6346원으로 지난해 같은 달보다 13% 가까이 올랐다. 이외에도 냉면 1만692원, 비빔밥 1만192원, 김밥 2831원, 갈국수 8731원 등으로 전년 동기 대비 줄줄이 상승했다.

삼겹살도 1인분(200g) 기준 1만9236원으로 12.1% 상승했다. 4인 가족이 삼겹살로 외식을 할 경우 고깃값만 8만원 정도 들고, 식사와 음료, 주류 등까지 곁들이면 10만원을 넘는 셈이다.

아이들과 부모님까지 6인 가족이 삼겹살로 외식을 하면 고깃값만 최소 12만원, 식사류 등까지 하면 15만원 정도에 달한다.

일부 특급 호텔들은 이달 들어 뷔페 가격을 10% 넘게 인상해 1인당 20만원에 육박



하는 곳도 있다.

그랜드 워커힌 서울 더 뷔페는 이달부터 가격을 인상했다. 성인 기준 주중 점심 가격(세금 포함)은 12만6000원에서 14만1000원으로, 저녁과 공휴일 점심은 14만3000원에서 15만9000원으로 올랐다.

조선호텔엔리조트 조선갤러리의 뷔페 ‘몬스탄스’도 이달부터 성인 기준 평일 점심 가격을 14만5000원에서 16만원으로, 주중 저녁 및 주말 가격은 16만5000원에서 18만5000원으로 올랐다.

서울 신라호텔 ‘파크뷰’, 웨스턴조선서울 ‘어리아’, 롯데호텔 서울 뷔페 ‘라세느’ 모두 올해 상반기 가격을 인상했다.

뉴스스