

농협 광주본부 '금요직거래장터' 인기

수완주민센터서 매주 금요일 14개 지역농협 참여 표고가루·울금가루 등 농업인 생산기업 제품 판매까지 확대 신선채소 50종·과일 10여종 시중가보다 10~30% 싸게 판매

유통단계를 줄여 지역농가의 소득을 보장하고 시민들은 저렴한 가격에 농산물을 구입할 수 있는 농협 광주지역본부(본부장 김일수)의 '금요직거래장터' 인기가 높다. 장터를 여는 장소를 옮기고 기존에 비해 더 다양한 지역 농산물을 판매하면서 매주 장터는 찾는 고객이 늘어나고 있다.

농협 광주본부는 매주 금요일 광주시 광산구 수완동주민센터에서 매주 금요일 '금요직거래장터'를 열고 지역에서 생산되고 있는 상추, 고추, 가지, 깻잎, 버섯, 부추 등 신선채소 50여종과 블루베리, 오디, 토마토, 수박, 참외 등 10여종의 과일을 판매하고 있다. 광주지역 14개 지역농협이 함께 참여해 운영하면서 시중가보다 10~30% 이상 저렴한 가격에 판매해 지역민들의 호응도가 높다.

특히, 광주평동농협이 출하해 로컬푸드 직매장을 통해 판매하고 있는 50여종의 신선채소 판매가 두드러진다. 200여명의 지역 농업인이 이른 새벽 수확해 로컬푸드 직매장을 통해 판매되고 있는 신선채소는 직거래장터가 개장되는 날이면 "매진"을 기록하고 있다. 주로 1000원 단위 소포장으로 판매되고 있는 이 채소들은 장터개장 초기 200만원 상당 매출을 기록하다가 최근 들어 인기가 높아짐에 따라 출하품목을 늘렸고, 지난 6월부터는 매출 400만원을 기록하고 있다.

로컬푸드에 대한 지역민의 인식도 높아지면서 광주지역 농협들이 운영하는 로컬

푸드 직매장 매출실적도 지난해 상반기 13억8000만원에서 올해 상반기 20억2000만원으로 45.07%나 증가한 것으로 나타났다.

금요직거래장터 매출이 늘어나고 있는 이유는 지난해까지 광산구 송정동 송정농협 경제사업장 앞에서 진행됐던 것과 달리 유동인구가 많고 젊은층 인구가 밀집해있는 수완지구로 자리를 옮긴 것이 주효했다는 분석이다. 지난해 일일매출이 200만원 선에서 현재 1000만원까지 오르는 등 효과가 나타나고 있다.

광주시가 연간 직거래장터 보조금으로 2000만원을 지원하고 수완동주민센터가

지역 주민들에게 장터 소식을 문자메시지로 보내주는 등 홍보를 지원한 것도 인기 요인인 것으로 보인다. 광주소비자연맹 등 지역농산물 애용캠페인을 펼치는 등 지역농산물 소비촉진을 위해 노력하는 중이다.

장터를 찾는 사람들이 늘어나면서 농협 광주본부는 농산물을 넘어 지역 농업인들이 생산한 기업제품 판매까지 범위를 확대하고 있으며 다양한 소비촉진행사를 개최하는 등 어려움을 겪는 지역 농업인들을 지원하고 있다.

농업인 생산기업 제품은 농업인이 생산한 1차 농산물을 식품이나 특산품을 제조·가공한 제품 등으로, 농산물의 부가가치를 향상시켜 농가의 소득을 높일 수 있는데다 농산물 소비촉진과 가치향상에도 도움을 주고 있어 농협이 앞장서서 판매하고 있는 제품이다. 금요장터에서는 농업인 생산기

업 제품인 유기농 표고가루, 다시마가루, 홍합가루, 울금가루, 울의 장아찌 등 시중에서 판매·구입이 어려운 제품을 선보이고 있다.

김일수 본부장은 "광주시민들이 안전하고 믿을 수 있는 다양한 지역 우수농산물이 유통비용 절감으로 저렴한 가격에 공급될 수 있도록 지속적인 노력을 기울이겠다"며 "산지와 소비지, 지역농협과 농협경제지주의 농산물 유통계열화를 확대하고 지역농협 경제사업의 체계적·효율적 지원 체계구축을 통해 농협이 농산물 판매의 중심적 역할을 수행할 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

한편, 농협 광주본부 금요직거래장터는 무더위가 이어지는 8월까지 휴장한 뒤 오는 9월 7일 재개장 예정이며, 평동농협 로컬푸드 판매대는 휴장 없이 운영할 계획이다. /박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



지난 13일 광주 수완동주민센터에서 열린 '금요직거래장터'가 방문객들로 붐비고 있다. 농협 광주지역본부는 매주 금요일 직거래장터를 열고 상추, 고추, 가지 등 지역에서 생산되고 있는 농산물을 직거래로 판매해 농가소득 증대에 기여하고 있다.



열대야 속 숙면 위한 여름 침구 할인 행사

광주신세계, 26일까지 윤현궁·앤스티치 등 참여

장마가 끝나고 '가마솥 더위'가 찾아오자 광주지역 유통업체가 열대야 숙면에 도움을 주는 여름침구 행사에 들어갔다. ㈜광주신세계(대표이사 최민도)는 열대야에 잠 못 이루는 고객들을 위해 숙면에 효과적인 여름침구를 소개하는 '스페셜 침구데이-여름침구 클리어런스 세일'을 진행한다고 18일 밝혔다.

평년에 비해 장마가 일찍 끝난데다 최근 열대야 현상도 이어지고 있어 깊게 잠들지 못하는 사람들이 늘고 있다. 이에 따라 광주신세계는 오는 26일까지 1층 시즌 이벤트 홀에서 행사를 열고 여름 침구류를 최소 30%에서 최대 60% 할인 판매할 예정이다.

22일까지는 '윤현궁', '클라르하임', '레노마', '알레르방' 등 침구 브랜드가

참여하고 23일부터 26일에는 '로라에슬리', '세사', '앤스티치'가 참여할 계획이다.

대표 품목으로는 '윤현궁'의 리플 누비이불 SET(Q) 11만8000원, '클라르하임'의 인견 흡이불(S) 3만9000원, '레노마'의 제이 뱀부 흡이불(Q) 5만7000원, '알레르방'의 피에르 인견 흡이불(S) 4만9000원, 선샤인 모달 흡이불(Q) 9만9000원, '로라에슬리'의 쿨 써머 리플 차림이불(Q) 5만9000원, '세사'의 알러지 데드 차림이불(S) 15만원 등이다.

여기에 숙면을 위한 차분하고 편안한 분위기를 만들어주는 디퓨저와 캔들 할인행사도 열린다.

'아로마드림' 본 매장에서는 로맨틱 라벤더향 디퓨저(200ml)를 38% 할인한 5만9000원, 천연 핸드메이드 소이캔들(20시간)을 12% 할인한 3만9000원에 판매한다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

롯데백화점 광주영업부 '인구의 날' 유공표창

일 가정 양립·저출산 극복 기여

롯데백화점 광주영업부(부부장 김정현)는 18일 광주시 주최로 광주시청 시민광장에서 열린 '제7회 인구의 날 기념행사'에서 유공표창을 수상했다고 밝혔다.

생애 주기별 복지제도를 선도적으로 도입해 지역 사회에 일·가정 양립과 저출산 극복을 위한 환경조성에 기여한 점을 높게 평가받았다는 게 롯데백화점 측의 설명이다.

롯데백화점은 생애 주기별 복지제도를 시행해 결혼기, 임신기·육아기, 교육기·장년기 등 각 시기에 맞는 복지 프로그램을 통한 가정 친화적인 기업문화 조성에 나서고 있다. 결혼기 저금리 주택자금 대출 지원과 난임 시술비 및 난임 휴가 지원제, 여성 보건 휴가제(유급) 등 가정을 이데 꾸리는 직원들을 위한 맞춤형 출산장려 복지제도를 지원 중이다.

임신기·육아기에는 아이를 돌보는데 지장이 없도록 출산휴가제도(출산 전 9

개월 휴직가능)→출산휴가(120일)→자녀 돌봄 휴직 제도(최대 2년)→자녀 육아 돌봄 휴직 제도→자녀 입학 돌봄 휴직 제도 등 자녀의 성장 시기별 맞춤형 프로그램도 도입하고 있다.

업계에서 최초로 '남성 의무 출산 휴직' 제도도 시행하고 임신부가 임신을 인지한 시점부터 전 기간동안 급여 삭감 없이 하루 2시간 이상 단축근로 할 수도 있도록 규정을 정했으며, 교육기·장년기에는 자녀 돌봄형 시간 선택 제도(주 15시간~30시간 중 선택), 수능 D-100일 휴직 제도, 고등학교·대학교 학자금 지원 등 가정 친화 복지제도를 시행하고 있다.

김정현 광주영업부장은 "일하기 좋은 기업이란 단지 근무 환경이 우수하다고 아니라 '일과 가정이 얼마나 조화롭게 균형을 이루느냐'가 판단 기준이라고 생각한다"며 "롯데백화점은 직원들의 라이프스타일을 고려한 여러가지 세심한 복지 제도 도입을 통해 더욱 일하고 싶은 기업 문화를 조성할 것"이라고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

찜통더위에 편의점 음료·자외선 차단제 불티

GS25 생수 30, 탄산음료 23%↑

장마가 끝나고 찜통더위가 이어지면서 편의점에서 시원한 음료류와 입맛을 돋우는 별미 음식 판매가 급증하고 있다.

18일 편의점 GS25에 따르면 서울 최고 기온이 33도까지 올라간 지난 주말(7월 14~15일) 컵류 아이스크림 매출이 직전 주말(7월 7~8일)보다 34.6%, 바 형태 아이스크림은 27.6% 각각 증가했다.

갈증을 달래주는 생수와 맥주 매출은 각각 30.7%와 18.6% 늘었다. 탄산음료 매출도 23.6% 증가했다.

이와 함께 국수면(30.1%), 비빔면(26.4%) 등 입맛을 돋우는 여름철 별미인 면류 판매도 전반적으로 늘었다.

뜨거운 햇볕을 피하기 위한 우산·양산,

자외선 차단제 등도 인기 상품이었다.

우산·양산 판매는 395.1%, 자외선 차단제는 110.6% 각각 증가했다.

고온 다습한 날씨가 이어지면서 습기 제거를 위한 제습제(105.7%)와 땀 냄새 제거를 위한 테오드란트(64.6%), 에어컨 등의 리모컨에 많이 사용되는 건전지(88.3%), 냉방기구를 작동하기 위한 멀티탭(38.7%) 등도 매출 증가율이 높은 품목으로 꼽혔다.

GS25 관계자는 "GS25는 여름철을 맞아 1~2인 가구가 시원하게 즐길 수 있는 딸기 빙수, 팥빙수 등 아이스크림과 조각 수박, 김치말이 국수, 얼려 먹는 팝콘과 같은 상품을 출시해 호응을 얻고 있다"고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

옥션·G마켓, 상반기 해외직구 40% 증가

온라인쇼핑 사이트 옥션과 G마켓은 올해 상반기 해외 직구(직접구매) 거래액이 지난해 같은 기간보다 40% 증가했다고 18일 밝혔다.

가전과 패션류, 수입명품, 건강식품·건강기기, 캠핑·낚시용품이 해외 직구 시장 성장을 이끌었다.

이 기간 청소기, 공기청정기, TV 등 계절·생활가전 판매량은 120% 늘었다.

영국 가전업체 다이슨을 모방해 이른바 '차이슨'이라 불린 중국 저가 대비아 청소기는 미세먼지 이슈를 타고 월평균 2만5천 대 이상 팔리다가며 선풍적인 인기를 끌었다.

패션류도 증가폭이 140%로 컸다. 겹(GAP)이나 폴로(POLO) 등 대표 브랜드뿐 아니라 다양한 디자인과 가격 경쟁력

을 갖춘 의류 판매가 크게 늘었다.

수입명품(70%), 건강식품·건강기기(70%), 캠핑·낚시용품(41%)도 올해 상반기 새로운 인기 품목으로 떠올랐다.

반면 몇 년 전까지 해외 직구 시장을 주도한 유아용품은 저출산의 영향 등으로 다소 주춤 모습을 보였다.

카시트·유모차 등 유아용품 판매량은 37% 감소했고, 기저귀·분유와 장난감도 각각 31%, 11% 판매가 줄었다.

정소미 이베이코리아 해외직구팀장은 "프리미엄을 넘어 '가성비'(가격 대비 성능)가 주도한 해외 직구 트렌드가 올해는 가격을 떠나 나의 취향과 개성을 내세운 자기 만족형 소비 행태로 변화하고 있다"고 분석했다.

/연합뉴스

경매 투자

- ▶경매 특수비법 배우면서 투자 하실 분!
- ▶특수물건만 취급
- ▶단독, 공동투자 가능
- ▶자본금 1억원 이상
- ▶월 15% 이상 수익
- ▶소유권/근저당으로 보장

(주) 오 천 경 매

상담예약. 010-3605-5000