광주지역 농산물 도매시장은 변신 중

각화동, 이달부터 확장 이전 용역…담양 접경지역 등 거론
매월동, 주차난 해결 위해 지하 증축 또는 단독 건물 조성
신가동 유통센터, 1000평 빈 부지 고객 휴식공간 마련

광주지역 농산물 도매시장 2곳이 확장 또는 이전을 추진하고 있어 고질적인 주차난과 열악한 유통환경으로 불만을 토로했던 상인과 소비자의 기대가 커지고 있다.

14일 광주시 등에 따르면 북구 각화동 농산물 도매시장 확장이전을 위한 타당성 조사와 기본계획수립 용역이 이달부터 시작된다. 5개월 동안 예산 1억원을 투입해 치러지는 이번 용역에서는 도매시장 이전 건립의 타당성을 따져보고 대상 입지 후보지 3곳 정도를 고를 예정이다.

새로 확장이전하는 도매시장은 현재 규모의 3배 정도로, 광주와 담양의 접경지역 등이 거론되고 있다. 최소 5년 걸리는 이번 확장 이전 사업에는 2200억~2300억원의 예산이 들 것으로 시는 내다봤다.

지난 1991년 개장한 각화동 시장은 광역시 도매시장으로는 4번째로 문을 열었다. 연면적 3만5672㎡(부지 5만6206㎡) 규모로, 전국 12개 도매시장 가운데 가장 규모가 작다.

각화동 시장에서는 지난해 23만t(거래액 3782억원)에 달하는 농산물이 거래됐지만 주차장 등 편의시설에 대한 평가는 '최악'이다.

이곳의 하루 평균 이용객은 1만명이고 하루 8000대의 차량이 오가지만 주차장 규모는 530면에 불과하다.

입주법인인 광주원예농협 관계자는 "거래액으로 따진 각화동 도매시장의 시장 점유율은 지난 2015년 48.4%에서 올해 10월 기준 44.6%로 매년 감소 추세"라며 "중앙 도매시장의 기능을 보전하기 위해 확장 이전이 시급하다"고 말했다.

올해 28년째를 맞은 각화동 시장은 시설 노후화와 ▲경매장 부족 ▲편의시설 부족 ▲주위 예식장 건립 등으로 인한 교통혼잡 등의 문제가 꾸준히 제기돼왔다.

각화동 시장의 2배 규모인 매월동 서부 농수산물 도매시장도 내년 초 확장을 위한 용역에 들어간다. 용역을 통해 서부 도매시장은 지하 증축 또는 단독 건물 조성을 결정할 예정이다.

■광주 농산물 도매시장 현황

	매월동	각화동
개장연도	2004년	1991년
연면적	6만1675㎡	3만5672㎡
일 평균 이용객	1만2000명	1만명
일 평균 통행차량 수	1만대	8000대
주차면수	1130대	530대

지난 2004년 연면적 6만1675㎡(부지 11만1201㎡)로 문을 열며 각화동 시장에 비해 노후화는 덜 됐지만 주말마다 교통체증을 일으켜 민원이 빗발쳤다. 서부 도매시장에는 하루 평균 1만2000명이 찾고 통행 차량도 1만대에 달하지만 주차장은 1130대만 수용할 수 있다.

개장 첫해 1665억9300만원 상당의 농수산물을 거래한 서부 도매시장은 ▲2016년 4404억3300만원 ▲2017년 4461억3200만원 ▲2018년 4681억6400만원으로 거래금액이 늘고 있다.

농협중앙회 광주공판장 관계자는 "경매장이 협소해 때로는 경매를 두 번 치러야 하는 비효율이 발생하기도 한다"며 "이번 확장이전을 통해 농산물 생산자와 소비자의 이익이 높아지는 효과를 기대한다"고 말했다.

호남지역 농산물의 판로확대를 위해 농협중앙회가 개설한 광주 농산물종합유통센터는 내년까지 대대적인 시설 개선 공사를 진행한다.

광산구 신가동 광주 농산물종합유통센터는 리모델링 작업을 연내 시작해 내년까지 마무리한다는 계획이다.

하나로클럽 매장 옆 도매사업소가 자리했던 1000평(3305㎡) 부지에는 고객을 위한 대형 휴식·놀이 공간이 마련된다.

매장 안 90평(300㎡) 규모 공간에는 신세계인터내셔날의 생활용품 브랜드 '자주'(자연주의)가 들어선다. "자주의 하나로클럽 입점은 전국에서 처음으로 진행된다"며 "상품 가짓 수를 늘린 '자주'가 들어오게 되면 고객 선택의 폭을 넓힐 것으로 기대된다"는 것이 농산물종합유통센터 측 설명이다.

농협중앙회가 사업비 885억원 전액을 투자해 건립한 광주 농산물종합유통센터는 지하 1층~지상 3층 연면적 4만5328㎡ 규모의 농산물도매매장과 식자재매장, 하나로클럽, 문화센터, 주유소 등을 갖췄다. 지난 4월에는 165㎡ 규모로 지역내 중·소농 등 120여개 농가가 생산한 농산물을 판매할 수 있는 '광주·전남 로컬푸드 직매장'이 센터 안에 개장했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표

↑ 코스피 2139.23 (+16.78)	↑ 금리(국고채 3년) 1.52 (+0.01)
↑ 코스닥 663.31 (+1.46)	↑ 환율(USD) 1169.70 (+1.90)

삼성전자 특별혜택 '갤럭시 아카데미' 삼성전자는 14일부터 내년 3월31일까지 밀레니얼을 위한 특별 혜택으로 더 풍성해진 '갤럭시 아카데미'를 운영한다. '갤럭시 아카데미'는 기존 PC 중심의 'S 아카데미'에서 모바일과 태블릿, 웨어러블 기기까지 품목을 확장해 더욱 다양한 혜택을 제공한다. 〈삼성전자 제공〉

위니아딤채, 3분기 매출 33% 증가

딤채 냉장고 신제품 출시 효과

대유위니아그룹의 위니아딤채는 3분기 매출액이 2227억원을 기록, 지난해 같은 기간보다 33% 증가했다고 14일 밝혔다. 3분기 영업이익은 82억8000만원으로 지난해 같은 기간 12억5000만원보다 563% 급증했다.

올해 1~3분기 누적 기준으로는 매출액은 4879억원으로, 전년동기 대비 36% 늘었다. 영업이익은 92억6000만원 적자를 기록했지만, 작년 1~3분기의 영업손실(300억원)보다 적자 폭이 크게 줄었다.

위니아딤채는 주력 상품인 김치냉장고 '딤채'(사진) 신제품이 8월에 출시하면서 3분기 실적이 크게 개선됐다고 설명했다. 김치냉장고 시장 1위인 '딤채'는 상반기 시장점유율을 36.6%로 확대하며 전년 대비 3.4%를 끌어올렸다. 특히 수익성이 좋은 스탠드형이 전체 김치냉장고 판매량의 76% 차지해 수익 개선에 힘을 실었다.

또 프리미엄 냉장고 '프라우드'의 1~3분기 판매량이 전년동기 대비 2배 이상 늘었고, 올해 신규 론칭한 800ℓ 대용량 양문형 냉장고가 흥행하며 냉장고 경쟁력을

강화했다고 덧붙였다. 공기청정기 등 에어가전도 판매량이 27%가량 증가했다.

가전 계열사인 위니아대우는 1~3분기 누적 매출액 9626억원을 기록했으며 영업손실은 103억원으로 집계됐다.

미국과 중남미에서의 매출 상승과 생산공정 정비를 통한 효율 증대 등으로 작년 동기보다 적자 폭이 약 360억원 줄었다고 회사는 설명했다.

위니아딤채 관계자는 "위니아대우와의 시너지, 브랜드 이미지 개선 등 전사적으로 추진해온 정책들이 좋은 성과를 내고 있다"고 말했다.

/박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

익산국토청, 오늘부터 제설대책상황실 운영

내년 3월15일까지 4개월간

익산국토청이 15일부터 제설대책상황실을 운영한다.

14일 익산지방국토관리청에 따르면 익산국토청은 내년 3월15일까지 4개월간을 '겨울철 도로제설대책기간'으로 정하고, 겨울철 안전한 국도 이용을 위한 본격적인 준비에 돌입했다.

익산국토청과 4개 국토사무소(광주, 순천, 전주, 남원)는 이날부터 제설대책상황실을 마련하고 운영에 들어간다.

주요 고갯길 등 특정지역에 폭설로 교통 불편이 발생할 경우 인접 기관과 익산국토청 도로현장 간 인력·장비 지원 등을 통해 신속한 제설작업을 실시할 방침이다. 이를 위해 스마트폰 사회관계망 서비스 앱을 이용해 관계기관 간 제설상황을 공유하기로 했다.

익산국토청은 겨울철 제설 대비 사전점검을 완료한 상태다. 제설장비 392대, 인원 329명과 제설자재(염화칼슘 7108t, 소금 2만4951t)을 확보했다.

/박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

소비자 63% "직접 김장한다"

농촌경제연구원 설문조사
광주 적정 김장일 다음달 11일

전국적으로 10가구 중 6가구는 직접 김장을 하는 것으로 조사됐다. 5명 중 1명꼴(19%)로는 김치를 사 먹는데, 이 비중은 5년 새 2배 넘게 증가했다.

14일 한국농촌경제연구원이 지난달 17일부터 이틀간 전국 소비자 601명을 대상으로 온라인 설문 조사를 한 결과 응답자의 63%는 직접 김장을 할 것이라고 답했다.

김장을 직접 하는 이유는 '가족이 선호하는 입맛을 맞출 수가 있어서'(52%), '시판 김치보다 원료 품질을 믿을 수 있어서'(34%), '절임 배추나 김장 양념 판매 등으로 김장하기 편리해져서'(7%) 순으로 답했다.

김장하는 소비자의 배추 형태별 구매 선호도는 절임 배추(55%)가 신선 배추(45%)보다 높았다.

시판 김치 국내 매출액(4분기 기준)도 2014년 335억원에서 2018년 614억원으로 83.2% 증가했다.

올해 4인 가족 기준, 김장용 배추 포기 수는 22.3포기로 지난해(23.4포기)보다 1.1포기 감소할 것으로 전망됐다. 무도 작년(9.0개)보다 감소한 8.7개로 조사됐다.

같은 날 한국농수산식품유통공사(aT)가 12일 기준으로 지난 3주 동안 김장비용을 조사한 결과, 배추 20포기를 담그는 데 28만6000원이 드는 것으로 나타났다.

3주 전(10월22일)보다 16.1% 정도 하락한 수치다. 광주지역 적정 김장일로는 12월11일이 꼽혔다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

지역 농수산식품 기업 수출 맞춤형 컨설팅

광주세관, 미래식품전 부스 운영

광주본부세관(세관장 김광호)은 14~17일까지 김대중컨벤션센터에서 열리는 '2019 광주 미래식품전'에 참가해 지역 농수산식품 기업들을 대상으로 수출지원에 나선다.

이번 식품전에서 광주본부세관은 광주전남지방중소벤처기업청과 합동으로 상담부스를 운영하고, 농수산식품 가공기업의 수출 경쟁력 강화를 위해 수출 준비과정·FTA활용·원산지증명서 발급 방법 등 관세행정 전반에 대한 맞춤형 컨설팅을 실시할 계획이다.

특히, 농수산물 원산지 증빙서류 준비에 어려움을 겪는 기업들의 FTA활용 촉진을 위해 농수산물 생산자가 농수산물이력추적관리등록증 등을 갖춘 경우 이를 원산지확인서로 인정하는 '원산지 간편인정제도'를 적극 홍보할 예정이다.

광주본부세관 관계자는 "앞으로도 지역 농수산식품 중소기업이 세계시장으로 발돋움할 수 있도록 지속적인 컨설팅을 제공하고 체계적인 기업지원을 통해 실질적인 수출성과로 이어지도록 지원할 계획이다"고 말했다. /최재호 기자 lion@