

외식물가 낙 달째 둔화세, 소비자물가상회...먹거리 부담 여전

**외식품목 39개 중 23개 물가상승률, 3.1% 넘어
가공식품, 두 달째 1%대로 둔화세...라면 3.4% ↓
“체감 물가 여전히 높아...2%대 조기 안착 총력”**

지난달 외식물가가 1년 전보다 3.4% 오르면서 4개월째 둔화세를 이어가고 있다. 가공식품은 두 달 연속 1%대 상승률로 하향 안정세에 접어드는 모습이다. 하지만 농축산물 물가 상승률이 10%를 웃돌고, 외식물가가 전체 물가상승률(3.1%)을 상회하면서 여전히 국민 먹거리 부담으로 작용하고 있다는 지적이다.

4일 통계청 국가통계포털(KOSIS)에 따르면 지난달 외식물가지수는 120.21(2020=100)로 전년보다 3.4% 상승했

다. 외식물가는 지난해 11월(4.8%) 이후 꾸준히 둔화세를 지속 중이다. 작년 12월(4.4%), 1월(4.3%) 이후 2월(3.8%), 3월(3.4%) 3%대로 내려왔다.

하지만 전체 소비자물가 상승률이 3.1%를 여전히 상회하는 수치다. 외식 품목은 총 39개인데, 이 가운데 23개인 60%가량의 물가 상승률이 3.1%보다 높았다.

비빔밥이 5.7%로 물가 상승률이 가장 높게 나타났고, 떡볶이(5.3%), 김밥(5.3%), 냉면

(5.2%), 구내식당식사비(5.1%), 햄버거(5.0%) 등이 뒤를 이었다.

전달인 2월보다 물가상승률이 확대된 품목은 6개로 15%이다.

김치찌개 백반(3.6%→3.7%), 칼국수(4.4%→4.8%), 생선초밥(1.9%→2.1%), 짬뽕(3.2%→3.4%), 탕수육(2.9%→3.1%), 구내식당식사비(4.7%→5.1%)의 상승폭이 전월보다 커졌다.

한편 가공식품의 물가지수는 118.92(2020=100)로 1년 전보다 1.4% 상승했다. 2월(1.9%)에 이어 두 달 연속 1%대 상승폭이다.

가공식품은 지난해 11월(5.1%)로 5%대로 진입했다가 12월(4.2%), 1월(3.2%), 2월(1.9%), 3월(1.4%) 서서히 둔화했다.

서민이 주로 찾는 라면(-3.9%)은 물가상승률보다 더 크게 하락했고, 소주(-1.4%)도 소

폭 감소했다. 가공식품 전체 73개 품목 중 25개(34.2%)가 평균 물가상승률(3.1%)보다 높게 나타났다.

차(-7.9%), 유산균(-5.6%), 시리얼(-4.5%), 탄산음료(-3.4%)도 물가상승률보다 크게 가격이 줄었다. 그외 김치(-3.0%), 소시지(-2.2%), 햄 및 베이컨(-2.0%), 된장(-1.5%), 물엿(-1.4%), 기타음료(-1.4%), 스낵과자(-1.3%), 즉석식품(-1.3%), 국수(-1.2%), 밀가루(-1.0%) 등도 하락했다.

이 와중에 설탕은 전년보다 19.7% 상승했다. 설탕은 그전에도 두 달간 20%대 상승률을 보인 바 있다. 소금도 18.4% 증가했다.

기타육류가공품(7.5%), 초콜릿(7.5%)도 7%대 높은 증가율을 보였다.

아이스크림은 둔화세가 이어지긴 했으나 여전히 6.9% 상승했다. 과일가공품(6.7%)과 우유(6.2%)도 6%대 상승률을 기록했다.

편의점도시락(5.5%)과 카레(5.3%), 스프(5.1%), 삼각김밥(4.0%)도 올랐고, 맥주(4.9%), 양주(4.4%), 밀반찬(3.6%)도 상승했다.

지난달 농축산물 가격은 전년보다 11.7% 오르면서 2년 11개월 만에 최대 상승률을 기록했다. 정부는 지난달 물가 올레의 정점을 찍었고, 하반기로 갈수록 빠르게 안정될 거라고 내다봤다. 다만, 국민 체감물가가 여전히 높은 것을 고려해 2%대 물가안착에 총력을 다하겠다는 방침이다.

최상목 경제부총리 겸 기획재정부 장관은 지난 2일 물가관계장관회의에서 “국민들이 느끼는 물가수준이 결코 낮지 않다”며 “장보기 무섭다”는 말 한마디를 무겁게 받아들여 2%대 물가가 조속히 안착하도록 총력 대응하겠다”고 강조했다.

오유나기자

현대모비스, ‘스마트 카드키’ 출시...아이오닉5N에 적용



현대모비스가 얇은 카드 형태의 자동차 스마트키를 출시했다고 4일 밝혔다. 휴대성과 편의성 측면에서 강점을 가진 초슬림형 카드키를 국내서 처음 선보인 것이다. 기존 스마트키 사용의 불편함이 크게 해소될 전망이다.

현대모비스는 기존 스마트키 기능을 그대로 사용할 수 있는 버튼형 스마트 카드키를 국내

NFC 카드키와 차별화...원격 주차 보조 기능 탑재

N브랜드 온라인 플랫폼에 본격 선보인다. 현대모비스는 이 제품을 아이오닉5N 차량에 첫 적용한다. 그동안 일부 수출용 제네시스 차종에 버튼형 스마트 카드키가 적용된 적은 있지만 국내 소비자용으로 출시되는 건 이번이 처음이다.

버튼형 스마트 카드키의 가장 큰 특징은 기존 카드키와 달리 스마트키 기능을 그대로 사용할 수 있다는 점이다.

기능 버튼이 없는 근거리무선통신(NFC) 카드키는 차량 문을 열거나 시동을 걸 때 카드키를 꺼내 차량 도어 등에 직접 접촉해야 한다. 기능도 도어 잠금이나 해제, 시동 걸기에 국한돼 불편함이 있었다.

반면 버튼형 스마트 카드키는 기존 스마트키처럼 버튼을 누르면 문을 열고 닫을 수 있

다. 또한 원격 시동, 원격 주차 보조(RSPA), 트렁크 열림, 원격 경보음 등 다양한 기능을 사용할 수 있다. 지갑이나 주머니에 넣고만 있어도 차량 문이 열리고 시동을 걸 수 있어 편리하다. 초광대역 무선 통신(UWB) 기능으로 장치 간 정확한 위치 파악이 가능한 점도 강점이다.

초슬림형 디자인도 특징이다. 얇아서 휴대하기가 편하다. 카드 전후면 디자인은 사용자 취향에 맞는 다양한 질감과 패턴으로 구현할 수 있다. 이번에 출시된 아이오닉5N용 스마트 카드키에도 고성능 N브랜드 로고와 고유의 색상이 반영됐다.

손찬모 현대모비스 서비스부품BU장은 “버튼형 스마트 카드키는 향후 국내 다른 차종에도 확대 적용할 계획”이라고 말했다.

이슬비기자



BMW, 액티비티 쿠페 ‘뉴 X2’ 출시

BMW코리아가 프리미엄 소형 스포츠 액티비티 쿠페(SAC) 뉴 X2를 국내 시장에 출시한다고 4일 밝혔다.

우선 가솔린 모델인 ‘뉴 X2 xDrive20i’를 먼저 선보인다.

BMW X2는 2018년 이후 6년 만에 출시되는 2세대 완전변경 모델이다. 뉴 X2는 우아하고 강렬한 쿠페의 실루엣에 더해 첨단 주행 보조 시스템, 최신 인포테인먼트 시스템 같은 혁신적 디지털 시스템을 갖췄다.

뉴 X2의 커진 차체와 역동적인 라인은 강렬한 인상을 남긴다는 평가다. 차체는 이전 세대에 비해 길이 195mm, 너비 5mm, 높이 65mm씩 각각 증가했다. 휠베이스도 20mm 더 늘어 좌석과 트렁크 공간이 더 넓어졌다.

육각 형태의 BMW 키드니 그릴에는 BMW 프리미엄 콤팩트 세그먼트 최초로 라디에이터 그릴 조명 ‘BMW 아이코닉 글로우’가 기본 적용된다.

뉴 X2의 실내는 이전 세대에 비해 공간이 더 확장됐다. 10.25인치 디지털 계기반과 10.7인치 컨트롤 디스플레이가 조합된 BMW 커브드 디스플레이가 기본 탑재된다.

가솔린 모델인 BMW 뉴 X2 xDrive20i는 최고출력 204마력, 최대토크 30.6kg·m를 발휘하는 BMW 트윈파워 터보 4기통 가솔린 엔진을 쓴다. 더블클러치 방식의 7단 스텝트론닉 자동변속기도 장착된다.

정지 상태에서 시속 100km까지 가속하는데 걸리는 시간은 7.4초이며, 공인연비는 복합 10.8km/ℓ다.

뉴 X2 xDrive20i M 스포츠 패키지 단일 모델로 출시된다. 부가세 포함 가격은 6830만원이다.

한편 BMW코리아는 뉴 X2 xDrive20i 출시에 이어 하반기에 순수 전기차 모델 뉴 iX2 eDrive20과 고성능 가솔린 모델인 뉴 X2 M35i도 순차적으로 출시한다.

뉴시스

롯데건설, ‘중앙공원 롯데캐슬 시그니처’ 전본주택 개관

롯데건설이 5일 광주광역시 최대 민간공원 특례사업으로 선보이는 ‘중앙공원 롯데캐슬 시그니처’ 전본주택을 열고 본격적인 분양에 돌입할 예정이다.

“중앙공원 롯데캐슬 시그니처”는 광주 서구 금호동 일대에 위치하며, 지하 3층~지상 28층 총 39개 동 전용 84~233㎡ 총 2,772가구 규모로 총 3개 블록으로 나뉘어 △1BL(929가구) △2-1BL(915가구) △2-2BL(928가구) 등으로 조성된다.

“중앙공원 롯데캐슬 시그니처” 분양일정은 4월 16일 특별공급을 시작으로 17일 1순위, 18일 2순위 순으로 청약이 실시된다. 당첨자 발표는 1BL 4월 24일, 2-2BL 25일, 2-1BL 26일이며 정당계약은 5월 7일부터 9일까지 3일 동안 진행된다.

특히 1BL과 2-1BL, 2-2BL의 당첨자 발표일이 모두 다르기 때문에 중복 청약이 가능해 청약 당일 세 번의 청약 기회가 주어지며, 부부 동시청약도 가능하다. 단, 당첨자 발표일이 빠른 단지에 먼저 당첨될 경우 당첨자 발표일이 늦은 단지의 청약은 자동 소멸된다.

“중앙공원 롯데캐슬 시그니처”는 대형 호수공원을 품은 아파트로 차별화된 주거 가치를 지니고 있다. 단지 내 위치한 ‘중앙공원 1지구’는 광주광역시에서 추진 중인 총 9개 공원(10개 지구)의 민간공원 특례사업 중 가장 큰 243만5,516㎡ 규모로, 광주 서구 금호동과 화정동, 풍암동 일대에 걸쳐 조성된다. 8개 테마숲과 11개 마을숲으로 구성되며 도심형 캠퍼스, 정원박람회 등으로 활용될 수 있는 공간들이 마련될 예정이다. 여기에 풍암호수를 중심으로 야외공연장, 호수백사장 등의 시설들도 구축된다. 광주시는 이곳에 시민들이 참여하는 다양한 문화 프로그램을 진행하는 등 지역을 대표하는 공간으로 만들어 나갈 계획이다.

높은 주거 편의성도 기대된다. ‘중앙공원 롯데캐슬 시그니처’는 주변에는 이미 대규모

지하 3층~지상 28층 총 39개 동, 전용 84~233㎡ 총 2,772가구



모 주거단지가 자리해 다양한 분야의 업종이 있는 상업시설들이 많이 들어서 있다. 또한, ‘중앙공원 1지구’ 바로 인근 광주월드컵경기장에는 롯데아울렛과 롯데마트 등이 함께 조성돼 있다. 이밖에 광주 중심 상권으로 평가받는 상무지구와의 거리도 가깝다. 또 1BL 기준으로는 화정남초, 성진초, 효광중, 치평중, 광덕중, 광덕고 등 다양한 학교들이 자리하며 2BL 인근에는 화계초, 윤리초, 광주중, 윤리중, 풍암고 등이 있다.

교통개발 호재도 예고돼 있다. 단지 인근에는 광주 지하철 2호선 1단계(2026년 예정) 정차역 2곳이 조성될 예정이다. 광주역부터 광주시청까지 이어지는 이 노선이 개통되면, 광주 주요 도심으로 이동이 한층 더 수월해질 전망이다. 현재는 제2순환도로와 상무대로 등을 통해 빠른 차량 이동이 가능하며, 경전선 서광주역과의 거리도 가깝다.

롯데건설은 단지 내부에 세계적인 명품 마감재를 적용할 계획이다. 먼저 주방은 세계 3대 주방가구 브랜드로 손꼽히는 아크리니아(Arcinella)를 비롯해 독일에서 가장 유명한 주방 브랜드 놀테(Nolte), 하이엔드 주방가구 브랜드 다다(Dada)와 우수한 기술력

을 인정받은 데이코(Dacor) 등을 통해 꾸며진다. 이어 욕실은 150년 역사의 브랜드 콜러(KOHLER)와 함께 이탈리아 유명 브랜드 아틀라스콘코드(Atlas concorde), 스틸레(Stile) 등을 통해 조성될 예정이다.

뿐만 아니라, ‘중앙공원 롯데캐슬 시그니처’는 조망권 장점을 극대화하기 위해 스카이라인을 조절할 계획이다. 입주민들이 단지 바로 앞에 펼쳐진 중앙공원의 전망을 마음껏 누릴 수 있도록 하기 위함이다. 이와 함께 고급 사무실을 비롯해 다양한 취미활동 등을 즐길 수 있는 시설들도 들어설 예정이다. 또한 총 주차대수가 5,358대에 달해 한 가구당 약 2대의 차량을 주차할 수 있는 환경을 구축했다. 특히 이 가운데 1,960대를 대형 세단, SUV 등의 차량도 편리하게 주차할 수 있는 확장형 형태로 계획했다. 여기에 레저용품이나 계절용품을 보관할 수 있는 현관 앞 세대창고를 제공해 주거 공간의 효율성을 극대화했다. 이밖에 세계적으로 창의성과 안전성을 인정받은 유럽산 친환경 놀이터가 조성돼 어린 자녀가 있는 학부모들의 높은 호응이 기대된다.

서선욱기자

‘2300만캔 판매 신화’ 수박소다 재출시

보람그룹의 바이오 계열사 보람바이오가 탄산음료 ‘수박소다’를 국내 시장에 재출시한다고 4일 밝혔다.

편의점 ‘이마트24’의 전국 약 6600개 전 점입점을 시작으로 온·오프라인 판매 채널을 지속적으로 확대할 예정이다.

‘수박소다’는 지난 2016년 처음 출시돼 3년 만에 2300만 캔의 판매고를 올린 상품이다. 미주, 유럽, 동남아, 남미 등 전세계 35개국에도 수출하고 있다.

‘수박소다’는 단순한 과일향이 아닌 수박농축액을 더한 것이 특징이다. 수박 ‘라이코펜’ 성분을 함유해 혈관 정화는 물론 암세포 성장 억제 및 항산화 효과에 탁월하다고 알려져 있다.

보람바이오는 세계 최초로 수박 과육에서 라이코펜 성분을 추출해 기술특허를 내기도 했다.

보람바이오는 이번 ‘수박소다’ 국내 재출시



를 시작으로 현재 전세계로 수출하고 있는 ‘망고소다’, ‘칼라만시소다’ 등도 국내에 출시해 상품 라인업을 확대할 계획이다.

보람바이오 관계자는 “수박소다는 K-푸드 가 세계적인 인기를 끌기 이전부터 해외시장을 개척해왔다”며 “이마트24 편의점 입점을 시작으로 국내 주요 편의점 및 온·오프라인 시장으로 유통망이 확대된다면 연간 500만 캔의 판매고를 올릴 것으로 예상된다”고 말했다.

뉴시스