

중소형마트도 소포장제품 인기

1~2인가구 소비자 취향에 맞춰 판매... 여름철 상하기 쉬운 과일 등 선호

#전주시 이종리에 사는 허모(43)씨는 한여름에 수박을 먹는 것을 즐긴다. 미혼인 그에게 시원한 수박 한 통은 '부담'이다. 이에 그는 수박을 절반으로 쪼개서 파는 상품을 자주 이용한다.

#전주시 효자동에서 혼자 사는 직장인 한 모(31)씨는 대형마트보다는 동네 중소형마트를 주로 애용한다. 최근 중소형마트에서도 소포장된 제품이 많아서 좋단다. 점주와 속사정을 아는 사이인자라 믿음이 가기 때문이다.

소포장 판매가 여전히 인기가 많다. 양 많은 제품이 더 싸긴 하지만 버리는 양을 비교하면 필요한 양만 구입함으로써 오히려 경제적 이익을 얻을 수 있기 때문이다.

특히 여름철 상하기 쉬운 과일이나 음식물의 경우 많은 양의 상품을 구매하기 부담스러워하는 1~2인 가구 가 선호하고 있다.

주부 양선정(36, 전주시 평화동)씨는 "수박이나 메론처럼 큰 과일은 물론이고 작은 과일도 묶음으로 여러 개를 함께 팔기 때문에 혼자 사먹기엔 부담스러운 것들이 많다. 아재와 고기, 생선 생활용품 등도 마찬가지다"면서 "소포장 제품은 단위당 가격은 조금 비쌀 수 있지만 많이 사서 다 못 먹고 썩혀 버리는 것까지 따지면 오히려 실속 있는 것 같다"고 말했다.

최근에는 대형마트로 팔던 소포장 제품이 좋은 반응을 얻으면서 골목상권인 중소형 마트까지 확대되는 모양새다.

대형유통업체와의 경쟁에서 뒤처지지 않기 위해 중소형 마트도 정보공유·공동구매 등 다양한 전략도 펼치고 있다.

전주시 효자동 한 매장은 소포장 과일은 물론 베이커리, 튀김, 김밥 등 즉석 조리 식품을 판매하고 있다.

이처럼 중소형 마트도 소포장 먹을

거리 장사에 신경을 쓰는 이유는 결국 돈이 되기 때문이다.

전주시 진북동에서 마트를 운영한다는 한 점주는 "간편하게 음식을 사먹는 소비자가 늘어 관련 매출이 지속적으로 성장하는 추세다"며 "대형유통업체와 경쟁하기 위해서는 다양한 제품을 구비해야 하지만, 이게 힘들어 경쟁력이 떨어지긴 한다. 그러나 동종업계 관계자들과 정기적으로 만나 어떤 상품이 잘 팔리고 고객이 선호하는지 등의 정보를 공유하면서 경쟁력을 키우고 있다"고 했다.

그는 이어 "제품 신선도와 진열에도 신경을 쓰고 있다. 일부 고객들의 경우 정상적인 판매가 어려운 상한 과일을 잘라 판매하는 것이 아니냐는 질문도 받곤 한다. 덕분에 진열대에 맛이 공극한 고객들에게 맞보기를 즐길 수 있게끔 하는 등 소비자 니즈에 맞추는 영업방식을 쓰고 있다"고 했다.

/신광영기자

전주 1만6388㎡ 규모 에코시티 용지 2차 매각

단독주택·준주거·상업용지 49필지 매각 공고

전주 북부권 개발의 핵심사업인 에코시티 내 체비지인 단독주택·준주거·상업용지 일부가 매각된다.

체비지는 도시개발법에 의거, 도시개발에 필요한 사업비용을 충당하기 위해 사업시행자가 취득해 집행하거나 매각하는 토지를 말한다.

전주시는 에코시티 단독주택용지 9,747.7㎡(34필지)와 준주거용지 5,501.9㎡(13필지), 상업용지 1,138.5㎡(2필지) 등 총 16,388.1㎡(49필지) 규모의 체비지에 대해 공개입찰을 통한 매각을 실시한다고 21일 밝혔다.

이번에 매각될 체비지는 에코시티 지구단위계획에 따라 용지목적에 맞게 사용되며, 예정가격은 158억원이다. 구체적으로 1㎡당 평균가격이 단독주택용지 62여 만원, 준주거용지 131여 만원, 상업용지 228여 만원 등으로 예상된다.

매각 공고는 전주시 홈페이지(www.jonju.gokr)와 인터넷자선처분시스템인 온비드(www.onbid.co.kr)를 통해 확인할 수 있으며, 입찰신청은 오는 28일부터 8월 1일까지 5일간 온비드를 통해 진행된다.

시는 49필지에 대한 매각이 추진됨에 따라 수요자들이 급변 에코시티 토지공급 대상을 한눈에 볼 수 있도록 별도의 안내 책자를 제작해 입찰 종료일까지 소관부서인 신도시사업과에 비치기로 했다.

매각은 일반실수요자를 대상으로 하며 입찰참가에 별도의 자격제한은 없다. 낙찰자는 최고가격 응찰자로 결정되며, 오는 8월 2일 전주시 홈페이지를 통해 발표된다. 매매계약 체결은 다음달 3일부터 4일까지 2일간 전주시 신도시사업과(본청5층)에서 진행되며, 계약 체결 후 매각대금의 납부방식은

60일 이내 일시납 또는 6개월 이내 분납 가능하다.

토지사용은 원칙적으로 부지개발공사가 완료되는 2017년 3월 이후 예정이지만 대금완납 후 전주시와 현정여건을 협의해 착수시기 조정이 가능하다. 이에 앞서 시는 지난 3월 실수요자를 대상으로 한 전주 에코시티 단독주택, 준주거, 상업용지 등 66필지 매각을 진행했다. 당시 총 예정가격은 255억원이었으며 낙찰 결과 415억원, 평균 162%의 낙찰율(단독주택 150%, 준주거 179%, 상업 166%)을 기록했다.

양연수 전주시 생태도시국장은 "1차 매각에 이어 이번 토지매각 또한 일반 실수요자를 대상으로 하는 만큼 분양이 원활하게 이뤄지도록 업무에 최선을 다할 것이며, 안정적인 토지공급을 통해 전주시 도시균형발전을 이룰 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

/김영재기자

유한킴벌리, 저소득층에 153만 패드 생리대 지원

유한킴벌리는 생리대 구입이 어려운 중·고교 여학생들을 위해 153만 패드의 생리대를 무상지원했다. 유한킴벌리는 지난달 일부 저소득층

중·고교 여학생들이 생리대 구입에 어려움을 겪고 있다는 보도가 이어지자 150만 패드를 무상지원한다는 방침을 세운 바 있다. 유한킴벌리가 기

부한 생리대는 한국여성재단에 기탁했다. 한국여성재단 측은 서울시와 6개 교육청과 협력해 전국 2000여개 학교 등에 전달했다. /뉴시스



올림픽 특수'에 대한 유통업계의 시각과 회비가 엇갈리고 있다.

리우 올림픽 특수 효과 미미할 듯

백화점, 마케팅 계획 세웠지만 예년보단 기대안해 심야·새벽시간 경기에 홈쇼핑·편의점에선 반색

브라질 리우데자네이루 하계올림픽 개막이 보름여를 앞두고 있는 가운데 '올림픽 특수'에 대한 유통업계의 시각과 회비가 엇갈리고 있다.

선수단 후원과 올림픽 공식 후원사 등 리우 올림픽을 겨냥한 마케팅에 총력을 기울이고 있는 업체가 있는 반면 비용 대비 효과가 미미할 것으로 판단해 전혀 관심을 두지 않고 있는 곳도 다수다. 21일 업계 관련자에 따르면 우선 백화점은 크고 작은 마케팅을 계획하고 있지만 예년만 못한 수준이다.

롯데백화점은 아직 최종적으로 정해진 비는 없지만 리우 올림픽을 겨냥한 마케팅을 본격 진행할 계획이다.

앞서 롯데백화점은 지난 2008년 베이징올림픽 때는 금메달 12개 이상 획득 시 모닝 자동차 8대 증정, 2010년 밴쿠버 동계올림픽에서는 한국이 금메달 8개를 획득하면 5억원의 경품을 제공하는 행사를 열기도 했다.

신세계백화점은 이번 리우데자네이루의 시차가 12시간임을 감안, 올림픽 기간에 저렴한 가격에 먹거리를 구입해 경기를 보면서 야식을 즐길 수 있도록 '서머 푸드 페스티벌'을 여는 것 외에 '올림픽 특수'에 대한 기대를 하지 않고 있다.

현대백화점은 리우 올림픽 기간에 맞춰 무역센터점 등 13개 백화점 및 아울렛 점포에서 비우가게발 삼바 퍼레이드'를 진행하고 골프 등 주요 올림픽 종목목을 테마로 한 한정 상품과 특별 사은품 제작을 검토하고 있

다. 앞서 현대백화점은 2012년 런던올림픽 때엔 영국여행 패키지과 고가 브랜드 가방 등을 경품으로 내걸기도 했다.

유통업계 가운데 올림픽 특수를 가장 기대하고 있는 곳은 편의점, 홈쇼핑 업체다. 올림픽이 열리는 브라질 리우데자네이루는 한국과 시차가 12시간으로 주요 경기가 주로 늦은 새벽이나 이른 오전에 몰려있기 때문이다.

편의점 업계 관계자는 "올림픽 경기가 열리는 심야 시간대에 한국선수들 응원하는 올메미족의 편의점 방문 급증이 예상된다"면서 "즉석식품, 라면 등 간식거리와 맥주, 안주류 등의 구매가 큰 폭으로 늘어날 것으로 보인다"고 말했다.

홈쇼핑 업체도 경기가 열리는 심야시간대에 재방이 아닌 생방송 프로그램을 편성하고 디지털 기기, 가전, 레포츠 등 남성 상품 편성을 늘리는 등 반짝 특수의 기회로 활용할 방침이다.

하지만 월드컵 등 스포츠 축제 때 늘 인기를 끌었던 치킨은 경기가 열리는 심야나 새벽에 먹기엔 부담이 되기 때문에 치킨프랜차이즈 업체에선 이미 올림픽 특수에 대한 기대를 접었다.

업계 관계자는 "상당수 유통업체들이 올림픽 공식 후원사나 파트너사가 아니기 때문에 '올림픽'이란 명칭을 직접적으로 사용해 홍보하지 못하고 '세계인의 스포츠 축제', '금메달 기념' 등 다른 이름을 내걸고 올림픽을 테마로 한 행사를 진행할 수밖에 없다"고 설명했다.

/뉴시스

전북중기청 '1인 창조기업 마케팅 지원사업' 기업 선정

전북지방중소기업청은 '1인 창조기업 마케팅 지원사업' (주)볼고래의꿈 등 11개 주관기업을 최종 선정했다.

1인 창조기업 마케팅 지원사업은 창의성과 전문성을 갖춘 1인 또는 5인 미만의 공동사업자가 보유한 창의적 제품 또는 서비스의 사업화 성공률 제고를 위해 브랜드 개발, 방송광고 등 마케팅 비용을 지원하는 사업이다.

세부지원으로는 홈페이지제작, 홍보동영상, 카탈로그제작, 포장디자인제작, 제품디자인 등 14개 분야다.

선정된 기업은 업체별로 최대 1,500만원 등 총 1억700만원의 정부 지원을 받는다.

선정 업체는 (주)카소품 명품전자, 수테크놀로지, (주)넷체널 아카데미, (주)우리비엔비, (주)손수치, (주)비체통, 미동체어, (주)영우산업, 에어랩 등 11개 사다.

한편 전북지방중소기업청은 지역 내 1인 창조기업을 대상으로 지난 6일부터 18일 까지 K-스타트업 (www.k-startup.gokr)을 통해 선정 평가를 했다.

/신광영기자

KT전북본부, 베트남 다문화가족 화상 상봉 시스템으로 만남 행사

KT전북본부(본부장 오만수)와 KT노동조합 전북지방본부위원장 양정우)는 21일 베트남 다문화 가족을 위한 화상상봉 행사를 가졌다.

여성가족부와 다문화가족지원센터를 통해 선정된 총 42가족 중 KT전북본부에서는 3가족(조티스영, 당티투엔, 이지연)을 대상으로 KT전북본부 내 설치된 화상상봉 시스템과 베트남 하노이에 개설된 화상상봉장을 통해 가족상봉 시간을 가졌다.

KT전북본부장은 "화상상봉은 따뜻한 감동을 전할 수 있는 매우 뜻깊은 행사이다. 더 많은 다문화가족이 우리나라에서 행복한 삶을 살 수 있도록 지속적인 관심과 노력을 기울이도록 할 것이다"고 말했다.

/신광영기자

대형마트 김밥 등에서 대장균 검출

국내 대형마트와 유명프랜차이즈 등이 판매한 김밥, 팔면수 등에서 대장균이 검출됐다. 식품의약품안전처는 김밥, 냉면, 콩국수 등 여름철 많이 섭취하는 식품 1833건을 수거·검사한 결과 49개 제품에서 대장균 등이 검출돼 폐기 조치했다고 21일 밝혔다.

식약처에 따르면 광주 서구의 롯데마트 상무점과 전주 롯데마트 전주점에서 판매하는 통큰김밥에서 대장균이 검출됐다.

/뉴시스



본인이 뚱뚱 하다고 생각하시면 몇 kg 정도 를 빼고 싶으세요?

뱃살, 내장지방, 체지방을 요요현상 없이
귀하가 원하는 만큼 쏙 빼수 있습니다

상담전화: 010-3655-9009
블로그: <http://kangsb1959.blog.me>
메일: ndtherapy119@gmail.com