

무역부진 속 농식품 수출액 63.1억弗…라면·김치·딸기 등 확대

농식품부, 9월2주차까지 누적 2300만불·0.4% ↑
라면 6.6억불로 23.5% ↑…수출 증가세 이끌어
중·미·EU·러 등 증가…일·아세안 부진 속 회복세

우리나라 수출액이 11개월 연속 내리막을 벗어나지 못하는 등 무역 부진이 지속되는 가운데 작년보다 줄었던 농식품 수출액이 어려운 대내외 여건에도 이달 들어 증가세로 전환하며 반등에 나섰다.

농림축산식품부는 9월 2주차(9월16일)까지 농식품 수출(잠정)이 63억1000만 달러를 기록, 지난해 같은 기간(62만9000만 달러)보다 0.4% 증가했다고 25일 밝혔다.

올해 들어 처음으로 농식품 누적 수출액이 전년 대비 상승 전환했다. 글로벌 경기 둔화와 기록적 엔저(円低) 등 어려운 대외 수출 여건으로 농식품 수출도 부진을 거듭했다.

중국의 리오프닝과 미국과 유럽연합(EU) 소비심리 회복과 함께 라면·음료 등 가공식품과 김치·딸기·배 등 신선식품 수출 성장세가 힘입어 전년 대비 처음 상승 전환했다. 스마트팜, 농기자재 등 전후방산업을 포함한

K-Food+ 수출도 지난해보다 1.8% 증가한 84억6000만 달러(전후방산업 21억5000만 달러)로 상승세를 보이고 있다.

시장별로 중국 수출은 9억7670만 달러로 전년 대비 11.3% 증가했고, 미국(9억1010만 달러, 3.8%), EU(3억3640만 달러, 1.2%) 수출도 늘었다. 우크라이나와 전쟁 중인 러시아는 1억4790만 달러로 18.8% 증가했다. 아세안(12억6760만 달러)과 일본(10억3460만 달러)은 각각 전년 대비 6.1%, 7.4% 감소했지만 최근 들어 감소 폭이 축소되는 등 회복세를 보였다.

품목별로는 라면, 음료, 쌀가공식품(김밥 포함) 등 가공식품과 김치, 딸기·배 등 신선농산물이 높은 성장세를 보이고 있다. 라면은 K-드라마 등 한류 콘텐츠에 힘입어 매운 라면, 볶음면 등에 대한 인기가 여전했다. 작년 역대 최고액 수출에 이어 올해도 전년 동

기 대비 23.5% 증가한 6억5730만 달러를 기록하는 등 수출 효과 품목이다.

우리나라 수출액이 11개월 연속 내리막을 벗어나지 못하는 등 무역 부진이 지속되는 가운데 작년보다 줄었던 농식품 수출액이 어려운 대내외 여건에도 이달 들어 증가세로 전환하며 반등에 나섰다.

농림축산식품부는 9월 2주차(9월16일)까지 농식품 수출(잠정)이 63억1000만 달러를 기록, 지난해 같은 기간(62만9000만 달러)보다 0.4% 증가했다고 25일 밝혔다.

올해 들어 처음으로 농식품 누적 수출액이 전년 대비 상승 전환했다. 글로벌 경기 둔화와 기록적 엔저(円低) 등 어려운 대외 수출 여건으로 농식품 수출도 부진을 거듭했다.

중국의 리오프닝과 미국과 유럽연합(EU) 소비심리 회복과 함께 라면·음료 등 가공식품과 김치·딸기·배 등 신선식품 수출 성장세에 힘입어 전년 대비 처음 상승 전환했다. 스마트팜, 농기자재 등 전후방산업을 포함한 K-Food+ 수출도 지난해보다 1.8% 증가한 84억6000만 달러(전후방산업 21억5000만 달러)로 상승세를 보이고 있다.

시장별로 중국 수출은 9억7670만 달러로 전년 대비 11.3% 증가했고, 미국(9억1010만



달라, 3.8%), EU(3억3640만 달러, 1.2%) 수출도 늘었다. 우크라이나와 전쟁 중인 러시아는 1억4790만 달러로 18.8% 증가했다. 아세안(12억6760만 달러)과 일본(10억3460만 달러)은 각각 전년 대비 6.1%, 7.4% 감소했지만 최근 들어 감소 폭이 축소되는 등 회복세를 보였다.

품목별로는 라면, 음료, 쌀가공식품(김밥 포함) 등 가공식품과 김치, 딸기·배 등 신선농산물이 높은 성장세를 보이고 있다. 라면은 K-드라마 등 한류 콘텐츠에 힘입어 매운 라면, 볶음면 등에 대한 인기가 여전했다. 작년 역대 최고액 수출에 이어 올해도 전년 동기 대비 23.5% 증가한 6억5730만 달러를 기록하는 등 수출 효과 품목이다.

변용일기자

“보온·통기성 둘 다 잡는다” 블랙야크, ‘윈드테이커 시리즈’ 선포

신체 온도·움직임 따라 보온성·통기성 모두 충족



이 자켓은 바람을 막기 위한 자켓이 아닙니다

자켓 한 장으로 신체 부위별 보온과 통기성까지 올인원케어, 윈드테이커

어떤 날에도 단 한 장으로 간편한 신을 즐길 수 있도록 윈드테이커를 만들었습니다

리사이클 패딩, 온도조절기, 울인원 보온소재, 패딩소재, 대나무 섬유, 울인원 소재, 울인원 소재, 울인원 소재

블랙야크가 선보인 ‘윈드테이커 시리즈’는 신체 부위별 온도와 움직임에 따라 필요한 보온성과 통기성을 제공하는 블랙야크의 기술력을 담았다. 보온성과 통기성, 서로 상반되는 두 기능이 시너지를 내며 어떤 날씨에도 자켓 한 장으로 가볍게 산을 오르고 즐길 수 있는 ‘올인원 케어’를 자랑한다.

먼저, 보온성이 필요한 몸 앞판과 소매 상단 부분에는 얇은 두께감을 갖춘 리사이클 써모어 패딩 충전재를 사용했다. 움직이면서 땀과 열기가 많이 나는 등판 부분에는 쾌적한 상태를 유지할 수 있도록 벤틸레이션 티티일을 더해 통기성을 강화했다. 또한, 메카니컬 스트레치 원단을 사용해 가볍고 우수한 신축성을 자랑한다.

출시에 맞춰 블랙야크는 전속모델 아이유와 함께 ‘이 자켓은 바람을 막기 위한 자켓이 아닙니다’라는 메시지를 던지는 광고 캠페인을 전개하며 자연을 즐길 수 있도록 혁신하는 기술력을 알려 나간다.

특히, 함께 공개된 화보에서 아이유는 캠페인의 메시지에 담긴 바람을 온전히 맞으며 자연을 오롯이 느끼는 모습을 표현했다. 화보 속 아이유 착용 제품은 후드 일체형 ‘윈드테이커 자켓’이다. 가을 산행에 잘 어울리는 기본 바람막이 스타일로 우수한 내구성과 가벼운 착용감을 느낄 수 있는 나일론 소재를 적용했으며, 후드와 밑단 스트리핑을 이용해 실루엣도 다양하게 조절할 수 있다. 색상은 아이유가 화보에서 착용한 실버와 블랙이 있으며, 남성용으로 블루그린이 추가됐다.

상황과 필요에 따라 패딩 내외와 외외인 후드 자켓을 따로 또 같이 착용할 수 있어 활용도가 높은 ‘윈드테이커3IN1자켓’도 있다. 남성용은 베이지, 여성용은 영딩이를 덮을 수 있는 기장으로 디자인됐으며, 남녀 모두 블랙과 실버 색상으로 구성돼 있다.

또 다른 제품으로는 목 깎고 단추 여밈 등 서드형 디자인으로 색다른 느낌을 주는 남성용 ‘윈드테이커셔츠자켓’이 있고, 다크 네이비와 실버 색상이 있다.

‘윈드테이커 시리즈’에는 자켓 외에도 동일한 기능이 적용된 맨투맨 스타일의 티셔츠 ‘M 윈드테이커맨투맨셔츠’와 베이식한 실루엣의 패딩 팬츠 ‘M 윈드테이커팬츠’도 함께 준비돼 있어 다양한 스타일로 ‘올인원 케어’를 경험할 수 있다.

블랙야크 관계자는 “더위와 추위가 공존하는 일교차가 큰 가을, 체온을 유지하며 건강한 산행을 즐길 수 있도록 부위별 보온성과 통기성을 동시에 발휘하는 윈드테이커 시리즈를 출시했다”며 “아이유 화보와 캠페인의 핵심 메시지에 담긴 ‘이 자켓은 바람을 막기 위한 자켓이 아닙니다’라는 메시지를 던지는 광고 캠페인을 전개하며 자연을 즐길 수 있도록 혁신하는 기술력을 알려 나간다.”

LG전자, 한국 최초 ‘폴더블 노트북’ 출시

대용량 배터리 탑재에도 본체 무게 1250g



LG전자가 한국 브랜드 최초 폴더블 노트북 ‘LG 그램 폴드’를 공개했다.

LG전자는 25일 ‘LG 그램’의 기술과 디자인 혁신을 계승한 폴더블 노트북 ‘LG 그램 폴드’를 출시했다.

해당 제품은 화면을 펼쳤을 때 가장 두꺼운 부분의 두께가 9.4mm로 얇고 완전히 펼치면 17형 대화면(대각선 길이 약 43cm), 화면을 접으면 12형(대각선 길이 약 31cm)이다.

LG전자는 노트북·태블릿 등 크기에 따라 변환할 수 있는 해당 제품을 최대로 활용할 수 있도록 다양한 주변 기기와의 연결성 등을 강화했다.

예를 들어 좁은 공간에서 화면을 접어 사용할 때는 아래 화면에 가상 키보드를 활성화하고 노트북으로 이용한다. 또 가상 키보드가 익숙하지 않으면 아래 화면에 블루투스 키보드를 올려놓고 노트북과 연결해 사용한다. 이경

우 아래 화면은 자동으로 꺼진다.

노트북을 가로로 세워 책처럼 화면 가운데를 접으면 자동으로 화면이 회전되고 비율이 조절돼 전자책이나 문서를 읽기 편리하다. 태블릿처럼 터치 펜으로 필기하거나 그림을 그리기도 하고, 키보드나 마우스 없이도 화면 터치만으로 화면을 켤 수 있다.

노트북을 펼쳐 세로로 세우면 하나의 모니터로도 사용한다. 이때 화면을 상하로 분할하면 영상을 보며 동시에 편집 작업을 하는 유튜브나 여러 작업을 동시에 띄워 놓고 검토하는 디자이너에게 유용하다.

LG 그램 폴드는 4:3 화면비의 17형 고해상도 OLED(유기발광다이오드) 터치 디스플레이를 탑재했다. OLED의 장점인 압도적인 명암비와 블랙 표현과 함께 디지털영상처리(DCI)의 표준 색 영역 DCI-P3를 99.5% 충족했다.

인텔의 최신 13세대 프로세서와 최신 저전력 메모리를 적용했다. 제품에 내장된 3개의 스테레오 스피커는 화면 전환에 따라 자동으로 왼쪽, 오른쪽을 파악해 소리를 전달한다. 최신 입체음향기술 돌비앰트모스도 지원한다.

최대 17형 대화면과 72와트시(Wh) 대용량 배터리를 탑재하고도 본체 무게는 약 1250g이다. 화면이 접히는 부분은 내구성 검증을 위해 3만 번에 이르는 접힘 테스트를 통과했다.

LG전자는 이번 그램 신제품에 고유 번호를 새겨 한정 판매한다.

이선욱기자

“작지만 파워는 강력”…블랙앤데커, ‘세척기·송풍기’ 출시

‘인덕션 모터 유선 고압세척기’

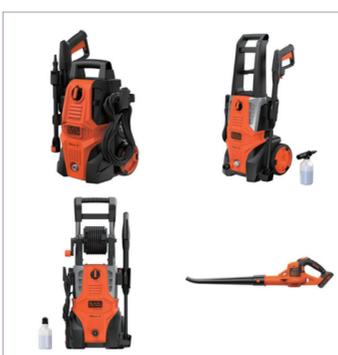
스탠리블랙앤데커코리아의 라이프 스타일 가전제품 선도 브랜드 ‘블랙앤데커’는 강력한 물 분사력으로 묵은 때를 말끔히 제거해 주는 ‘인덕션 모터 유선 고압세척기’ 3종과 콤팩트한 사이즈와 가벼운 무게로 강력한 송풍력을 선사하는 ‘무선 콤팩트 송풍기’를 출시했다고 25일 밝혔다.

블랙앤데커의 신제품은 ‘120Bar 인덕션 모터 유선 고압세척기(BEPWB1740)’, ‘135Bar 인덕션 모터 유선 고압세척기(BEPWB2000)’, ‘165Bar 인덕션 모터 유선 고압세척기(BEPWB2400)’ 총 3종의 유선 고압세척기와 ‘무선 콤팩트 송풍기(GWC1820PCF)’로 우수한 세척과 송풍 성능을 갖췄다.

인덕션 모터 유선 고압세척기 3종은 브러시리스 타입의 인덕션 모터가 장착돼 강력한 물 분사 압력과 낮은 소음이 강점이다. 가정에서 쓰는 수돗물 수압 대비 제품에 따라 최소 25배에서 최대 40배의 강력한 물줄기를 만들어내 좁은 틈과 굳어진 먼지 자국 등을 세밀하게 청소할 수 있다. 120Bar 인덕션 모터 유선 고압세척기는 시간당 약 3200의 분사 압력을 갖추고 있다. 이외 제품은 시간당 약 4000의 분사 압력을 구현한다.

사용 편의성과 휴대 기능도 강화됐다. 트리거 형식으로 설계된 고압건은 트리거를 당기면 작동되고 놓는 순간 자동으로 멈춘다.

강력한 풍속을 갖춘 ‘무선 콤팩트 송풍기’도 선보였다. 더 강력한 풍속을 지원하는 파워부스트 기능으로 세차는 물론 가벼운 나뭇가지



부터 겨울철 철 청소까지 사계절 내내 다목적 으로 활용할 수 있다.

뉴시스

추석연휴에 장거리 여행객 ‘굉충’

작년 대비 자사 해외여행 상품 예약 568% ↑

정부의 임시공휴일(10월2일) 지정으로 예년보다 긴 추석 연휴(9월28일~10월3일)를 맞아 미주·유럽 등으로 장거리 여행을 떠나는 한국인 여행객 수가 크게 늘어날 것으로 예측된다.

글로벌 여행·레저 이커머스 플랫폼 클룩은 다가오는 추석을 맞아 ‘2023년 추석 황금연휴 해외여행 트렌드’를 25일 발표했다.

클룩에 따르면 올해 추석 연휴 기간 한국인의 해외여행 상품 예약 건수는 지난해 추석 연휴(9월9~12일) 대비 568% 증가한 것으로 나타났다. 미주·유럽 여행 상품 예약량은 지난해 대비 283% 증가했다. 추석 연휴에 추가 연차(10월4~6일)를 더하면 가장 12일까지 여행이 가능하기 때문에 평소 쉽게 갈 수 없었던 장거리 여행에 대한 관심이 높아진 이유로 분석된다.

성수기였던 지난 8월과 비교했을 때도 9월 미주·유럽 여행 상품 예약량은 24% 늘었다. 특히 주로 일본과 홍콩, 동남아시아 등 중·단거리 여행지가 중심이었던 클룩의 인기 예약

국가 탑(TOP) 10에 미국과 프랑스가 오르기도 했다.

미주·유럽을 찾는 여행객들이 가장 많이 예약한 상품은 ▲유럽일 글로벌 패스 ▲스위스 트래블 패스 등 교통 패스와 렌터카를 비롯해 ▲파리·LA 디즈니랜드 입장권 ▲유니버설 스튜디오 할리우드 ▲파리 뮤지엄 패스 ▲로마 콜로세움·포로 로마노·팔라티노 언덕 입장권 등으로 나타났다.

라스베이거스 태양의 서커스 카쇼, 뉴욕 브로드웨이 알라딘, 런던 디즈니 라이온킹 뮤지컬 티켓 등의 공연 티켓 예매율은 지난 8월 대비 최대 1500% 증가한 것으로 분석됐다. 현지의 문화·예술을 직접 경험하고 즐기고자 하는 여행객들의 니즈(needs)가 반영된 것으로 보인다.

추석 연휴 기간 인기 예약 국가 탑 10에는 일본과 베트남, 태국, 인도네시아, 홍콩 등이 상위권을 차지하며 근거리 여행지의 변함없는 인기를 보여줬다.

오유나기자