

식품산업협회, ‘韓-中 식품안전협력’ 환영

“K-푸드 식품 안전관리 신뢰 향상”

中 등록절차 3개월 → 10일 단축
중견·중소 식품기업 진출 개선
자연산 수산물 수출도 가능해져

한국과 중국이 식품안전 협력을 제도로 강화하면서 국내 식품업계의 중국 수출 여건이 크게 개선될 전망이다.

한국식품산업협회는 식품의약품안전처와 중국 해관총서가 체결한 ‘한·중 식품안전협력 양해각서(MOU)’에 대해 환영 입장을 18일 밝혔다. 이번 협약은 양국 간 식품안전 관련 법·제도 정보 교환을 비롯해 수입식품 부적합 정보공유, 현지 실사 협조, 수출 식품기업 등록 절차 간소화 등을 핵심 내용으로 담고 있다.

특히 그동안 중국 수출을 희망하는 기업이 개별적으로 진행해야 했던 중국 측 등록 절차가 식약처를 통한 일괄 등록 방식으로 전환되면서 행정 부담이 크게 완화될 것으로 보인다. 식약처는 이

에 따라 기존 3개월 이상 소요되던 등록 기간이 약 10일 수준으로 단축될 것으로 내다봤다. 업계에서는 행정 지연으로 발생하던 비용과 매출 손실을 연간 약 3700억원 규모로 추산하고 있다.

정부가 직접 수출 식품의 안전성을 보증하고 등록을 관리함에 따라 중국 당국의 신뢰도 역시 높아질 것으로 기대된다. 통관 단계에서의 보완 요구나 사후 관리 과정에서의 리스크가 줄어들면서, 특히 자체 인력과 정보가 부족한 중견·중소 식품기업의 중국 진출 문턱이 낮아질 것이라 평가다.

수산물 분야에서도 변화가 크다. 이번 협약을 계기로 중국 수출이 가능한 품목이 기존 206개에서 모든 자연산 수산물(냉장·냉동)로 확대됐다. 위생 평가 등의 이유로 제한을 받아왔던 자연산 수산물의 중국 수출이 가능해지면서 수출 품목 다변화와 수산업계의 수출 확대가 기대된다.

이번 MOU 체결에는 정부와 업계 간 소통이 중요한 역할을 했다는 평가다. 지난해 12월 열린 한·중 식품안전협력 위원회 과정에서 식약처와 중국 해관총서 관계자들이 협회를 찾아 수출 기업들과 직접 통관 애로사항을 논의했고 협회는 현장의 요구를 정부 간 협의에 전달하는 창구 역할을 맡았다.

협회는 제도 변화가 현장에 안착할 수 있도록 다음 달 중 식약처와 공동으로 회원사를 대상으로 설명회를 열어, 한·중 식품안전협력 MOU 주요 내용과 중국 수출업체 등록 절차 변경 사항을 안내할 계획이다.

협회 관계자는 “이번 협약은 K-푸드의 핵심 시장인 중국에서 우리 식품의 안전 관리 신뢰도를 한 단계 끌어올리는 계기”라며 “수출 안정성을 높이고 중·중견기업까지 체감할 수 있는 지원 체계를 강화해 나가겠다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

CU, 휴지·햇반 등 생필품 최대 75% 할인

오는 21일부터 ‘민생 지원 할인 행사’

BGF리테일이 운영하는 편의점 CU는 고물가 시대를 맞아 주요 생필품을 최대 75% 할인하는 ‘민생 지원 할인 행사’를 진행한다고 18일 밝혔다.

이번 행사는 오는 21일부터 31일까지 진행되며, 장기화된 고물가와 고환율 속에서 소비자의 장바구니 부담을 덜고 침체된 소비 심리를 되살리기 위해 기획됐다.

CU는 평소 고객 수요가 높은 생활밀착형 상품 10종을 엄선해 과격적인 가격에 선보인다. 대표 상품인 ‘깨끗한나라 축안감 시그니처(30롤)’는 정가 대비 69% 저렴한 1만 900원에, ‘동원 먹는샘물(500ml, 20입)’은 50% 할인된 1만 원에 판매한다. 또한 ‘햇반(210g, 12입)’은 1만 4900원에 구매할 수 있으며, 코카콜라와 칠성사이다 제로 등 인기 음료 5종에 대해서는 1+1 행사를 적용한다.

여기에 제휴 결제 수단을 이용하면 20% 추가 할인 혜택까지 받을 수 있다. 주류를 제외한 행사 상품을 BC카드, N



CU가 민생 지원 할인 행사를 통해 침체된 소비 심리를 되살린다. /CU

H농협카드, 네이버페이, 토스페이 등으로 결제 시 기존 할인가에서 추가 할인이 적용된다. 예를 들어 롯데슈를 해당 수단으로 결제하면 최대 75% 할인율이 적용되어 물당 약 291원꼴로 구매가 가능하다. 햇반 역시 온라인 최저가 수준인 1만 1920원대에 구매할 수 있다.

아울러 CU는 물가 안정을 위한 기획 상품으로 ‘990원 햇바’ 신제품 3종(청양고추, 치즈, 닭가슴살)을 출시하고 2월까지 한정 판매하며 가성비 라인업을 강화했다.

/손종욱 기자

“‘흑백요리사’ 셰프 음식 집에서 즐기세요”

CJ제일제당, 출연 셰프 대규모 협업
자사 대표브랜드 등에 레시피 접목
우동, 국물, 중화요리, 소스 등 예정

CJ제일제당이 넷플릭스 인기 예능 ‘흑백요리사: 요리 계급 전쟁’ 출연 셰프들과 손잡고 대규모 협업 제품을 선보이며 콘텐츠 연계 K-푸드 마케팅을 강화한다.

CJ제일제당은 흑백요리사 스페셜 에디션을 출시한다고 18일 밝혔다. 넷플릭스 글로벌 TOP10 비영어권 쇼 1위에 오른 흑백요리사의 흥행력을 기반으로 ‘비비고’와 ‘고메’ 등 자사 대표 브랜드에 셰프들의 시그니처 메뉴를 접목해 소비자 경험 확대에 나선다는 전략이다.

이번 협업 제품은 총 33종으로 시즌2 출연 셰프인 최강록·윤나라·최유강 셰프와 시즌1 우승자인 권성준 셰프가 참여했다. 특히 시즌2 출연 셰프들은 기획 초기 단계부터 메뉴 제안과 레시피 개발에 직접 참여하며 완성도를 높였다는 설명이다.

먼저 시즌2 우승자인 최강록 셰프와 ‘고메 우동’ 5종(미역·김치·카레우동 등)을 출시한다. 가스오를 열수 추출 공정으로 우려낸 깊은 육수와 기존 대비 약 20% 두꺼운 면발을 적용해 차별화를



CJ제일제당 흑백요리사 셰프 컬렉션. /CJ제일제당

최했다. 이와 함께 백설 ‘10분국 조리소스’ 2종도 선보이며 셰프의 조리 노하우를 가정간편식(HMR)에 구현했다.

윤나라 셰프는 비비고 국물요리와 김치, 떡볶이, 햇반컵반 제품 개발에 참여했다. 경연에서 선보였던 황태국과 애호박찌개는 비비고 국물요리로 재해석됐으며, 묵은지참치덮밥과 파리고추돼지고기덮밥 등은 햇반컵반으로 출시된다.

최유강 셰프와는 고메 중화요리 라인업을 확대했다. 짜장·짬뽕·탕수육·유린기 등 고메 중화요리 4종과 함께 햇반컵반 중식 2종, 고메 마라탕면을 통해 정통 중식 메뉴를 간편식 형태로 구현했다.

CJ제일제당은 오는 3월 권성준 셰프와 최강록 셰프가 참여한 소스 신제품 7

종도 추가로 출시할 계획이다. 이를 통해 외식 셰프 IP를 활용한 소스·HMR 포트폴리오를 본격 확대한다는 구상이다.

한편 CJ제일제당은 흑백요리사2에 ‘비비고’ 팬트리를 지원하며 국내 식품 기업 가운데 유일하게 공식 스페셜 파트너로 참여했다. 장류와 조미료, 햇반, 만두 등 주요 제품을 제공하며 글로벌 시청자에게 K-푸드 대표 브랜드로서 비비고의 인지도를 높였다.

CJ제일제당 관계자는 “글로벌 콘텐츠로 주목받은 셰프들의 요리를 집에서도 간편하게 즐길 수 있도록 기획했다”며 “앞으로도 콘텐츠 협업을 통해 K-푸드의 확장성과 미식 경험을 동시에 강화해 나갈 것”이라고 말했다. /신원선 기자 tree6834@

신세계百貨, 대규모 웨딩 프로모션 진행

비아신세계 ‘하니문 큐레이션’ 행사
‘더 에브리데이 럭셔리’로 예물 할인

신세계백화점이 최근 19개월 연속 혼인 건수가 증가하는 추세에 발맞춰 예비 신혼부부를 위한 대규모 웨딩 프로모션을 진행한다고 18일 밝혔다.

우선 신세계의 고품격 여행 플랫폼 ‘비아신세계’는 다음 달 8일까지 ‘하니문 큐레이션’ 행사를 연다. 특히 이달 말 강남점에 오프라인 상담 창구인 ‘트래블 컨시어지’를 새롭게 오픈해 부산 센텀시티점에 이은 두 번째 거점을 마련했다.

예비부부들은 트래블 컨시어지에서 동유럽 프리미엄 투어, 지중해 리츠칼튼 요트 컬렉션 등 차별화된 하니문 상품을 상담받을 수 있다. 상담 및 계약 고객에게

는 구매 금액대별 최대 60만 원 할인, 현지 스냅 촬영, 객실 업그레이드 등의 혜택을 제공하며, 하니문 상품 구매 금액은 백화점 VIP 실적으로 100% 인정된다.

예물 장만을 위한 ‘더 에브리데이 럭셔리’ 행사도 이달 25일까지 이어진다. 신세계백화점 앱에서 위치·주얼리 구매 시 사용 가능한 할인 쿠폰을 제공하며, 해밀턴과 포멜라토 등 주요 브랜드는 구매 고객에게 파우치, 호텔 바우처 등 풍성한 사은품을 증정한다.

신세계백화점 이성한 영업전략담당 상무는 “예물부터 하니문까지 한 번에 준비할 수 있는 이번 행사를 통해 인생에서 가장 설레는 순간을 더욱 특별하게 만들어 드릴 것”이라고 말했다.

/손종욱 기자

GS25, 혼밥족 겨냥 소포장 양념육 선포

제육볶음, 양념 삼겹살 4900원

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 1인 가구 증가와 고물가 추세에 발맞춰 4900원짜리 소포장 양념육 3종을 선보인다고 16일 밝혔다.

이번에 선보인 신제품은 ▲제육볶음 ▲간장 양념 삼겹살 ▲고추장 양념 삼겹살 등 3종이다. 혼자서도 부담 없이 즐길 수 있도록 1인분 분량인 200g으로 구성했으며, 가격은 외식 물가 대비 합리적인 4900원으로 책정해 2026년 연중 고정가로 운영한다.

GS25는 전체 가구의 36.1%를 차지하는 1인 가구를 겨냥해 조리과 취식이 간편하고 잔반 걱정이 없는 소용량 상품 라인업을 강화하고 있다. 해당 제품은 전국 4000여 개의 장보기 특화 매장과 신선 강화 매장을 중심으로 판매된다.

출시를 기념해 과격적인 프로모션도 진행한다. 오는 31일까지 해당 양념육



고객이 4900원 한끼 양념육 상품을 살펴보는 모습. /GS25

을 구매하는 고객에게 ‘친환경 소용량 모듬쌈’을 무료로 증정해 별도의 추가 비용 없이 고기와 채소를 함께 즐길 수 있도록 했다.

이와 함께 GS25는 매월 하반기 진행하는 ‘프레시워크’를 통해 장보기 물가 안정에도 나선다. 이달 말까지 딸기, 사과, 계란 등 신선식품 40여 종을 초특가에 선보이며, 고구마와 연어 스테이크 등은 1+1 행사를 진행한다. /손종욱 기자

세븐일레븐, 두바이 초콜릿 열풍 이어간다

‘두바이식 카다이프 뽕카롱’ 선포

편의점 세븐일레븐은 ‘카다이프 존득볼’의 흥행에 힘입어 새로운 두바이식 디저트인 ‘두바이식 카다이프 뽕카롱’을 선보인다고 18일 밝혔다.

앞서 세븐일레븐은 지난 1일 선보인 ‘카다이프 존득볼’이 2주 만에 디저트

카테고리 매출을 전년 동기 대비 250%까지 끌어올리며 ‘두바이 초콜릿’ 관련 상품의 여전한 인기를 입증한 바 있다.

이번에 선보이는 ‘두바이식 카다이프 뽕카롱(3200원)’은 전분을 섞지 않은 100% 아몬드 가루로 만든 꼬끄를 사용해 특유의 쫄득함을 살렸으며, 그 사이에 바삭한 카다이프면과 꾸덕한 피스타

치오 크림을 풍성하게 채웠다.

세븐일레븐은 최근 경기 불황 속에서도 나를 위한 작은 사치를 즐기는 ‘스몰 럭셔리’와 기분 따라 소비하는 ‘필코노미’ 트렌드가 확산됨에 따라 프리미엄 디저트 라인업을 강화하고 있다. 실제로 이달 세븐일레븐 모바일 앱 검색어 순위에서 ‘생초코파이’와 ‘두바이존득쿠키’가 전체 검색량의 약 40%를 차지하며 나란히 1, 2위에 올랐다.

/손종욱 기자 handbell@