고용시장 훈풍 불구 광주·전남 실업자 되레 증가

11월 고용동향 … 전년 동기비 0.4%p, 0.9%p 늘어 3만8000명 달해

얼어 붙었던 고용시장에 훈풍이 불면서 전국 11월 취업자 수 증가폭이 60만명에 육박하는 등 활기를 띠고 있지만 광주와 전남 지역은 실업자 수가 되레 늘어난 것으로 나타났다.

11일 통계청이 발표한 '11월 고용동향'에 따르면 지난 달 실업자 수는 광주와 전남이 각각 3000명, 9000명이 증가한 3만8000명에 달했다.

광주의 실업률은 2.5%로 전년 같은 달에 비해 0.4%포인트 상승했다. 실업자 수는 1만8000명으로 전년 같은 달 대비 3000명(22.0%) 증가했다.

성별로는 남자가 1만3000명으로 1000명(7.3%) 증가했으며 여자도 5000명으로 2000명(88.9%)이나 대폭 늘었다.

전남의 실업률은 2.1%로 전년 같은 달 대비 0.9%포인트 상승했으며 실업자는 2만명으로 전년 같은 달 대비 9000명(82.7%) 증가했다.

성별로는 남자 1만1000명으로 3000명(36.6%), 여자는 9000명으로 6000명으로 두 배(217.9%) 이상 증가한 것으로 나타났다.

다행인 것은 광주의 고용률이 58.1%로 전년 같은 달에 비해 1.7%포인트 상승했다는 것이다.

이날 발표한 자료에 따르면 광주 지역 취업자는 72만5000명으로 전년 같은 달 대비 3만2000명(4.6%) 증가했다.

전남의 11월 고용률은 61.7%로 전년 같은 달에 비해 1.6%포인트 하락했다. 취업자는 91만7000명으로 전년 동월 대비 1만4000명(-1.5%) 감소했다.

호남지방통계청 관계자는 "전국적인 흐름과는 달리 광주·전남 지역이 취업률과 실업률 모두에서 부진한 상태인 것은 사실이지만 실업률이 전국 평균치 이하이고 수치상으로도 나아지고 있어 점차 개선될 수 있을 것이다"고 전망했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

자본금 못맞춘 전문건설업체 광주·전남 518곳 퇴출 대상

자본금 기준 등을 맞추지 못한 광주·전남지역 전문건설업체 518개사가 퇴출 대상 후보에 올랐다.

11일 국토교통부에 따르면 건설업계의 페이퍼컴퍼니(서류상 회사) 등 부적격 업체를 퇴출하기 위해 지난 5월부터 전국 전문건설업체 2만5274개사를 대상으로 실태조사를 한 결과, 등록기준에 미달하거나 소재불명·조사거부 등으로 자료를 제출하지 않은 부적격 혐의업체 6161개사(6409건)를 적발했다.

광주지역에서는 조사대상 업체 수 638개사 가운데 37개사(5.8%)가 부적격 업체로 적발됐으며 전남은 1944개사 가운데 481개사(24.7%)가 부적격 업체로 이름을 올렸다.

광주와 전남 모두 자본금 기준을 맞추지 못해 등록기준을 위반한 회사가 가장 많았다.

광주는 37개사 중 25건, 전남은 481개사 중 371건이 자본금 미달이었다.

자본금 미달 업체가 많은 것은 최근 건설경기 침체에 따른 건설사의 경영악화로 자본잠식 사례가 증가한 것으로 풀이된다.

위반 혐의 업체로 적발된 회사는 처분청인 시·군·구청장이 청문 절차 등을 통해 조사하게 되며 등록기준 위반사실이 최종 확인된 경우 6개월 이내의 영업정지 또는 등록말소 등의 행정처분을 받게 된다.

/임동률기자 exian@kwangju.co.kr

삼성-애플, 2차 특허소송 오늘 선고

삼성전자와 애플의 국내 특허 소송 '2차전' 결과가 12일 나온다.

11일 삼성전자와 서울중앙지법에 따르면 서울중앙지법 제13민사부는 삼성전자가 애플을 상대로 낸 특허침해금지 소송에 대한 선고를 12일 오전 9시50분에 내릴 예정이다.

삼성전자는 지난해 1심 선고가 내려진 1차 소송에서 주로 3세대(3G) 이동통신 관련 표준 특허로 애플을 압박했던 것과 달리 이번 소송에서는 상용 특허 침해건을 내세웠다.

삼성전자가 침해당했다고 주장한 특허는 ▲ 문자메시지(SMS)와 사진 표시 방법(KR0714700) ▲ 단문 메시지 입력 중 화면 분할(KR0429808) ▲ 상황 지시자-이벤트 발생 연계(KR0369646) 등이다.

삼성전자는 애플의 아이폰과 아이패드 제품이 이들 특허 3건을 직·간접적으로 침해했다고 주장하고 있다.

당초 삼성전자는 5건의 특허 침해를 주장했으나 이후 소송 전략 차원에서 침해 특허 수를 3건으로 조정했다.

삼성전자는 구체적인 손해액은 앞으로 입증해 청구하기로 하고 일단 손해배상액의 일부인 1억원을 청구했다.

앞서 지난해 8월 서울중앙지법은 삼성전자와 애플이 서로 특허권 침해를 주장하며 상대방을 제소한 소송에서 애플이 삼성전자의 통신 표준특허 2건을, 삼성전자가 애플의 상용특허('바운스백' 특허)를 침해했다는 판결을 내렸다.

1차 소송에서는 양사가 서로 특허를 침해당했다고 주장한 '쌍방소송'이었지만 이번 2차 소송은 삼성전자가 애플을 상대로 제기한 '일방소송'이다.

/연합뉴스

11일 홍정희 대인시장상인회장이 롯데백화점 광주점 교육장에서 백화점 직원들에게 '전통시장 친절서비스'를 주제로 강연하고 있다. 〈롯데백화점 광주점 제공〉

"전통시장에서 한 수 배웁니다"

롯데백화점 광주점, 상인초청 판매 노하우 강연·토론

'전통시장 상인에게 한 수 배운다'

지역 전통시장과 상생 협력을 추진하고 있는 롯데백화점 광주점이 이번에는 시장 상인을 강사로 초청, 장사하는 법에 대한 강의를 진행했다.

11일 롯데백화점 광주점 별관 교육장에 열린 강연의 첫 강사로 나선 이는 홍정희 대인시장상인회장. 이날 강연은 롯데백화점 광주점이 전통시장 판매현장의 목소리를 생생하게 듣고 고객 응대에 활용하고자 대인시장 상인회측에 요청해 이뤄지게 됐다.

1시간여 동안 진행된 강의는 사뭇 진지했다. 강연에 나선 홍 회장은 전통시장, 골목 상권에서 자신만의 경영철학으로 유명세를 타고 있는 상인들의 성공담을 생동감 있게 전했고 어려운 상황에서도 긍정적인 생각으로 상인회 간부들이 각자 역할에 충실하면서 시장 전체를 이끌어가고 있는 생황을 생생하게 들려줬다.

또 전국에 유명세를 떨친 속초 중앙시장 '만석닭강정'처럼 대인시장을 대표하는 명물을 키우겠다는 포부도 밝혔다.

연창모 롯데백화점 광주점 식품팀장은 "강의를 들으면서 어렸을 적 부모님 손 잡고 인근 재래시장에 가서 이것 저것 시장 음식을 맛보던 때가 생각났다"며 "고객을 직접 대하는 사람으로서 동질감을 느꼈으며 재래시장에 대한 애착을 이전 보다 더 가지게 됐다"고 말했다.

강연이 끝난 후에는 교육장은 다시 회의장으로 변했다. 말끔한 정장 차림의 백화점 직원과 대인시장 상인들이 머리를 맞대고 한 자리에 마주한 것.

지난 2월부터 꾸준히 진행한 '전통시장 상생협력 프로그램'을 함께 되돌아보고 개선 방안을 모색하는 간담회가 열렸다.

간담회 자리에서 홍 회장은 "단순히 보여주기 식의 협력관계에 머물지 않고 시장 상인들에게 실질적인 도움이 될 수 있는 지원을 해주면서 시장에 많은 변화가 일어나고 있다"며 "시장 상인들 대부분 처음에는 불신감이 컸지만 지금은 기대감으로 바뀌고 있다"고 말했다.

한편 롯데백화점 광주점은 지난 2월27일 백화점 인근 대인시장과 '상호협력에 관한 협약식'을 체결한 이후 전통시장 상인을 대상으로 고객맞이 자세, 상품 진열 및 판매 기법 교육 등 다양한 지원 프로그램을 진행하고 있다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

'갤럭시 노트 3' 판매 1000만대 돌파

출시 2개월만에

대화면에 S펜을 탑재해 '패블릿'이란 새로운 개념을 선보인 '갤럭시 노트 3'가 1000만대 판매를 돌파했다.

삼성전자는 11일 '갤럭시 노트 3'가 지난 9월25일 출시된 이래 2개월 만인 11월 말 세계 시장에서 누적 판매 1000만대(공급 기준)를 기록했다고 밝혔다.

2011년 처음 출시된 갤럭시 노트가 1000만대 달성까지 9개월, 갤럭시 노트 2가 4개월 걸렸지만, 갤럭시 노트 3는 2개월로 '텐밀리언셀러' 달성 시기를 더욱 앞당겼다.

삼성전자는 갤럭시 노트 3를 9월25일 58개국에 동시 출시했으며 중국을 비롯한 한국, 일본, 동남아 등에서 큰 인기를 끌었다고 밝혔다. 특히 중국어의 경우 알파벳 발음기호를 눌러 입력하는 기존 방식보다 S펜으로 필기하는 것처럼 바로 글자를 입력하는 방식이 편리해 중국 소비자들의 마음을 사로잡은 것으로 알려졌다.

신종균 삼성전자 대표이사는 "갤럭시 노트 3의 글로벌 1000만대 판매 성과는 전 세계 고객들의 성원 덕분"이라며 "앞으로도 사람을 위한 혁신과 기술력을 바탕으로 전 세계 소비자들에게 차별화된 가치를 제공할 수 있도록 더욱 노력할 것" 이라고 말했다.

/임동률기자 exian@kwangju.co.kr

하이트진로 '맥스生' 올 700만상자 팔려

하이트진로는 100%보리 생맥주인 '맥스生'이 올해에만 700만상자가 판매되는 등 돋보이는 성장세를 보이고 있다고 11일 밝혔다.

1상자는 500㎖ 20병이다.

국내 생맥주 시장은 2010년 이후 매년 3%가량 감소하는 것으로 추정되는 가운데 맥스生은 2007년 10월 출시 이후 연평균 7%의 성장률을 보이며 약진하고 있다. 맥스生은 출시 후 누적 판매량이 3천200만상자를 넘어섰다. 이로써 지난 5월 이후 두 번째로 잘 팔리는 생맥주가 됐다.

하이트진로는 작년 4월부터 맥스生 브랜드 마케팅을 본격 강화했다.

또 작년 7월 생맥주 관리사 제도를 도입하며 거품·청결·온도 등 3가지 엄격한 관리 기준을 제시했다.

하이트진로 관계자는 "수입 생맥주가 다양화하고 생맥주 시장이 축소되고 있음에도 맥스生의 성장이 매우 기대된다"고 말했다.

/연합뉴스

롯데리아·KFC 등 햄버거업계 인기제품 재출시 '리턴 마케팅'

햄버거 업체들이 과거에 인기를 끈 제품들을 잇달아 재출시하며 '리턴 마케팅'을 펼치고 있다.

11일 식품업계에 따르면 외식업체들은 신제품 출시 부담을 덜고 소비자 의견을 반영해 제품을 업그레이드하기 위해 단종됐던 제품 등을 다시 내놓는 '리턴 마케팅'을 펼치고 있다.

롯데리아가 창립 34주년을 맞아 1984년 출시했던 '오리지널 리브샌드'를 재출시한 것이 대표적인 예다.

'리브샌드'는 바게트처럼 긴 버거를 사용해 인기를 끈 상품으로, 이번에는 갈비 패티에 바비큐향 소스를 사용해 출시 당시 맛을 살렸다.

KFC도 지난해 12월 한시적으로 판매해 '빵 없는 버거'로 화제를 모은 '징거더블다운'을 '징거더블다운맥스'로 재출시했다.

'징거더블다운맥스'는 부드러운 식감의 해시 브라운을 더했고 슬라이스 치즈와 베이컨, 치즈소스와 살사소스를 첨가했다.

버거킹은 시즌 한정 메뉴로 출시했던 '콰트로와퍼' 제품에 대한 고객 반응이 좋자 다시 한 번 같은 제품을 내놓았다. '콰트로치즈와퍼'는 패티와 함께 모차렐라, 아메리칸, 파르메산, 체다치즈 등 4종의 치즈를 넣었고 '콰트로스모키와퍼'는 패티에 매콤하고 쫄깃한 살라미와 모르타델라, 체다치즈크림을 첨가했다.

이밖에 맥도널드의 '맥스파이시 상하이 버거'는 기존 '상하이 스파이스 치킨버거'의 이름을 바꿔 출시한 사례다.

/연합뉴스