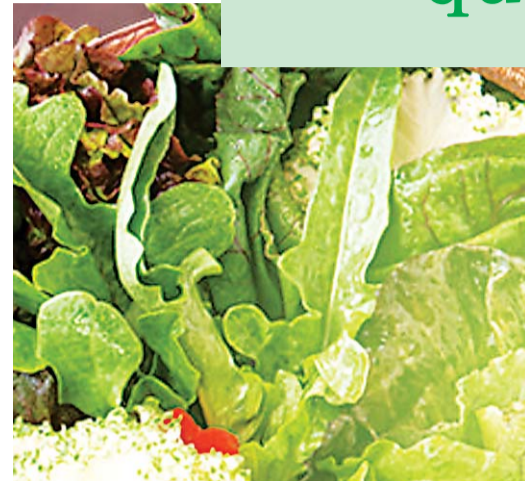


# “남도의 산해진미를 산지에서 보내드립니다”

## 남도장터

## qualitative

## fresh



정직한 먹을거리·넉넉한 인심  
온라인 종합쇼핑몰 ‘남도장터’  
762개 업체·7634개 상품 입점  
을 매출목표 300억원으로 상향  
美 아마존 전남 브랜드관 개설 예정

‘코로나19’ 영향 비대면 소비 확산  
온라인 유통채널 제휴 판로 확대

전남의 농특산물 온라인 쇼핑몰인 ‘남도장터’의 올 매출이 300억원을 넘어설 것이라는 예측이다. 전남도는 남도장터의 우수 상품을 아마존에 입점시키는 방안도 추진중이다. 세계 속의 ‘남도장터’가 열리는 날이 멀지 않은 것이다.

남도의 맑은 하늘, 기름진 땅, 청정바다 그리고 생산자의 정성으로 만들어진 전남의 농특산물을 판매하고 있는 온라인 종합 쇼핑몰 ‘남도장터’(www.jnmall.kr)의 저력이 ‘코로나19 사태’로 꽃을 피웠다.

1일 전남도에 따르면 남도장터의 지난 6월 25일 기준 매출액은 115억원으로 지난해 매출액 63.8억원 대비 80%를 이미 초과 달성했다. 이는 2019년 1~6월 매출 12.4억원 보다 9배 이상 증가한 수치다. 현재 남도장터에 입점한 업체수는 762개, 상품수는 7634개다. 15년 전인 2005년 1월 22개 업체, 972개 상품에 비해 수십배의 성장을 이룬 것이다. 회원수는 25만명에 육박해 지난해 2만8000명 대비 793%가 늘었다.

전남도는 남도장터 입점상품의 철저한 품질관리와 함께 롯데온, 쓱닷컴, 농협몰 등 주요 종합몰·오픈마켓·소셜커머스 27개사와 전략적 제휴를 통해 유통채널 다각화에 노력하고 있다.

최근 코로나19 발생 초기부터 어려움에 처한 농어가를 돕기 위해 공동구매 캠페인 및 온라인 판촉

행사를 전개하고 있다. 특히 KBS 6시 내고향 및 MBC·KBC 등과 ‘코로나19 극복 힘내라 농어촌’ 방송을 기획하기도 했다.

코로나19로 인해 지난 3~4월 학교급식 중단으로 친환경 농산물 공급에 차질을 빚은 농가를 돕기 위해 특판 행사도 벌였다. 학교급식으로 친환경 농산물을 공급한 도내 16개 업체의 꾸러미 8종을 비롯해 유기농쌀버섯 등 총 175개의 신선하고 안전한 친환경 농산물을 6%에서 49%까지 할인된 가격으로 소비자들에게 공급한 것이다. 전남도교육청, 전남지역 22개 시·군과 협업으로 지난 6월 10일부터 16일까지 도내 초·중·고·특수학교 학생 19만명에게 1인당 4만원 상당, 모두 합쳐 75억여원에 이르는 남도장터 온라인 쇼핑몰 상품 구매 포인트를 순차적으로 지급하는 방식으로 마케팅에 나섰다.

포인트 사용기한은 오는 7월 31일까지로, 남도장터에 입점한 꾸러미와 농수축산물을 구입할 수 있다. 이로 인해 남도장터 방문자 수가 급증해 하루 평균 3만9000명에 이르고 있다. 평소 하루 평균 8000여명 대비 무려 39배나 증가했고, 일일 주문건수도 1만6000건으로 늘어났다. 학생과 학부모가 선호한 상품은 친환경 농수축산물 꾸러미로 확인됐다. 특히 자주 우리돼지팩과 순천 바비큐 한상세트, 여수 한돈 구이세트, 잘살곡, 간 고등어와 굴비, 치즈돈까스 등이 인기리에 판매되고 있다.

실제로 학부모들은 구매할 제품 정보를 지역 맘카페와 네이비 실시간 채팅 등으로 서로 공유하며, 지역 생산 농가를 돕기 위해 지역 제품을 우선 선택하는 등 구매가 활발히 이뤄지고 있다. 한 누리꾼은 “남도장터에서 쌀 20kg와 야채, 생선을 샀는데 택배가 아주 빠르다”고 말했다.

시장·군수가 품질을 인정한 7700여개의 다양한 상품과 지역 제품을 구매할 수 있는 남도장터가 지역 농가를 도울 수 있다는 점에서 농어가와 학부모로부터 큰 호응을 얻은 것이다. 여기에 전남도의 공격적인 온라인 마케팅이 더해지면서 전남 농수축산물 제값 받기와 판로 확대의 성과가 나타나고 있다.

이와 함께 판로 확보에 어려움을 겪은 농어민의 시름을 덜어주고자 ‘면역력 증진, 농산물·수산물 소비 촉진’ 행사를 함께 추진, ‘노마니 무수수료’ 인터넷 최저가 판매를 위해 도비 5500만원을 긴급 지원 하는 등 전남도의 지원도 계속되고 있다. 전남도는 이 행사들을 알리기 위해 전국 2500여 시·군·구와 공공기관에 구매협조 요청 공문을 발송했으며, 전남도 페이스북·인스타그램 등 SNS 채널을 활용해 홍보를 진행한 바 있다.

국내 안내TV 유튜브 방송을 시작으로 ‘짜깨짜개 남도 맛소핑’ 유튜브 라이브 방송을 월 1회 정기적으로 추진 중으로 SNS 홍보를 강화해 ‘남도장터’의 인지도를 지속적으로 높여가고 있다.

이러한 다양한 노력과 남도장터의 모바일 앱 오픈, 코로나로 인한 언택트 소비바람, 친환경 꾸러미 포인트 지급 등에 힘입어 매출목표를 연초 150억원에서 300억원으로 상향했다.

입점업체의 온라인 판매 마케팅 지원도 강화하기 위해 모바일 판매 광고, 상품 상세페이지 제작 및 흥



보 동영상 제작 등을 위해 업체당 300만원을 지원해 입점업체의 전문성도 높이고 있다. 시·군 온라인 쇼핑몰 활성화를 위해 남도장터 시·군 쇼핑몰 배너와 링크 서비스를 진행 중으로 향후 남도장터와 통합을 희망하거나 운영비 대비 매출실적이 저조한 시·군을 통합 운영할 예정이다.

이 같은 성과를 바탕으로 세계 진출도 모색중이다. 전남도 농식품유통과와 국제협력관실이 협력해 미국 아마존 전라남도 브랜드관을 7월 중 개설할 예정으로, 마케팅비 지원 등 남도장터 우수 상품을 아마존에 입점시킬 계획이다.

강종철 전남도 농식품유통과장은 “코로나19의 영향으로 비대면 소비가 확산되면서 온라인 쇼핑이 일상화 되었다.”며 “위기를 기회로 삼아 온라인 유통채널을 통해 농어민 및 중소기업의 안정적인 판로가 확보될 수 있도록 모든 지원을 아끼지 않겠다”고 말했다. /윤현석 기자 chadol@kwangju.co.kr



전남 명품 특산물 직거래 상생장터가 지난 5월 25일 광주신세계백화점에서 열린 가운데 김영록 전라남도지사, 신세계 유신열 영업본부장, 유근기 곡성군수, 김석기 농협 전남지역본부장 등 참석자들이 직거래장터 개장을 알리는 테이프를 자르고 있다. 직거래장터에는 시장·군수가 추천한 26개 농가가 참여해 170여종의 특산물을 판매했다. <전남도 제공>

광주일보 江原日報 경남신문 경인일보 대전일보 每日新聞 부산일보 釜山日報 全州新報 新팔도유람은 한국지방신문협회 9개 회원사가 공동 취재·보도합니다.

소상공인 공동브랜드 k.tag 전국100개 인증업체선정

광주전남 기능장 호 국무총리상 표창  
보건복지부 장관상 표창  
광주광역시 시장상 표창 광주남구 청장상 표창

# 大山 프리모 남녀 가발

특수가발 별매(원터치) 테잎 X 핀 X  
기능장이 직접 37년 시술 1만명 이상 내공  
H.M사 동급제품 130만원 59만원 ~

062 673 5858 (모발모발)  
광주광역시 남구 주월동 라인가든아파트 상가2층(대광여고 옆)

매주 화요일 휴무  
일요일 정상 영업