지역명품을 세계명품으로

창사 57 주년 광주일보 캠페인

삼계탕 '신선味' 세계 입맛 잡다

⑬ 화인코리아 치키더키

즉석 삼계탕·고려인삼닭죽 히트
1천억 매출 기업 성장 원동력
광주·전남 대표 브랜드 '명성'

나주시 금천면의 닭·오리 고기 가공업체 '화인코리아'에서 생산직 근로자들이 삼계탕을 가공하느라 분주하다. 〈광주일보 자료사진〉

나주시 금천면에 공장을 둔 국내 대표적인 닭·오리 가공업체 화인코리아는 요즘 초비상이다. 장마가 끝난 뒤 본격적인 휴가 시즌에 접어들면서 주문이 밀려드는 삼계탕용 닭을 가공하느라 여념이 없다.

화인코리아의 '치키더키'는 지난 1998년 3월 출시한 브랜드로, '신선·깨끗함'이라는 의미를 담고 있다. 이 회사가 부도(2003년)를 극복하고 1천억원의 매출기업으로 성장하게 한 원동력이다.

치키더키는 철저한 위생 공정을 거친데다, 어느 곳에서 사먹거나 똑같이 맛있는 품질 등으로 소비자들의 꾸준한 사랑을 받으며 대표적인 광주·전남 브랜드로 입지를 굳혔다.

현재 이 브랜드로 공급되고 있는 제품은 치킨바베큐·즉석 삼계탕·오리궁중 떡갈비·오리주물럭·닭양념육 등 36가지에 이른다. 공급처도 250여개 전국 대리점과 이마트·롯데마트·광주신세계백화점·워커힐 호텔 등 전국적으로 퍼져 있다.

매출액은 부도직후인 지난 2004년 401억원 수준에서 ▲2005년 675억 ▲2006년 909억 ▲2008년 936억원 등 꾸준한 상승세를 타고 있다. 올해 목표는 1천200억원이다.

수출도 순조다. '즉석 삼계탕', '고려인삼닭죽' 등은 일본·대만·홍콩·필리핀·호주 등에서 꾸준한 인기다. 지난 2007년 이후 매년 260만달러 이상 수출하고 있다.

공장 규모도 늘리고 있다. 화인 코리아는 대형 삼계탕 및 바베큐 가공공장(연면적 1만5천12㎡)을 신축하고 있고, 올해 말 완공되면 본격적인 미국 시장 개척에도 나선다는 계획이다. 우리나라는 지난해 한-미 쇠고기 수입 협상 당시 요구사항이었던 삼계탕의 대미(對美) 수출을 계속 미국 측에 요구하고 있어 내년에는 가시화될 것으로 전망되고 있다.

새 공장은 하루 2만개의 즉석 삼계탕과 7천개의 닭·오리 바베큐 생산 등 대량 생산 체제를 갖춘다. HACCP(식품위해요소 중점 관리기준) 인증을 추진하는 등 고품질과 신선도에 신경을 써서 까다로운 미국 시장을 충분히 뚫을 수 있을 것으로 업계에서는 보고 있다.

안이석 화인코리아 경영지원본부 총무이사는 "국내 시장뿐만 아니라 미국 등 세계 시장에서도 인정받는 최고의 닭고기 가공업체로 발돋움하는데 온 힘을 쏟을 것"이라고 말했다.

/김지을기자 dok2000@kwangju.co.kr

기아차 7월 12만6천857대 판매

파업 여파 생산차질… 6월보다 11.5% 줄어

7월 기아자동차의 판매실적이 전달보다 11.5% 줄었다. 개별소비세 인하 혜택이 6월 말로 끝나고 파업으로 인한 생산차질까지 겹쳤기 때문이다.

기아자동차는 지난달 국내에서 3만4천811대, 해외에서 9만2천46대를 팔아 총 12만6천857대의 판매실적을 올렸다고 3일 밝혔다.

지난해 같은 기간과 비교해서 내수는 26.5%, 수출은 18.0% 증가해 전체적으로 20.2% 늘었다.

회사 측은 5월부터 적용된 정부의 노후차량 세제지원 혜택에다 지난해 7월 마지막 주였던 공장 휴가가 올해는 8월 첫주로 바뀌면서 영업일수가 늘어난 것이 판매 증가로 이어졌다고 설명했다.

하지만, 지난 6월과 비교해서는 내수 24.3%, 수출은 5.5% 감소하면서 전체 판매도 11.5% 줄었다.

기아차는 내수 시장에서 경차 모닝이 9천891대 판매돼 꾸준한 인기를 끌었고, 쏘렌토R(4천260대), 포르테(3천794대), 쏘울(1천976대) 등 최근 출시된 신차들의 판매도 호조를 보였다고 설명했다.

해외에선 포르테(1만8천126대), 쏘울(7천578대) 등 올해부터 세계 각지에 본격 수출되기 시작한 신차들이 판매 호조를 보였고, 쏘렌토R도 유럽 등에서 908대가 팔렸다. 기아차 수출의 국내공장 생산분은 5만8천244대로 작년 대비 15.1% 증가했으며, 해외생산분은 지난해보다 23.2% 증가한 3만3천802대로 집계됐다.

7월까지 기아차의 연간 누계 판매실적은 내수 22만7천335대, 수출 56만3천772대 등 총 79만1천107대로 지난해보다 2.5% 감소했다.

기아차 관계자는 "쏘렌토R와 포르테는 대기수요가 7천여대에 달하면서 고객 불만이 증가하고 있다"고 우려했다.

/김지을기자 dok2000@kwangju.co.kr

수입 개방에 따른 광우병 파동에도 전남산 명품 브랜드 한우가 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있다.

3일 전남도에 따르면 전국 최초의 광역브랜드인 지리산 순한 한우와 전국 최대 규모의 녹색 한우 등 전남지역 5대 명품 한우가 전국 대형 유통업체와 백화점 등을 통해 올 상반기 5천67마리나 판매돼 337억 원의 매출을 올렸다.

이는 지난해 같은 기간에 비해 무려 40%가 증가한 것이다.

브랜드별로는 ▲지리산 순한 한우 1천526마리(109억 원) ▲함평 천지 한우 1천178마리(88억 원) ▲녹색 한우 956마리(63억 원) ▲담양 대숲 맑은 한우 748마리(32억 원) ▲영암매력 한우 659마리 45억 원 등의 매출을 기록했다.

전남산 명품 한우 고기가 소비자에게 인기를 끌고 있는 것은 생산에서부터 식탁까지 전 과정을 행정에서 체계적으로 지도·관리해오고 있는데다 쇠고기 이력 추적제 조기 시행, 친환경 축산물 생산 등을 통한 소비자 신뢰를 확보했기 때문이다.

한편, 전남도는 현재 전남도 한우 출하 비중 가운데 26%를 차지하고 있는 명품 한우 출하 비중을 오는 2013년까지 50% 이상으로 늘려나갈 계획이다.

/최권일기자 cki@kwangju.co.kr

전남 시·군 유통회사 상반기 매출 200억원

전남도가 도내 친환경 농수산물의 산업화를 위해 집중 육성해 온 일선 시·군 유통회사의 올해 상반기 국내 매출이 200억 원을 넘어선 것으로 나타났다.

3일 전남도에 따르면 올해 7월 말 현재 고흥·화순·완도·무안·함평·광양 등에 설립한 시·군 유통회사 6곳과 전남 농수산물 판매회사인 '남도미향'을 통해 판매된 전남 농수산물이 총 218억 원에 이른 것으로 집계됐다.

유통회사의 매출실적은 ▲함평 128억 원 ▲무안 48억 원 ▲고흥 28억 원 ▲완도 4억5천만 원 순으로 나타났다.

임영주 전남도 농림식품국장은 "이제 농수산물도 국내시장 만으로는 부가가치 창출과 소득 향상에 한계가 있다"며 "시·군 유통회사가 주체가 돼 고품질 수출 물량을 확보하도록 적극적인 농가교육과 홍보활동을 하겠다"고 말했다.

/최권일기자 cki@kwangju.co.kr