

전남도내 영세 제조업·수산업체 경쟁력 확보

“덩치 키우고 전문화 나선다”

화순 타올 제조업체 공동브랜드 개발 추진

완도 전복·벌교 꼬막 생산자 조합법인 결성

“덩치를 키우고, 전문화해야 살아 남는다.”

전남도내 영세 제조업과 수산업 종사자들이 영세기업끼리의 자발적 M&A(인수·합병)를 통한 덩치 키우기와 기업화에 한창이다.

제조업의 경우 화순에 물려있는 21개 타올 제조 업체가 공동브랜드 개발과 염색공장 설립을 추진하고 있

다. 염색공장이 없어 대전까지 가서 3일씩이나 걸려 염색을 해오는데, 단순 주문생산에 영세성을 면치 못하는 현실을 타개하겠다는 의지가 강하다.

전도 홍주도 생산업체 연합체를 구성하고 나섰다. 진도 홍주는 그동안 5개 영농법인이 자체 브랜드와 군(郡)

공동브랜드를 병행생산했는데, 품질과 가격 차이가 심해 내수나 수출 모두 부진했다. 진도 홍주 생산업체 연합체는 이에 따라 품질 균일화를 위한 생산 매뉴얼 개발과 핵심 원료를 통일하고 공동 판매 등 유통 혁신을 꾀하고 있다.

1천여개의 염전에서 생산되고 있는 천일염도 16개 지역별 작목반 결성과 제품 고급화 및 홍보를 위한 공동 브랜드 개발에 힘을 쏟고 있다.

전통 경영방식에 의존해 영세성을 면치 못하고 있는 전남도내 수산업에도 규모화·기업화가 돌아치고 있다. 이미 완도 전복, 산안 전새우 주식회사가 설립됐고, 벌교 꼬막, 천황경김과 매생이, 유자 넉치, 황토 뱀장어,

조피불락, 톳, 미역 등의 종사자들이 영어조합법인을 결성해 생산과 유통을 함께 한다는 계획을 추진하고 있다.

전남도는 2010년까지 3년간 수산업 기업화에 1천324억원을 들여 어가소득을 현재보다 30% 이상 끌어 올릴겠다는 계획이다.

양복완 전남도 경제과국장은 “업종별로 법인을 규모화하고 점차 대형화하도록 유도하고 있는데, 관련 기업 종사자들의 열의가 대단하다”며 “공동 브랜드 개발 등 낮은 단계의 연합, 조직화를 거쳐서 전문 경영인 체제의 법인으로 업그레이드 할 수 있게 단계별로 지원하겠다”고 말했다. /김주정기자 jnews@kwangju.co.kr



원산지 표시 합동 단속

국립농산물품질관리원 전남지회 합동 단속반원들이 지난달 30일 광주 양동 시장에서 상인들을 대상으로 원산지 허위표시 등 부정유통 근절을 위한 보호 활동을 펼치고 있다.

국립농산물품질관리원 전남지회 합동 단속반원들이 지난달 30일 광주 양동 시장에서 상인들을 대상으로 원산지 허위표시 등 부정유통 근절을 위한 보호 활동을 펼치고 있다. /위직량기자 jrwi@kwangju.co.kr

효도송금 수수료 면제

光銀 ‘가정의 달’ 맞아

광주은행(은행장 정태석)은 5월 ‘가정의 달’을 맞아 효도송금 수수료 면제, 어린이날 그림그리기 등 고객 사은 행사를 실시한다.

효도송금 수수료는 2~9일 사이 부모들에게 100만원 이하의 액수를 송금하는 고객 또는 송금을 하는 고객이 60세 이상일 경우 해당 고객에 대해 수수료를 면제해 준다.

또 5일에는 광주비엔날레 광장에서 유치원생 및 초등학생이 참가하는 그림그리기 대회를 열고 입선작에 대해 상장과 부상을 준다.

/최경호기자 choice@kwangju.co.kr

韓屋 관련 업체 2곳 전남에 온다

도, 청림목재(주)·(주)천수본사와 370억 투자 협약

원목가공·황토패널 생산 공장 설립... 한옥 보급 활기

한옥 건축 관련 기업체 2곳이 전남도에 공장을 건립한다.

전남도는 지난달 30일 한옥자재 생산업체인 청림목재(주)(대표 이덕환)와 황토패널 생산업체인 (주)천수본사(대표 고해미)와 370억원 규모의 투자협약을 체결했다.

이들 기업은 투자협약에 이어 공장 건립에 착수하기로 해 최근 정부의 국정과제로 채택된 ‘맞춤형 한옥 보

급 사업’이 활기를 띠 것으로 보인다.

청림목재(주)는 협약에 따라 여수시 화양면 일원 부지 10만2천538㎡에 70억원을 투자해 맞춤형 한옥과 원목가공공장을 건립할 계획이다.

청림목재는 전남대 바이오하우징 사업단으로부터 기술이전을 받아 한옥 원자재를 공업화·규격화해 기존 한옥의 문제였던 목재의 수축으로 인한 방음·방재·보온의 문제점을 해결

하고, 건축비는 기존 한옥보다 30% 이상 저렴한 맞춤형 한옥을 공급한다.

(주)천수본사는 300억원을 들여 무안군 운남면 일원 부지 3만9천㎡에 전국 최초의 친환경 황토패널 공장 설립한다. 천수본사는 게르마늄 성분이 풍부한 무안 황토를 원재료로 활용, 내년 상반기부터 무공해 친환경 황토패널을 본격 생산할 예정이다.

박준영 전남지사는 협약식에서 “전국의 건축물화를 선도하는 한옥 자재와 황토패널을 만들 수 있게 최대한의 지원을 하겠다”고 말했다.

/김주정기자 jnews@kwangju.co.kr

수완지구 야외 조각 당선작 확정

총 11점 ... 8억들어 오는 9월 설치

호남지역 최대 규모로 조성되는 광주 수완지구 야외 조각작품 당선작이 확정됐다.

지난달 30일 한국토지공사 광주 전남본부에 따르면 수완지구 제5호 근린공원에 야외조각작품을 설치하기 위해 최근 현상공모에 나선 결과 대형 1점(작품명 : 생동·사진)과 소형 10점 등 총 11점을 당선작으로 선정했다.

토지공사는 이달부터 이들 11점

의 작품 제작에 착수해 오는 9월께 설치할 예정이며, 총 8억원의 예산이 투입된다.

이번 공모에는 총 74점의 작품이 출품돼 경합을 벌였다.

한편 수완지구는 전문가가 디자인하기 위해 최근 현상공모에 특화된 예술품과 조형물, 공공시설물 등이 어우러진 전국 최초의 ‘디자인시티’로 조성된다.

/최경호기자 choice@kwangju.co.kr



국세청이 서비스기관으로 거듭나고 있다.

국세청은 국세행정의 초점을 강압적인 세무조사보다는 납세자들의 고통과 불만을 해결해 국민의 신뢰를 얻는 데 맞추고 있다.

납세자들이 세금고충을 더 수월하고 공정하게 해결할 수 있도록 하고 납세자들의 불편을 체계적으로 해결할 수 있는 시스템을 만드는 한편 세무조사 기간연장이나 범위확대 여부도 독립성이 보장된 위원회를 통해 결정하도록 했다.

이에 따라 국세청은 1일부터 광주 지방국세청을 비롯한 전국 6개 지방청, 84개 세무서에 ‘납세자보호위원

“세금 고충·불만 해결해 드립니다”

광주지방국세청 ‘납세자보호위’ 설치 서비스 강화

회’를 설치하고 운영에 들어갔다.

세금과 관련된 민원 및 세무조사기간의 연장과 범위확대를 외부위원의 수가 내부위원보다 많고 외부위원이 위원장을 맡는 납세자보호위원회를 심의하

중전에는 청구금액이 2천만원을 초과하는 민원의 경우 세금을 부과한

부서에서 처리했고 세무조사 기간연장과 범위확대 여부도 국세청 공무원인 납세자보호담당관이 결정했다.

그러나 1일부터 납세자보호위원회가 세금과 관련된 고충민원을 심의하고 세무조사 기간연장이나 범위확대 여부를 결정하게 된다. 특히 세무조사 기간연장과 조사범위 확대 여부를 결정하는데 국세 공무원의 재량이 배제

됨에 따라 이전보다 공정하고 신속한 세무조사를 기대할 수 있어 납세자들의 부담이 크게 줄어들 전망이다.

이와 함께 국세청은 납세자들이 밀원하고 어떤 불만이 있는 지를 파악하고 국세행정에 반영하기 위해 납세자불평관리시스템(VOC·Voice Of Customer)을 구축, 오는 7월 개통할 예정이다.

VOC는 온라인과 오프라인을 통해 납세자들의 불평과 불만을 체계적으로 수집하고 접수된 불평 등을 관련 부서로 자동 분배해 즉각 처리하는 등 불평의 접수에서부터 처리까지의 상황을 실시간으로 관리하는 시스템이다. /이종태기자 jilee@kwangju.co.kr

기아차 후원 中 ‘아시안 X게임’ 개막

‘젊음과 스피드’ 마케팅

기아자동차가 중국에서 ‘젊음과 스피드’의 상징인 익스트림 스포츠로 축제의 열기를 북돋운다.

기아자동차가 공식 후원하는 ‘2008 기아 아시안 X게임(KIA X Games Asia 2008)’ 대회가 지난달 30일부터 4일까지 4일간 중국 상하이 지양완(Jiang Wan) 경기장에서 개최된다. <사진>

올 X게임에는 200명의 정상급 익스트림 스포츠 선수들이 참여해 어그레시브 인라인, 스케이트보드, BMX 프리스타일, 인공암벽, 모터X 등 5가지 부문 11개 종목에서 경쟁을 벌이게 된다.

기아차는 현장을 찾은 관람객이 스케이트 보드 타는 모습을 연출, 사진 촬영할 수 있도록 포토존을 설치



하는 것은 물론 직접 X게임에 참여할 수 있는 이벤트를 마련해 축제의 분위기를 한층 살릴 예정이다.

또 대회 현장에 스포티지, 뉴캐논 등을 전시하는 한편, 경기장 안에 설치된 대형 스크린을 통해 기아차의 스포츠 마케팅 홍보영상과 다양한 차량광고를 내보내 기아차 브랜드와 제품에 대한 인지도와 관심을 증폭시킬 계획이다. /이종태기자 jilee@kwangju.co.kr

Advertisement for Beijing Kyo-ya restaurant. The ad features a large red and white header with the restaurant's name in Korean and Chinese. Below the header, there are several images of various dishes, including what looks like a large bowl of soup or stew, and other traditional Chinese dishes. The text describes the restaurant's location and offers. At the bottom, there is contact information including a phone number (972-5282) and a website.

Advertisement for a new Seoul Night (뉴서울나이트) event. The ad features a large yellow and red background with the event name in bold, stylized Korean characters. A central image shows a man in a red jacket, likely the host or a performer. Below the main title, there is text in Korean that says '대인동' (Daedong) and '박상철' (Park Sang-cheol), along with the date '4월 24일 OPEN' (April 24th Open). The ad also includes a phone number (226-9333, 4) and a website.