

맥주, 주류 수입액 1위 차지

7월까지 1억4392만 달러
전년동기대비 50.5% 급증
양주·와인 등 제쳐

맥주가 양주와 와인을 제치고 주류 수입액 1위를 차지했다. 한국무역협회에 따르면 올 들어 7월까지 맥주 수입액은 1억4392만 달러를 기록, 전년 동기 대비 무려 50.5%나 급증하면서 사상 처음으로 주류 1위를 차지한 것으로 나타났다. 양주를 제치고 2015~2016년 수입액 1위에 올랐던 와인 수입액은 올 들어 4.6%에 증가해 1억1146만 달러를 기록했다. 수입 양주의 경우, 위스키의 올해 수입액은 지난해보다 14.8%나 줄어 8026만 달러에 그쳤고 브랜드 수입액은 182만 달러에 불과했다.



맥주가 양주와 와인을 제치고 주류 수입액 1위를 기록했다. 사진은 어느 대형마트에 판매되고 있는 맥주들이 진열돼 있다.

▲7년 연속 20%대 성장세

'혼술', '혼술' 트렌드와 술을 가볍게 마시는 사회적 분위기 속에서 수입맥주의 성장세는 거침없다. 지난 2014년 처음으로 수입액 1억 달러를 넘어선 맥주는 2011년 33.6% 이후 올해까지 7년 연속 20%대 이상의 성장률을 기록 중이다.

수입 맥주 1위는 일본맥주(3972만 달러)가 차지했다. 아사히, 기린, 산토리, 삿포로 등 일본 4대 맥주에 대한 인기가 여전히 높음에도 취급 종류가 늘어나고 빙맛 에디션 등 한정판 맥주를 출시해 선보인 것이 주요한 것으로 분석된다. 이어 청타오 등을 앞세운 중국산이 2위(2073만 달러)를 기록하며 아시아 맥주의 약진을 함께 이끌었다.

일본 맥주의 경우 세계 맥주 수입 총량기부터 국내에 알려졌던 '아사히' 브랜드 등을 통해 2011년부터 2013년까지 줄곧 세계 맥주 1위 국가를 차지했다. 이후 2014년과 2015년에는 독일에게 1위 자리를 내주었으나, 지난해와 올해는 다시 1등을 차지했으며 매출 비중도 함께 늘었다.

유럽산 맥주의 경우 독일산은 3위(1463만 달러), 벨기에산(1242만 달러)과 아일랜드산(1176만 달러)이 4, 5위에 랭크됐다. 유럽 맥주의 선두 주자였던 독일 맥주는 2014년 30.9%의 매출 비중으로 정점을 찍은 이후 매출 비중은 지속 감소세를 기록했다. '메가 히트' 브랜드가 없는 독일 맥주의 특수성에 따른 것으로 보인다.

네덜란드 맥주가 '하이네켄'이라는 메가 히트 브랜드로 매년 꾸준히 세계맥주 시장 점유 3~4위를 기록하고 있고, 프랑스 맥주 또한 '크로넬 버그 1664 블랑'의 인기로 올 상반기 처음으로 5위에 이름을 올린 것도 독일 맥주의 아쉬운 현 상황을 설명할 수 있는 좋은 사례다.

이영은 롯데마트 주류팀장은 "일본과 중국은 아시아 맥주 전체 매출의 88.0%를 차지하나, 독일과 네덜란드는 유럽 맥주 전체 매출의 49.8%에 불과하다"며 "세계 맥주 시장에서 사실상 일본, 중국 두 나라가 유럽 연합군과

경쟁하고 있는 형세"라고 말했다.

▲크래프트 맥주 선호도 높아져

한편 크래프트 맥주의 국내 인기가 높아짐에 따라 크래프트 맥주의 본고장으로 불리는 미국 맥주도 다시 주목을 받고 있다.

미국 맥주의 경우 올해 1월부터 7월까지 1만 2294톤이 수입돼 지난해 1~7월 수입량인 6205톤과 비교해 수입량이 2배(98.1%) 가까이 늘어났다. 이는 올해 1~7월 전체 맥주 수입량 증가율(58.3%)을 상회하는 수치이며, 올해 1~7월 미국 맥주 수입량이 이미 지난해 연간 미국 맥주 수입량을 넘어섰다.

롯데마트에서도 전체 세계 맥주 매출 중 미국 맥주가 차지하는 매출 비중은 2015년 5.3%에서 2016년 6.2%, 2017년(1월1일~8월20일) 현재 6.4%로 증가했다. 미국 맥주 매출 비중의 증가는 크래프트 맥주의 인기에 따라 본고장이라고 불리는 미국 맥주의 수입이 증가했기 때문으로 분석된다.

미국양조자협회(Brewers Association, BA)에 따르면 미국 내 크래프트 브루어리의 숫자는 2012년 2420개에서 지난해(2016년) 5234개로 2배 이상 급증했다. 2016년 기준 캘리포니아에 623개, 워싱턴과 콜로라도에 각 334개 등 주마다 다양한 크래프트 브루어리가 존재하며 이에 따라 특색 있고 기발한 크래프트 맥주들이 성장할 수 있는 기반이 탄탄하다.

이러한 상황 속에서 국내에서도 라거 위주의 맥주 시장이 에일 맥주 등으로 다양화되고 맥주 애호가들이 증가했다. 이에 따라 크래프트 맥주에 대한 관심도 늘어나게 되며 미국 맥주가 수혜를 입게 된 것이다. 세계 맥주 초창기 시절에는 미국의 양대 브랜드 밀러와 버드와이저가 사실상 미국 맥주의 전부라고 여겨졌다. 그러나 현재는 다양한 크래프트 맥주들이 국내에 소개되며 미국 맥주의 종류가 다양화되고 있다. /뉴스시스



나혼자 탕짜·유부김밥 세트
CU, 세트 메뉴 간편식 출시

일반 음식점에서나 보던 세트 메뉴가 편의점에도 등장했다.

CU가 선택의 고민에 빠진 소비자들을 위해 한 패키지에 두 가지 메뉴를 담은 '나혼자 탕짜', '유부김밥 세트'를 이달 30일 출시한다.

'나혼자 탕짜(265g, 2500원)'는 1인 가구 소비자를 겨냥해 중국집 인기 메뉴인 짜장과 탕수육을 결합한 중화풍 세트 상품이다. 든든한 한 끼를 선호하는 1인 가구의 니즈를 반영해 두툼한 탕수육과 함께 면 대신 짜장 주먹밥으로 궁합을 맞췄다. 느끼함을 잡아주는 단무지도 별첨했다.

'유부김밥 세트(225g, 2600원)'는 대표적인 분식 메뉴인 김밥과 유부초밥을 하나로 묶었다. 김밥은 우영 등 다양한 토핑을 가득 넣어 씹는 식감을 강조했고 유부초밥은 꼬들단무지밥을 감싼 쫄깃하고 달콤짭조름한 유부로 특유의 맛을 살렸다.

한편, 해당 세트 메뉴 간편식 구매 시 마운틴듀, 자연은감귤, 가나초코우유를 할인된 가격 700원에 구매 가능(8월 기준)이다. /뉴스시스

G마켓 에어프라이어 판매량 급증

지난 1월부터 이달까지
전년동기대비 515% 증가



※. 워킹맘 이모(30·여)씨는 큰 맘 먹고 에어프라이어를 구입했다. 남편과 저녁 인주로 치킨을 시켜먹는 일이 점차 늘어나자 건강이 염려되기 시작해서다. 그는 기름을 사용하지 않아 상대적으로 건강하게 치킨을 튀길 수 있는 에어프라이어를 사용해 걱정이 반으로 줄었다. 이 씨는 "기름으로 튀기지 않은 치킨이 무슨 맛이 있겠나 생각했다"며 "그런데 예상외로 맛은 비슷하고 건강은 챙길 수 있어 만족스럽다"고 말했다.

최근 기름이 아닌 열기 순환 방식으로 음식을 튀기는 튀김기 '에어프라이어'의 인기가 눈에 띄게 높아지고 있다. 이는 소가족이 늘어나고, 건강을 생각하는 사람들이 증가하며 나타난 변화다.

과거에는 여러 가족 구성원이 큰 집에 모여 살았다면 이제는 1인 또는 소수의 가족 구성원이 소형 주택에 살게 되면서 집안에 냄새가 배지 않는 제품을 선호하는 경향이 높다.

또 운동은 물론이고, 자신과 가족이 먹는 음식에 큰 신경을 쓰는 사람들이 늘고 있다. 건강과 직결해서다.

30일 G마켓에 따르면 올해 1월 1일부터 8월 28일까지 에어프라이어의 판매량은 전년 동기 대비 6배(515%) 이상 증가한 것으로 나타났다. 최근 한 달(7월29일~8월28일) 간 판매량도 전년 동기 대비 557% 신장했다.

주방가전 베스트 순위에도 이름을 올렸다. 지난 28일 상위권을 차지한 10개 제품 중 3개가 에어프라이어로 나타났다. 특히 원재료의 맛을 지킬 수 있는 빠른 조리 시간과 온도를 설정할 수 있는 제품이 인기를 끌었다.

이에 따라 오픈마켓에서는 에어프라이어 기획전을 열고 소비자들을 더욱 끌어모으는 모습도 나타나고 있다.

G마켓은 '에어프라이어 브랜드대전'을 열고, 9월11일까지 에어프라이어를 최대 70% 할인 판매한다. 대표 상품으로는 ▲대우 에어프라이어 웰빙튀김기 ▲유셀 디지털 에어프라이어 ▲BSW 디지털 에어프라이어 ▲키친아트 웰빙튀김기 등을 준비했다.

한 오픈마켓 관계자는 "최근 1인가구, 소가족 등의 증가로 소형주택이 많아지면서 집안 구석구석에 냄새 배일 걱정 없이 요리가 가능한 에어프라이어의 인기가 급증하고 있다"며 "또 기름을 사용하지 않는다는 점도 소비자들에게 매력적인 요소"고 말했다. /뉴스시스

중고차 '상태 불량' 소비자 피해 여전

369건 중 '오일 누유'가 26.6% 차지

최근 차량의 품질 향상으로 내구성이 좋아지고 신차 가격에 부담을 느껴 중고차를 구입하는 소비자들이 늘어나면서 중고차 거래 관련 소비자피해도 지속적으로 발생하고 있어 주의가 요구된다.

30일 한국소비자원에 따르면 2015년부터 2017년 6월까지 '중고차 매매' 관련 피해구제 신청은 총 807건 접수됐다. 연도별로는 감소 추세이지만 성능·상태 점검 관련 피해 비중은 오히려 증가했다.

피해유형별로는 '성능·상태 점검 내용과 실제 차량 상태가 다른 경우'가 602건(74.6%)으로 가장 많아 성능·상태 점검 관련 피해가 여전한 것으로 나타났다. 그 외에도 차량용품 제공 등 '약속 불이행' 63건(7.8%), 이전등록비 등 '제세공과금 미정산' 53건(6.6%), '계약금 환불 지연·거절' 45건(5.6%) 등의 순이었다.

'성능·상태 점검' 피해 602건의 내용을 세부적으로 살펴보면, '성능·상태 불량'이 369건(45.7%)으로 가장 많았고, 다음으로 '사고 정보 고지 미흡' 143건(17.7%), '주행거리 상이' 44건(5.5%), '침수차량 미고지' 26건(3.2%), '연식·모델(등급) 상이' 20건(2.5%)

등의 순으로 나타났다.

특히 '성능·상태 불량' 369건 중에는 '오일 누유'가 98건(26.6%)으로 가장 많았고, 그 외 '시동거점' 42건(11.4%), '진동·소음' 42건(11.4%), '가속불량' 41건(11.1%), '경고등 점등' 30건(8.1%), '냉각수 누수' 26건(7.0%) 등의 순이었다.

차종이 확인된 779건을 분석한 결과, 전체 중고차 매매 피해 중 '수입차'가 차지하는 비율은 2015년 27.6%에서 2016년 31.0%, 2017년 상반기 34.3%로 매년 증가하고 있다.

피해구제 신청 778건(미결건 제외) 중 수리·보수, 환불, 배상, 계약이행 등 사업자와 '합의'가 이루어진 경우는 339건(43.6%)으로 절반도 되지 않아 중고차 사업자들이 소비자피해 해결에 소극적인 것으로 나타났다.

한국소비자원은 중고차 구입 시 ▲반드시 관인계약서를 작성할 것 ▲시운전을 통해 차량의 이상 유무를 확인할 것 ▲보험개발원 카히스토리를 통해 사고 또는 침수 이력을 확인할 것 ▲시세보다 지나치게 저렴한 차량은 허위매물이거나 사고 또는 침수차인 경우가 많으므로 주의할 것 ▲사업자가 약속한 특약사항은 반드시 계약서에 기재할 것을 당부했다. /뉴스시스

한국의 '송크란'을 꿈꾸다!

무주 반딧불축제와 함께하는

2017 무주 남대천 물 축제

2017. 8. 26(토) ~ 27(일) / 9. 2(토) ~ 9. 3(일) (4일간)
전라북도 무주군 무주읍 남대천

워터 빌리지

남대천 썸머 콘서트

물싸움 WATER로 전쟁

패밀리 체험존

물총, 우비, 비치볼 등을 구입할 수 있는 워터로삼이 상시 운영됩니다. 주최·주관/무주읍 무주읍발전협의회 ■ 문의/063)320-5702/324-3474