

1분기 전기·가스·연료비 30.5% ↑ ... IMF 외환위기 이후 최고

1분기 전기요금 29.5% 상승... 통계 작성래 최고 작년 4분기 저소득층 연료비 지출 20.7% 증가

지난 1분기 가정에서 사용하는 전기·가스 요금과 연료비가 1998년 국제통화기금(IMF) 이후 가장 많이 상승한 것으로 나타났다. 22일 통계청이 '소비자물가동향'을 지출 목적별로 분석한 결과에 따르면 1분기 전기, 가스 및 기타 연료 물가지수는 135.49(2020년=100)로 전년보다 30.5% 상승했다. 이는 IMF 외환위기 시절인 1998년 1분기(41.2%)

이후 최대 상승률이다. 전기, 가스 및 기타 연료 물가지수는 전기료, 도시가스, 취사용 액화천연가스(LPG), 등유, 지역 난방비, 부탄가스 등 주로 가정에서 쓰는 연료들의 물가 동향을 확인할 수 있다. 세부적으로 보면 전기요금의 물가지수는 136.48로 1년 전보다 29.5% 올랐다. 이는 관련 통계가 작성된 1975년 이래 최대 상승률

이다. 도시가스 물가는 지난해 4분기와 같은 수준인 36.2% 상승했다. 지난해 4분기를 제외하면 1998년 2분기(40.6%) 이래 가장 많이 올랐다. 1분기 등유 가격은 23.6% 올랐다. 다만 지난해 3분기(74.9%) 이후 지난해 4분기(51.8%)에 이어 1분기에도 상승폭이 둔화했다. 이는 전기·가스요금 등 공공요금 인상이 반영된 것으로 분석된다. 전기요금은 지난해 4월·7월·10월에 걸쳐 kWh(킬로와트시)당 19.3원 올린 데 이어 1분기에도 kWh당 13.1원 인상됐다. 지난해 가스 도매요금도 4월·7월·8월·10월 등 네 차례에 걸쳐 1메가줄(MJ)당 5.47원 올랐다.

여기에 정부는 지난 16일 전기요금을 kWh당 8원, 가스요금은 1MJ당 1.04원 인상을 발표했다. 이에 따라 2분기 이후에도 전기·가스 물가 상승세는 이어질 것으로 예상된다. 이러한 공공요금 상승은 저소득층에 더 부담으로 다가왔다. 지난해 4분기 기준 소득 하위 20%(1분위) 가구가 지출한 연료비 금액은 7만6천원으로 전년보다 20.7%(1만2025원) 늘었다. 소득 하위 40%(2분위) 연료비 지출액은 전년보다 22.0%(1만3459원) 증가한 7만4634원으로 집계됐다. 반면 소득 상위 20%인 5분위 가구의 평균 연료비는 10만9298원으로 전년보다 11.5%

증가에 그쳤다. 지출 규모는 저소득층보다 컸으나 증가율은 전체 소득계층 중 가장 작았다. 중산층인 3분위(8만6688원)와 4분위(9만6437원)의 연료비 지출도 각각 16.0%, 15.3% 증가하는 데 그쳤다. 정부는 기초생활수급자, 차상위계층 등 취약계층 부담을 완화하기 위해 전기요금 인상분 적용을 1년 유예하기로 했다. 지난해 대상자의 평균 전력 사용량 313kWh까지는 인상 전 단가를 적용하고 이를 초과하는 사용량에만 인상 후 단가를 적용하는 방식이다. 요금 복지할인 지원도 지속하고 에너지바우처 지급 대상도 확대한다. **변용일기자**

병값에 주정까지 다 올라... "소주 가격 인상 시간 문제"

소주 원료 주정가격 지난달 9.8% 상승



계속되는 원부자재 가격 상승으로 주류 업계의 시름이 깊어지고 있다. 지난해보다 소주 생산 비용이 크게 늘어나 가격 인상이 필요하지만 정부가 가격 인상 자체를 당부하고 있는 만큼 가격 인상이 쉽지 않기 때문이다. 일각에서는 주류업계가 결국 올 하반기에는 가격을 올릴 것이라 전망이 나오고 있다. 22일 주류업계에 따르면 소주 생산 원가는 계속 높아지고 있다. 병과 병뚜껑 가격 인상에도 더해 지난달에는 소주의 원료인 주정 가격까지 2년 연속 올랐다. 국내 10개 주정 제조회사의 주정 판매를 전담하고 있는 대한주정판매는 지난달 소주의 원료인 주정(精餾) 가격을 평균 9.8% 인상했다. 주정이란 쌀이나 보리 등 탄수화물을 발효시켜 만드는 소주의 주원료다. 지난해에도 세계 곡물가격이 급등하고, 물류비 증가, 고환율

등으로 인해 주정 가격이 평균 7.8% 인상된 바 있다. 소주 업체들은 대한주정판매를 통해서만 주정을 구입할 수 있다. 주류업계에선 이번 주정 가격 인상으로 인해 소주 가격 인상이 불가피하다는 전망이 나온다. 병과 병뚜껑 가격 상승의 경우 공병 수거율을 높이며 대응할 수 있지만 주정 가격 인상은 소주 원가 상승으로 직결한다. 주정은 소주 원가의 30% 가량을 차지한다. 실제 소주업계는 주정 가격이 올랐을 때 제품 가격 인상에 나선 바 있다. 2012년, 2008년, 2022년 주정 가격이 인상된 이후 소주 업체들은 1~2달 간격을 두고 가격을 조정했다. 소주병 값도 이미 올랐다. 소주병을 제조하는 제병 업체들은 올해 2월부터 순차적으로 180원에 납품하던 병값을 220원으로 22.2% 올렸다. 지난해 연말에는 병뚜껑 가격도 올랐다. **이슬비기자**

소주 업계는 당혹감을 감추지 못하고 있다. 소주 시장 점유율 1, 2위인 하이진진로와 롯데칠성음료(롯데주류)는 올해 2월 정부의 물가 안정 기조에 맞춰 당분간 가격 인상을 검토하지 않겠다는 입장을 밝혔지만, 주정 값이 올랐기 때문에 결국 소주 가격 인상은 시간문제라는 관측이 나온다. 일각에서는 소주 업계가 올 하반기에는 가격 인상에 나설 것이라 목소리가 커지고 있다. 인상액도 가격 동결로 누적된 손실분을 반영해 병당 소매가 기준 100원 수준보다 높아질 수 있다는 전망이다. 소주 업계가 출고가를 100원 올리면, 유통 단계를 거쳐 식당에서는 소비자들에게 1000원 이상 인상된 가격에 제품을 판매한다. 이미 서울 강남 등의 주점 등에서는 소주를 6000~7000원에 판매하고 있는데, 소주 출고가 200원 오르면 식당에서 판매하는 소주값이 1만원까지 치솟을 가능성도 있다. 한 주류업계 관계자는 "주정 가격이 오르면 제품 생산 비용이 크게 될 수밖에 없다"며 "인상 시기를 가능하는 상황은 아니지만 당장 올라야 분기가 지날수록 지속될 것으로 보여 회사 별로 경영 효율화를 지속하더라도 가격 인상을 계속 감내하기는 어려워 보인다"고 설명했다. 또다른 주류업계 관계자도 "소주가격 인상 요인은 각종 원부자재가, 주정가, 전기·가스 등 유틸리티비용, 물류비, 인건비 등의 증가로 충분한 상황"이라며 "원가 부담과 손익 악화가 분기가 지날수록 지속될 것으로 보여 회사 별로 경영 효율화를 지속하더라도 가격 인상을 계속 감내하기는 어려워 보인다"고 설명했다. 그러면서 "결국 소주 가격 인상은 시간 문제이며 시간이 지날수록 업체의 부담은 가중되어 두자릿수 가격 인상도 발생할 가능성이 있다"고 전망했다. **이슬비기자**



이른 더위에 선풍기 인기 이른 더위와 고물가, 전기인상 등의 이유로 선풍기가 인기를 끌고 있다. 이마트는 4월부터 지난 17일까지 선풍기 매출이 지난해 같은 기간보다 34.3% 증가했다고 밝혔다. 21일 오전 서울 시내 대형마트 가전매장을 찾은 시민이 선풍기를 살펴보고 있다.

제네시스, '마이 제네시스' 앱 출시



제네시스가 22일 통합 고객 서비스 앱 'MY GENESIS(마이 제네시스)'를 출시했다. '마이 제네시스'는 제네시스가 고객들에게 편리함과 차별화된 디지털 경험을 제공하고자 기존 5개로 분리돼 있던 앱의 기능을 통합해 하나의 앱에서 이용 가능하도록 만든 새로운 플랫폼이다. 제네시스는 ▲충전, 정비, 세차 등 차량 관리 및 편의 서비스 ▲차량 제어와 상태 확인이 가능한 제네시스 커넥티드 서비스 ▲별도의 키 없이도 차량 시동 및 주행이 가능한 제네시스

차량 관리·차량 제어 등 한곳에

디지털 키 ▲차량과 앱을 연동해 제휴처 상품 결제 및 포인트 관리가 가능한 제네시스 카페 이 ▲블트인 캠을 통해 차량 녹화 영상을 제공하는 제네시스 빌트인 캠 등 5가지 앱에 분산돼 있던 기능을 한곳에 모아 통합 앱으로 새롭게 출시했다. 이를 통해 제네시스 고객들은 차량 구매 정보부터 차량 관리, 차량 제어, 편의 서비스 등 제네시스와 관련된 기능들을 하나의 앱으로 쉽게 이용할 수 있다. 여기에 더해 제네시스는 차량 상태 확인과 제어가 한 화면에서 가능하도록 직관적으로 UI·UX를 개선했다. 새롭게 런칭한 앱은 22일부터 구글 플레이 및 애플 앱스토어에서 '마이 제네시스' 혹은 'MY GENESIS'로 검색해 다운로드 받으면 된다. **오유나기자**

호남권 1분기 광공업생산·수출 ↓ ... 건설수주는 증가로 전환

호남통계청 1분기 호남권 지역경제동향 발표

올해 1분기 호남지역 광공업생산과 수출은 전년 동기 대비 감소가 지속됐으나 건설수주는 증가로 전환한 것으로 나타났다. 22일 호남지방통계청가 발표한 1분기 호남권 지역경제동향에 따르면 광공업생산은 화학제품 등의 생산이 줄어 전년동분기대비 2.8% 감소했다. 광주(2.6%)는 증가한 반면,

전남(-4.1%)과 전북(-4.3%)은 감소했다. 건설수주는 건축공사 수주가 늘어 전년동분기대비 49.0% 증가했다. 광주(149.2%)와 전북(72.7%)은 증가한 반면, 전남(-33.3%)은 감소했다. 수출은 철강 판 등의 수출이 줄어 전년동분기대비 11.4% 감소했다. 광주(6.0%) 증가

했고 전남(-17.0%)과 전북(-14.4%)은 감소했다. 고용률은 30대와 50대 등을 중심으로 전년동분기대비 1.4%포인트 상승했다. 광주(1.5%p), 전남(1.4%p), 전북(1.3%p) 모두 상승했다. 인구는 20대(-5946명), 10대(-1451명) 등을 중심으로 5640명 순유출됐다. 광주(-3073명), 전남(-803명), 전북(-1764명) 모두 순유출됐다. **오유나기자**

제주 드림타워 복합리조트, 8만2000원 애플망고 빙수 출시

라운지 38서 고당도 애플망고 엄선했 선보여

롯데관광개발은 22일 제주 드림타워 복합리조트 내 그랜드 하얏트 제주 '라운지 38'에서 애플망고 빙수와 블루베리 및 망고 테마의 에프터눈티 세트를 출시했다고 밝혔다. 롯데관광개발 관계자는 "제주 최고층인 38층에 위치한 라운지 38에서 바다, 도심, 비행기 이착륙 장면을 파노라믹뷰로 즐기며 빙수, 에프터눈티와 함께 인증샷을 찍기에도 제격"이라고 말했다. 애플망고 빙수는 제주도 프리미엄 애플망

고 중 당도 13브릭스 이상을 선별한 뒤, 눈꽃 얼음에 망고 아이스크림을 더했다. 가격은 8만2000원이다. 올해 여름시즌 에프터눈티 세트는 망고나 블루베리를 곁들인 에클레어, 마카롱, 스콘 등 디저트 7종과 훈제연어 아보카도, 허비스커스 매추리알, 비트 마스크포네 롤 등을 함께 제공한다. 커피 또는 티 2잔을 포함했다. 가격은 9만9000원이다. 빙수는 상시 판매해 자정이 넘는 시간까지



즐길 수 있다. 에프터눈티는 오후 12시부터 6시까지 이용 가능하다. **뉴스스**

GS25, 냉동피자 '뽕 피자'... "7인치 두 조각"

편의점 GS25는 쿠팡과 함께 냉동피자 상품인 '뽕 피자'를 출시했다고 22일 밝혔다. 이 상품은 7인치 피자 두 판이 들어간 상품이다. 원 플러스 원을 연상할 수 있게 상비율을 초성으로 작명했다. 피자엔 모짜렐라 치즈와 체다 치즈를 넣었다. 가격은 6500원이며, GS25 외에 GS더프레

스·GS프레시몰·우리동네 GS애플리케이션 배달·픽업을 통해서도 판다. GS25는 피자에 앞서 쿠팡과 더불어 만두 상품을 내놓은 바 있다. 만두 이름은 'ㅋㅋ만두'로 출시 한 달 남동만두 카테고리에서 매출 1위를 했다. **최이슬기자**