

“지갑 텅 빈다”...추석 코앞장 보는 손님도 상인도 ‘한숨’

전통시장서 만난 시민들 차례상 마련 고민 작년보다 4.9% 싸다는데...시장 체감은 달라 차례장 보니 “20만원어치 샀는데 절반밖에” 소득 감소·고물가 겹쳐...“그나마 시장이 싸”

“차례상 예산으로 20만원 어치를 샀는데 생각했던 양의 절반밖에 못 샀어요.” 미국에서 살다가 추석 명절을 보내러 10년 만에 한국에 돌아온 김은희(56)씨는 추석 장을 보러왔다가 깜짝 놀랐다고 한다. 어머니가 돌아가신 뒤 맞는 첫 추석이라는 김씨는 “그동안 부모님이 챙겨주셔서 잘 몰랐는데 직접 챙겨보니 물가 체감이 많이 다르다”고 토로했다.

추석을 채 일주일도 남기지 않은 가운데 차례상 준비를 위해 시장을 찾은 시민들의 한숨이 깊어지고 있다. 남부지방의 가뭄에 여름철 집중호우, 폭염이 겹쳐 농산물 가격이 비싸진 반면 지갑은 가벼워진 탓이다.

지난 22일 낮 서울 동대문구 경동시장은 사과, 배 등 추석 성수품을 사려는 손님들로

북적였다. 장바구니 수레를 끄는 이들이 시장 초입에 들어설 때부터 상인들은 “추석이니 몇 개 더 줄테니 여기서 사가요” “싸게 해 줄게요”라고 목소리를 높였다.

동대문구에 사는 한점숙(68)씨는 “집 앞에 마트가 있지만 사과나 배 등이 3개에 1만 3000원으로 비싸서 멀더라도 그나마 싼 가격에 살 수 있는 경동시장으로 오게 됐다”고 말했다.

한국농수산식품유통공사(aT)에 따르면, 지난 6일 전국 16개 전통시장과 34개 대형유통업체를 대상으로 주요 28개 성수품 가격을 조사한 결과 올해 차례상 차림 평균 비용은 지난해보다 4.9% 낮은 30만3002원으로 나타났다.

전통시장을 이용할 땐 26만3536원, 대형

유통업체를 이용할 땐 34만2467원으로 각각 지난해보다 3.2%, 6.2% 저렴했다.

하지만 추석 장을 보러 온 손님들은 선풍 물건을 담지 못하는 모습이였다. 상대적으로 소득은 감소한 반면 체감 물가는 올랐기 때문으로 풀이된다.

한국은행에 따르면 지난달 생산자 물가지수는 121.16으로 7월(120.08)보다 0.9% 올랐다. 생산자 물가는 시차를 두고 소비자 물가에 영향을 주기 때문에 앞으로도 물가 상승이 이어질 가능성이 높다. 특히 추석 차례상에 올라가는 농산물과 축산물 가격이 전월 대비 각각 13.5%와 1.5% 올랐다.

경기도 광명에서 올라온 김모(75) 할머니는 떡집 주인과 한참 흥정을 한 끝에 송편값을 깎았다. 김씨는 “옛날부터 여기가 그나마 값이 싸서 왔다”며 “몇 년 전과 비교하면 천 차이다. 물가는 오르지만 할 뿐 전혀 안 내려가는 거 같다. 송편도 같은 양을 5000원이면 사던 게 이제 1만원됐다”고 했다.

한씨는 “5~6년 전만 해도 20만원 정도로 추석 준비가 가능했는데 지금은 30~40만원까지 필요하다”며 “오랜만에 손주들 얼굴 보는 건 좋지만 명절을 치르고 나면 지갑이 텅 텅 비니까 무섭다”고 전했다.

지난달 25일 통계청이 발표한 2023년 2분기 가계동향조사를 보면 전국 1인 이상 가구(농림어가 포함)의 월평균 소득은 479만3000원으로 전년 대비 0.8% 감소했다. 물가 변동 영향을 제거한 실질 소득은 3.9% 감소했다. 이는 가계동향조사에 1인 가구를 포함하기 시작한 2006년 이래 가장 큰 폭으로 줄어든 수준이다.

송파구 가락농수산물종합도매시장도 비슷한 풍경이었다.

직장인 김모(35)씨는 온라인에서 대구 고향 집에 보낼 과일을 주문하려다 비싼 가격에 직접 가락시장을 찾았다며 “시장도 과일 가격이 생각보다 저렴하지 않아서 과일 대신 현금을 보낼까 생각 중”이라고 말했다.

좀처럼 주머니를 열지 않는 손님들을 맞는 상인들의 고심도 깊다. 10년 가까이 과일 가게를 운영해 온 이모(56)씨는 “손님들이 과일을 들었다가 가격을 보고 내려놓으면 속상하다”면서도 “우리가 최소한의 마진은 남겨야 하기 때문에 가격을 더 내릴 수도 없고 어떻게 할 방도가 없다”고 탄탄했다.

떡거리뿐만 아니라 꾸준한 오름세를 보이고 있는 기름값도 부담적이다. 한국석유공사 유가정보시스템 ‘오피넷’에 따르면 이달 2주

차 주유소 휘발유 가격은 0(리터)당 1759.6원으로 전주보다 9.6원 상승해 10주 연속 상승 곡선을 그리고 있다.

60대 남성 이모씨는 “이번 추석에 고향인 전북 김제에 가야 하는데 기름값이며 차례상 비용, 용돈까지 다 하면 70~80만원은 나갈 것 같다”며 “차를 타느니 기차 타고 내려가면 친척이 데리러 나오기로 했다”고 설명했다.

정부는 추석 물가 잡기에 팔을 걷어붙였다.

김병환 기획재정부 1차관은 전날 주재한 제31차 비상경제차관회의 겸 범부처 지역투자 지원 전담반(TF) 1차 회의에서 20대 성수품 가격이 작년보다 6.4%가량 낮은 수준으로 유지되고 있다고 밝혔다. 전국 145개 전통시장에서 오는 27일까지 온누리상품권 환급(구매액의 30~40%) 행사도 추진한다.

서울시도 지난 18일부터 추석 연휴인 다음달 1일까지 시내 106개 전통시장에서 제수용품과 농수축산물을 5~30% 할인해 팔고, 시장별로 일정 금액 이상 구매 시 온누리상품권과 사은품을 증정하는 ‘추석 명절 특별 이벤트’를 진행하고 있다.

변용일기자

추석 물가 6.4% 내렸지만...“떨어질 줄 모르는 체감 물가”

작년 높았던 물가상승률 기저효과...도매 과일값↑ “정부 할인지원으로 소비자가격 상승률 높지 않아” 국제유가·생산자물가 상승...물가안정 장애물 산적



정부가 추석을 앞두고 주요 성수품 가격을 전년보다 5% 낮추겠다고 밝힌 후 실제 조사 결과 6.4% 감소했다고 밝혔다. 하지만 지난해 물가상승률이 높았던 탓에 현장에서 소비자가 느끼는 체감 물가는 여전히 높은 상황이다.

24일 기획재정부가 최근 발표한 ‘농·축·수산물 20대 추석 성수품 가격동향’에 따르면 20대 성수품이 지난 7일부터 20일까지 2주간 전년 대비 6.4% 하락했다. 정부는 당초 계획인 5% 인하보다 낮은 수준이 유지되고 있다고 진단했다.

김병환 기재부 1차관은 지난 22일 비상경제차관회의에서 “추석 민생안정대책 이행 상황을 점검한 결과 역대 최대 규모인 16만 성수품 공급을 목표로 20일 기준 12만, 계획 대비

120%를 공급했다”며 “20대 성수품 가격이 당초 목표보다 낮은 전년 대비 -6.4% 수준에서 유지되고 있다”고 말했다.

하지만 작년 물가상승률이 높았던 기저효과와 올해 집중호우 등으로 신선식품 물가가 오르면서 시민들이 느끼는 체감물가는 높은 상황이다.

지난해 이른 추석 연휴(9월9일~12일)를 포함한 작년 9월 소비자물가는 전년보다 5.6% 상승하면서 높은 수준을 유지했다. 생선, 해산물, 채소, 과일 등 기상 조건이나 계절에 따라 가격 변동이 큰 55개 품목 물가를 반영하는 신선식품지수는 전년 대비 12.8% 올랐고, 구체적으로는 신선채소는 22.2%, 신선과실은 7.5% 상승한 바 있다.

다음 달 초 발표될 9월 소비자물가가 역시 지난 8월에 이어 3%대를 기록할 것으로 관측되고 있다. 정부는 추석과 국제유가 상승이라는 일시적 요인의 영향으로 예측하고 있다.

8월 소비자물가 상승률은 전년 대비 3.4%로 6개월 만에 최대 상승폭을 기록했다. 신선식품지수는 전년보다 5.6% 더 올랐는데, 지난 3월(7.3%) 이후 가장 높은 수준을 기록했다. 그간 이어진 집중호우와 폭염, 태풍의 영향으로 채소·과일류 가격이 급상승한 탓이다.

특히 과일값이 급격히 뛰면서 일부 품목은 전년 대비 도매가가 190%가량 오르기도 했다. 농림축산식품부에 따르면 이달 중순 사과 홍로 10kg는 도매가 기준 7만1837원으로 전년보다 189.9% 증가했다. 비 신고 10kg는 32.1% 올라 4만6760원으로 집계됐다.

한국농촌경제연구원 이 내는 9월 농업관측 정보에서도 이달 사과를 포함한 배, 포도, 감귤, 복숭아 등 대부분의 과일 가격이 전년보다 오를 것으로 관측했다. 특히 추석 성수품인 사과(홍로) 도매가는 10kg 기준 전년 28400원 대비 상승한 7만~7만4000원에 이를 것으로 전망했다.

다만 도매가격이 높게 형성되고 있어도 정부의 할인 지원과 유통업체의 자체 할인 노력으로 소비자 가격은 안정세를 찾았다는 게 정부의 설명이다. 이달 중순 소매가 기준 사과 홍로 10kg는 전년보다 0.2% 감소한 2만9663원, 배 신고 10kg는 31.3% 감소한 2만7946원이다.

이런 가운데 시차를 두고 소비자물가에 영향을 끼치는 8월 생산자물가는 전월 대비 0.9% 상승했다. 지난해 4월 1.6% 상승 후 1년4개월 만에 최대 증가폭이다. 특히 농산물은 집중호우 등 날씨의 영향을 받아 전월 대비 13.5% 급증했다.

최근 고공행진 중인 국제유가로 인해 국내 유가가 11주 연속 오르면서 물가 상승세는 당분간 이어질 전망이다.

이슬비기자

고물가에 가성비 높은 추석선물이 대체



갑수록 커지는 물가 부담으로 실속있는 명절 선물세트를 찾는 소비자가 늘고 있다. 이에 식품업계에선 ‘실속 있는 제품’과 ‘합리적인 가격’을 강조한 선물세트를 앞다퉈 내놓고 있다.

롯데네슬레코리아는 합리적인 가격에 구매할 수 있는 대용량 커피믹스 선물세트를 공개했다. 하이진로는 증류식 소주로 구성된 추석 선물세트를 내놨다.

23일 업계에 따르면 롯데네슬레코리아는 추석 선물에 맞아 합리적인 가격으로 부담 없이 마음을 전할 수 있는 대용량 커피믹스 선물세트 3종을 선보였다.

이번 추석 선물세트는 ▲프리미엄 원두의 맛과 향을 살린 커피믹스 네스카페 수프리모 오리지널 커피믹스 ▲맛 밸런스와 부드러움이 특징인 네스카페 수프리모 골드 마일드 ▲커피 본연의 맛과 향의 조화를 살린 테이스티스

조이스 오리지널 커피믹스 각 3종이다.

하이진로는 증류식 소주 3종 추석 선물세트를 공개했다. 프리미엄 증류식 소주 3종 ‘일품진로(알코올 도수 25도)’ ‘일품진로 오크 43(43도)’ ‘진로 1924 헤리티지(30도)’ 등으로 술잔과 함께 선물세트로 구성했다.

최근 여러 음용종으로 확대돼 성장세가 가파른 증류식 소주 시장 환경에 부합하고자 올해는 추석 선물세트를 다양한 구성과 가격대로 기획했다.

하림은 건강을 생각하는 트렌드에 맞춰 닭가슴살로 만든 캔햄 ‘참’을 추석 선물세트로 출시했다. 참은 닭가슴살로 만든 치킨햄으로 ‘닭가슴살 참 세트’와 ‘닭가슴살 참 종합 세트’ 두 가지로 구성했다.

‘닭가슴살 참 세트’는 닭가슴살의 부드럽고 담백한 맛을 담은 ‘오리지널 맛’, ‘닭가슴살 참 종합 세트’엔 오리지널 맛과 ‘할라피노 맛’ ‘더블치즈 맛’이 각 3개씩 들어있다.

SPC 비알코리아가 운영하는 단킨도너츠도 추석 선물세트 5종을 출시했다. 단킨도너츠 추석 선물세트는 ▲드립백 커피 선물세트 ▲드립백 커피 티세트 ▲단킨스틱커피(120개입) ▲쿠기&약과 드립백 선물세트 ▲쿠기&약과 선물세트 5종으로 구성했다.

이번 추석 선물세트는 민화 일러스트레이터 윤다순 작가와 협업해 제작한 특별 패키지 와 함께 제공한다. 패키지는 명절의 정취를 담은 전통 민화를 친근한 동물 캐릭터로 그렸다.

오유나기자

롯데마트, 제수용품 가격 20% 낮췄다

롯데마트는 추석 대목에 맞춰 오는 4일까지 ‘요리하다’, ‘오늘좋은’ 등 PB(자체 브랜드) 간편 제수용품 30여 품목에 대해 할인 행사를 진행한다고 24일 밝혔다.



명절 인기 반찬인 ‘요리하다 고기찜닭’과 ‘요리하다 동그랑땡’은 1000원 할인해 각 6990원에 판매한다. ‘오늘좋은 김밥’과 ‘오늘좋은 요리용맛살’ 같은 제수용품 10여 품목에는 균일가 할인을 적용해 선보인다.

더불어 엘포인트(L.POINT) 회원일 경우 큼직한 갈빗대가 통으로 들어가는 ‘요리하다 왕갈비탕’을 1000원 할인해 7990원에 만나볼 수 있다.

이번 PB 간편 제수용품 할인 행사의 특징은 바로 ‘저렴한 가격’이다. ‘요리하다’와 ‘오늘좋은’ PB 제수용품으로만 구매할 시 시중 인기

브랜드 상품과 비교해 평균 20% 저렴하게 장을 볼 수 있다.

또 롯데마트는 PB 제수용품을 집에서 해먹는 음식처럼 느낄 수 있도록 제조 단계에서부터 품질과 맛에 신경을 썼다.

PB 간편식 외에도 모듬전, LA갈비 등 대표 추석 먹거리를 오는 27일까지 판매한다.

서선욱기자

노스페이스, 전용 앱 나왔다...“가입하면 15% 쿠폰이”

‘스태프 갤러리’와 고객별 추천 아이템 서비스 등 다양한 정보 제공

아웃도어 브랜드 노스페이스가 ‘노스페이스 전용 애플리케이션’을 출시했다고 22일 밝혔다.

노스페이스 전용 앱은 편리한 사용자 인터페이스(UI)를 적용하는 한편, 노스페이스 직원이 직접 제품을 착용하고 코디법을 소개하는 ‘스태프 갤러리’와 고객별 추천 아이템 서비스 등 다양한 정보 제공을 통해 소비자보다 편안한 쇼핑이 가능하도록 돕는다.

또 노스페이스는 전용 앱 오픈을 기념해 다양한 이벤트도 함께 준비했다. 먼저 전용 앱 가

입 고객 전원에게 15% 할인 쿠폰을 제공하고, 신규 멤버십 가입 고객에게는 1만원 할인 쿠폰과 추가 5% 할인 쿠폰을 준다.

더불어 노스페이스는 30일까지 전용 앱을 통해 20만원 이상 노스페이스 제품을 구매 한 고객을 대상으로, 추첨을 통해 300만원 상당의 미국 여행권(10명)과 5만원 상당의 노스페이스 제품(100명)을 제공할 계획이다.

성가는 영원아웃도어 부사장은 “다양한 소비자 니즈를 충족시키기 위해 혁신을 거듭해 온 노스페이스가 전용 앱 출시를 계기로 소비



자 혜택과 편의를 강화함으로써 남녀노소 모두에게 사랑받는 국민 브랜드로 한층 더 거듭날 수 있도록 앞으로도 최선의 노력을 다하겠다”고 했다.

뉴시스