

고물가에 손님 끊긴다...식당가 번진 '소·맥 할인'

광주 광산구 도산동의 한 고깃집 입구에 최근 '소·맥주 3000원'이라고 적힌 현수막이 내걸렸다. 한 병에 5000원 안팎까지 올랐던 술값을 반값 가까이 낮춘 것이다.

식당 업주는 "예전에는 술 판매로 남는 게 있었지만 지금은 술값이라도 내려야 손님이 들어온다"며 "저렴 장사가 워낙 안 되다 보니 생존 차원에서 할인이 들어갔다"고 토로했다.

고물가와 경기 침체가 장기화되면서 광주지역 식당가에 '불황형 할인'이 확산되고 있다.

휘발유와 경유, 보험료, 관리비 등 생활물가는 줄줄이 오르고 있지만 정작 식당에서는 손님을 끌어들이기 위해 소주·맥주 가격을 낮추는 현상이 벌어지고 있는 것이다.

11일 국가통계포털에 따르면 '2026년 4월 광주·전남 소비자물가지수'를 분석한 결과, 광주의 소비자물가는 전년 동월 대비 2.3%, 전남은 2.7% 각각 상승했다. 광주와 전남 모두 지난 2월 이후 두 달 연속 2%대 상승률을 이어갔다.

광주·전남 물가 두달째 2%대 상승...외식업계 술값 인하 경쟁 소주 상승률 '0%'·맥주 기름폭 둔화...생존형 경쟁 마케팅 확산

특히 국제유가 상승 영향으로 석유류 가격이 큰 폭으로 뛰었다. 광주의 휘발유와 경유 가격은 각각 21.1%, 30.8% 상승했고 전남 역시 휘발유 19.6%, 경유 30.2% 각각 올랐다. 보험서비스료와 공동주택관리비, 월세 등 생활 밀접 품목도 상승세를 이어갔다.

생활물가 부담은 커지고 있지만 외식업계 분위기는 이와 정반대다.

지난 3월 전국 소주(외식) 물가는 전년 동월 대비 1.3% 하락하며 지난해 9월 이후 7개월 연속 내림세를 기록했다. 맥주(외식) 물기도 0.7% 하락하며 4개월째 마이너스를 이어갔다.

광주·전남에서도 외식 주류 가격 상승세 둔화 흐름이 뚜렷해지고 있다.

광주의 소주 물가는 지난해 5월부터 10월까지

전년 동월 대비 0.3% 상승률을 유지했지만 11월 이후 올해 4월까지 6개월 연속 보합(0.0%)을 기록했다. 전남 역시 지난해 5월 0.9% 상승에서 같은 해 6월 이후 0.3% 수준으로 둔화됐고 올해 3월과 4월에는 상승률이 0.0%까지 주저앉았다.

맥주 가격 상승폭도 둔화되는 모습이다. 광주의 맥주 물가는 지난해 하반기 4%대 상승률을 보였지만 올해 4월에는 1.9%까지 낮아졌고, 전남 역시 지난해 2~3%대 상승 흐름에서 최근 2.0% 수준까지 내려왔다.

지역 외식업계는 소비 위축이 가장 큰 원인으로 입을 모은다.

식재료비와 인건비 부담으로 음식 가격은 쉽게 내릴 수 없지만 상대적으로 가격 조정이 가능한 술값을 낮춰 손님을 유인하고 있다는 설명이다.



광주 광산구 도산동의 한 고깃집 입구에 '소주·맥주 3000원'이라고 적힌 현수막이 내걸려 있다. 독자제공

광주 상무지구에서 식당을 운영하는 한 자영업자는 "회식 자체가 많이 줄었고 저녁 손님도 예전

같지 않다"며 "한 곳에서 술값을 낮추기 시작하면 주변 업소들도 따라갈 수밖에 없는 분위기"라고 말했다.

실제 일부 프랜차이즈 업계에서는 '소주·맥주 2000원', '소맥 할인' 등을 전면에 내세운 마케팅도 확산되고 있다. 술값 할인 문구를 입간판과 현수막으로 내세워 유동인구를 끌어들이는 방식이다.

문제는 이러한 할인 경쟁이 장기화될 경우 자영업자들의 수익성 악화로 이어질 가능성이 크다는 점이다. 과거에는 이른바 '물장사'로 불릴 만큼 주류 판매가 주요 수익원이었지만 최근에는 술값 자체가 손님을 끌어들이기 위한 마케팅 수단으로 활용되는 구조로 바뀌고 있다는 분석이다.

지역 경제계 관계자는 "전체 물가는 계속 오르는 데 자영업 현장에서는 가격을 올리기는커녕 할인 경쟁까지 벌어지고 있다는 점 자체가 소비 침체의 심각성을 보여준다"며 "경기 부진이 장기화될수록 마진을 포기하는 생존 경쟁도 더욱 심해질 가능성이 크다"고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr

금호타이어, 현대 N 페스티벌 개막전 석권

전기차 전용 레이싱 타이어 '이노비' 퍼포먼스 확인

금호타이어가 후원하는 금호 SL모터스포츠팀이 현대 N 페스티벌 '그란 투리스모 eN1 클래스' 1라운드 개막전에서 연이어 정상에 오르며, 전기차 레이싱 타이어 경쟁력을 입증했다.

금호타이어는 지난 9일과 10일 경기 용인 에버랜드 스피드웨이에서 열린 현대 N 페스티벌 1라운드에서 금호 SLM팀 소속 이창욱 선수와 이정우 선수가 각각 레이스 1과 레이스 2 우승을 차지했다고 밝혔다.

9일 열린 레이스 1에서 금호 SLM팀 소속 이창욱 선수가 12분 10초 862(6랩)로 가장 먼저 결승선에 도착했으며, 10일 레이스 2에서는 이정우 선수가 12분 7초 722(6랩)로 1위를 차지했다.

그란 투리스모 eN1 클래스는 국내 최대 규모의 웹메이크(단일 차종) 레이스인 '현대 N 페스티벌'의 전기차 레이스로 국내 최초 전기차 레이스임과 동시에 전세계 최초로 레이싱 전용 슬리타이어를 적용한 전기차 레이스로 주목받고 있다.

금호 SLM팀은 금호타이어의 전기차 전용 레이싱 타이어 이노비(EnnoV)를 장착하며, 전기차의 최고의 드라이빙 퍼포먼스를 구현하며 지난해 eN1 클래스에서 드라이버, 팀, 타이어 제조사 통합



지난 9일 용인 에버랜드 스피드웨이에서 열린 현대 N 페스티벌 1라운드에서 금호 SLM팀의 이창욱(중앙) 선수가 레이스 1의 정상을 차지했다.

챔피언 타이틀을 차지한 바 있다.

금호타이어 연구개발본부장 김영진 전무는 "이창욱, 이정우 선수의 뛰어난 기량과 더불어 이노비의 강력한 접지력과 내구성이 이번 우승의 원동력이 됐다"며 "앞으로도 전기차 레이싱의 표준을 제시하는 기술력을 선보일 것"이라고 소감을 밝혔다.

장승기 기자 sky@gwangnam.co.kr



삼성전자 모델이 '갤럭시 S26 패밀리 페스타'의 혜택을 확인하는 모습.

삼성전자, '갤럭시 S26 패밀리 페스타' 확대

삼성전자가 '갤럭시 S26 패밀리 페스타'를 한층 강화된 혜택으로 확대 운영한다고 11일 밝혔다.

삼성전자는 5월 가정의 달을 맞아 지난 달 23일부터 진행 중인 '갤럭시 S26 패밀리 페스타' 행사 기간을 고객 성원에 힘입어 오는 31일까지 연장하고, 신규 이벤트와 추가 혜택을 제공한다.

먼저 '갤럭시 S26 시리즈' 구매 고객에게는 기존과 동일하게 갤럭시 스토어에서 사용할 수 있는 5만원 상당의 게임 아이템 할인 쿠폰을 증정한다.

또 '갤럭시 S26 패밀리 페스타' 운영 기간 동안 제품을 구매한 고객을 대상으로 리뷰 이벤트를 추가로 진행한다. 구매한 '갤럭시 S26 시리즈'를 사용해 본 후기를 본인의 SNS에 업로드한 고객 중 우수 리뷰를 선정해 CJ 통합ギフト카드 10만원권 2장, 스타벅스 e카드 3만원 교환권을 증정한다.

이외로 삼성전자는 5월 가정의 달을 맞이해 '갤럭시 S26 시리즈' 자급제 모델 구매자를 대상으로 추가 보상 혜택도 운영하고 있다.

5월 한 달간 '갤럭시 S26 시리즈' 자급제 모델을 구입한 후, 'New 갤럭시 AI 구독클럽'에 가입한 고객이 기존 사용하던 단말기를 반납하면 중고 매입 시세에 더해 최대 10만 원의 추가 보상을 지원한다. 구매처에 따라 6개월 구독료에 해당하는 캐시백 혜택도 제공한다.

'New 갤럭시 AI 구독클럽'은 기기 반납 시 최대 50% 잔존가 보장, '삼성케어플러스' 스마트폰 파손+ 서비스, 액세서리 합인 등의 혜택을 제공하는 서비스로, 올해 가입 기간과 분실 보상까지 보장 범위를 확대한 36개월형 상품이 새롭게 추가돼 선택의 폭이 넓어졌다. 장승기 기자 sky@gwangnam.co.kr

전기요금 체납 집합건물 '부분 단전' 가능해진다

한전, 개별입주자 보호...공동이용계약 확대·미납 알림 강화

한국전력공사가 관리주체의 전기요금 체납으로 애꿎은 개별입주민까지 단전 피해를 입는 사례를 막기 위한 제도 개선에 나선다.

11일 한국전력에 따르면 일반적으로 집합건물은 소유자들이 관리주체에 운영을 위탁하며, 관리 주체는 한전과 전기사용계약을 맺고 개별입주자에게 전기요금을 부과한다.

하지만 최근 일부 집합건물의 공실 증가 등으로 관리주체가 요금을 제때 납부하지 못하면서 개별 입주민까지 전기를 사용하지 못하는 상황이 벌어지고 있다.

이 같은 현실을 막기 위해 한전은 변압기 공동이용계약 확대와 부분 단전 제도 도입, 미납 알림서비스 강화 등을 추진한다.

우선 한전은 개별입주자가 직접 한전과 계약을

맺고 전기를 사용할 수 있는 '변압기설비 공동이용계약' 적용 범위를 확대하기로 했다. 현재는 계약 전력 2000kW 미만 집합건물까지만 가능하지만 앞으로는 적용 대상을 넓혀 더 많은 입주민이 직접 보호를 받을 수 있도록 할 계획이다.

이 계약이 체결되면 관리주체는 대표고객, 개별 입주자는 공동이용고객 형태로 전기를 공급받게 된다. 대표고객이 체납으로 단전되더라도 공동이용고객은 계속 전기를 사용할 수 있어 피해를 줄일 수 있다. 별도 추가 비용은 없으며 구내 배선공사가 필요한 경우에만 일부 비용이 발생할 수 있다.

단전 방식도 바뀐다. 기존에는 집합건물 내 대표고객 전용 계계가 설치되지 않은 경우 건물 전체를 단전할 수밖에 없었다. 하지만 올해 11월부터는 고객 협조를 받아

건물 내부 개별 차단기를 활용한 '부분 단전'이 가능해진다.

이에 따라 체납 계약자만 선별적으로 전기를 차단할 수 있게 되면서 관리비를 선실해 납부한 입주민 피해도 상당 부분 줄어들 것으로 전망된다.

개별입주자 대상 안내 체계도 강화된다. 지금까지는 한전과 직접 계약 관계가 없는 입주민들이 관리주체의 체납 사실을 뒤늦게 알게 되는 경우가 많았다. 한전은 앞으로 계약 당사자 동의를 거쳐 체납 발생 1개월 시점부터 개별입주자도 전기요금 미납 여부를 확인할 수 있도록 관련 시스템을 개선할 방침이다.

한전 관계자는 "관리주체의 요금 체납으로 인해 정상적으로 관리비를 납부한 입주민들이 피해를 입는 사례를 줄이기 위한 조치"라며 "앞으로도 전기 사용 안정성과 이용자 보호를 위한 제도 개선을 지속해 나가겠다"고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr

소진공, 국민 참여·현장 중심 소통 정책 인정

'정책소통 유공' 포상 수상...공공기관 유일

소상공인시장진흥공단이 국민 참여·현장 중심 소통 정책을 펼친 노고를 인정받았다.

소상공인시장진흥공단은 문화체육관광부가 주관하는 '2025년도 정책소통 유공' 포상에서 국무총리 표창을 수상했다고 11일 밝혔다.

이번 포상은 정책소통 혁신을 통해 국민과의 소통 강화에 기여한 기관 및 개인 대상으로 수여되는 정부포상이다.

소진공은 공공기관 가운데 유일하게 국무총리 표창을 수상하며 '국민 소통과 현장 중심 홍보'를 기반으로 한 정책소통 성과를 인정받았다.

소진공은 그간 국정과제 14번(국민 소통), 59번(포용금융 강화), 61번(소상공인·골목상권 활성화)의 성공적 이행을 위해 정책소통 체계를 전면 개편해 왔다.

특히 고객 이해도를 높이기 위한 쉬운 언어 기반 홍보와 현장 밀착형 소통을 강화하고, 찾아가는 정책 설명회 및 지역 협력체계를 구축해 정책 접근성을 크게 개선했다.

또 전기요금 특별지원, 상생페이백, 정책자금 대출 등 주요 정책을 민관 협력과 다채널 홍보를 통해 확산시키며 정책 체감도를 높이는 데 기여했다.

이외로 '소상공인24'와 '소상공인365' 등 디지털 기반 플랫폼을 구축해 정책 정보 제공과 신청 절차를 통합하고, 데이터 기반 맞춤형 서비스를 마련하는 등 정책소통의 디지털 전환도 추진해 왔다.

이 같은 노력은 정책 사각지대 해소와 국민 체감도 향상으로 이어지며, 소상공인 정책의 실효성을



소상공인시장진흥공단은 문화체육관광부가 주관하는 '2025년도 정책소통 유공' 포상에서 국무총리 표창을 수상했다.

높인 대표적인 정책소통 사례로 평가받고 있다.

김민기 정책소통 담당자는 "각종 정책을 국민의 눈높이에 맞춰 전달하기 위해 전자적으로 노력한 것이 좋은 성과로 이어진 것 같다"며 "국민이 정책 내용을 쉽게 이해하고 실제로 활용할 수 있도록 현장 중심의 안내와 소통에 힘쓰겠다"고 말했다.

인태연 소진공 이사장은 "정책은 국민이 이해하고 현장에서 체감할 때 비로소 완성된다"며 "앞으로도 소상공인과 가장 가까운 현장에서 소통을 강화하고, 정책의 성과를 국민이 체감할 수 있도록 최선을 다하겠다"고 전했다.

윤용성 기자 yo1404@gwangnam.co.kr

중기중앙회, K-푸드 스마트공장 확대 식품 제조...삼성전자와 39억원 투입

중소기업중앙회가 식품 제조업계의 디지털 전환 및 생산 혁신 지원에 박차를 가한다.

중소기업중앙회는 11일부터 삼성전자, 중소벤처기업부, 농림축산식품부와 함께 '2026년도 식품 제조업 스마트공장 구축지원 사업' 참여기업을 모집한다고 밝혔다.

이번 사업은 글로벌 시장에서 K-푸드 위상이 높아지는 가운데 중소·중견 식품 제조기업의 생산 경쟁력과 품질관리 역량 강화를 지원하기 위해 마련됐다. 중기중앙회와 삼성전자는 그동안 스마트공장 구축 지원사업을 통해 제조업 전반의 디지털 혁신을 지원해 왔으며, 올해는 식품 제조업 분야에 특화해 사업을 추진한다. 사업 규모는 총 39억원으로 식품 제조기업 30개사를 지원한다. 스마트공장 구축 수준에 따라 '기초'와 '고도화' 단계로 나눠 각 15개사를 선정할 예정이다.

고도화 단계는 기업당 최대 2억원까지 총사업비의 50% 이내에서 지원하며, 기초 단계는 최대 6000만원까지 총사업비의 60% 이내에서 지원한다.

지원 분야는 제조실행시스템(MES), 전자적자원관리(ERP) 등 운영시스템 구축과 자동화 설비 도입을 비롯해 초정밀 금형, 공정 시뮬레이션 등 식품 제조현장에 적용 가능한 다양한 스마트 제조 혁신 과제를 포함한다.

사업 신청은 18일부터 다음달 12일까지 진행된다. 신청기업은 대상으로 현장실사와 선정평가위원회 등을 거쳐 최종 지원 대상을 확정할 계획이다.

중기중앙회 관계자는 "이번 사업이 중소 식품 제조업체들의 스마트 제조 전환과 K-푸드 수출 경쟁력 강화에 도움이 될 것"이라고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr