

이례적 한파·폭설에 월동용품 ‘품귀 현상’

광주·전남 스노우타이어 물량 달리고 인기 모델 품질 스노우체인 매출 505% 급증...장갑·목도리 등 ‘불티’

최근 광주·전남에 많은 양의 눈이 내리고 한파가 찾아오면서 ‘월동’ 준비에 나서려는 지역민들이 늘고 있다.

쌓인 눈과 살얼음 탓에 도로가 미끄러워 차량 운행에 어려움이 따르자 스노우체인의 판매는 급증했고, 겨울용 타이어는 교체하려고 해도 재고가 없는 품귀 현상까지 빚어지고 있다. 여기에 영하 10도는 밑도는 이례적인 한파에 방한용품도 불티나게 팔리는 것으로 나타났다.

6일 타이어업계에 따르면 최근 광주·전남지역 타이어 전문점에서는 소비자들이 많이 찾는 인기 규

격의 겨울용 스노우 타이어 일부 모델이 품절되는 사례가 발생하고 있다.

지난 연말 쏟아진 눈에 교통 혼잡 현상이 벌어지고, 또 다시 눈이 내릴 것이라는 예보가 이어지면서 스노우 타이어를 찾는 지역민이 증가한 것으로 분석됐다.

코로나19 사태로 대중교통보다 자가용을 이용하는 사례가 많아진 데다, 교통사고 예방 등 안전에 대한 의식이 높아진 것도 스노우 타이어 판매 증가에 영향을 미친 것으로 보인다.

금호타이어 관계자는 “광주·전남 지역 특성상 스

노우 타이어를 찾는 고객이 많지는 않았는데, 요즘 안전에 대한 의식이 높아지고 자가용 이용이 늘어난 게 영향이 있는 것 같다”며 “스노우 타이어 생산량은 예년과 비슷한 수준이지만 잇달 눈 소식에 일시적으로 품귀 현상이 빚어진 것 같다”고 설명했다.

스노우 타이어 외에도 겨울철 자가용 운행 시 미끄러움을 방지해주는 스노우체인 판매도 급증했다.

지난달 22일부터 이달 5일까지 2주간 광주지역 롯데마트 4개점에서 판매된 스노우체인은 지난해 같은 기간에 비해 무려 505%나 증가했다.

이처럼 겨울철 눈길 안전운행에 대한 관련 용품이 증가한 것은 지난해보다 많은 눈이 주효했다.

이날 광주지방기상청에 따르면 지난해 광주지역 겨울철 적설량은 15.7cm로, 올 겨울에는 이미 지난

해 총 적설량을 뛰어넘는 24.4cm를 기록했다. 여기에 이날부터 오는 10일까지 전남서부에 최대 30cm 이상의 많은 눈이 내릴 것으로 예보되는 등 작년보다 적설량이 크게 늘어날 것으로 보인다.

이밖에 코로나19 사태로 유통매장을 방문하는 고객을 비롯해 매출이 전년 대비 하락한 상황임에도 방한용품을 찾는 사람들은 오히려 크게 늘었다.

최근 2주간 광주지역 롯데마트에서 판매된 겨울용 장갑은 전년 대비 98% 매출이 증가했고, 목도리 제품의 판매도 47% 증가한 것으로 파악됐다.

특히 북극발 한파가 영향을 미치면서 광주·전남 내륙을 중심으로 영하 10도 안팎으로 기온이 크게 떨어지는 등 주말까지 추위가 이어질 것으로 예상, 차량 안전용품과 방한용품의 판매는 더 증가할 것으로 업계는 내다보고 있다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표

↓ 코스피	2968.21 (-22.36)
↓ 코스닥	981.39 (-4.37)
↑ 금리(국고채 3년)	0.953(+0.017)
↓ 환율(USD)	1085.60 (-2.00)

글로벌 강소기업 모집 광주전남중기청 내달 8일까지

광주·전남지방중소벤처기업청은 광주·전남 지역 수출을 선도할 '2021년도 글로벌강소기업' 모집을 오는 2월8일까지 접수받는다.

글로벌 강소기업 육성사업은 혁신성과 성장 잠재력을 갖춘 수출 중소기업에 발굴해 수출 선도기업과 지역 주도 대표기업으로 육성하는 사업이다. 매출액이 100억~1000억원이면서 직·간접 수출액이 500만 달러 이상인 기업이 신청 대상이다.

특히 올해부터는 서비스업 분야 중소기업의 경우 신청 자격요건을 매출액 50억~1000억원 이면서 직·간접수출액 100만 달러 이상으로 완화해 서비스기업의 해외 진출을 촉진할 계획이다.

글로벌 강소기업으로 지정되면 중앙·지방·민간 간 협력모델을 통해 향후 4년간 중기부, 지자체, 민간 금융기관에서 제공하는 해외마케팅, 지자체 자율프로그램 등 맞춤형 패키지 지원을 받을 수 있다.

수출바우처사업 내 글로벌 강소기업 전용 바우처가 운영되고 있으며, 이를 통해 약 240여 개사에 대해 수출전략, 디자인, 홍보, 인증 등 수출 전 과정에서 필요한 해외 마케팅을 지원 받을 수 있다.

/박기용 기자 pboxer@

한전 '파워체크 모바일' 인기 출시 2개월만에 1만호 가입 11일부터 이벤트

한국전력(대표이사 사장 김중갑)은 '파워체크 모바일 서비스'가 지난해 11월 출시 이후 약 2개월 만에 회원가입 1만호를 달성했다고 6일 밝혔다.

한전은 이를 기념해 오는 11일부터 다음 달 20일까지 가입 고객을 대상으로 추천인 이벤트를 진행한다.

기회 회원가인 고객이 전기안전관리자 지인에게 서비스 신규 가입을 추천하면 행사에 응모할 수 있다.

추천인과 추천받고 가입한 고객을 추천해 갤럭시 워치, 무선 가습기, 커피 상품권 등을 준다.

'파워체크 모바일'은 한전 전력연구원에서 개발한 e-IoT(사물인터넷) 플랫폼을 기반으로 발당, 공장, 상가 등 대형 전력설비 운영에 필요한 전기품질, 전기안전 정보를 모바일로 제공하는 서비스이다.

/백희준 기자 bhj@



“영업점에서 뵙겠습니다” 광주은행은 6일 동구 대인동 KJ상생마루에서 송중욱 은행장과 이석욱 노동조합위원장 등이 참석한 가운데 신입행원 30명 연수 수료식을 열었다. 7주간 연수를 마친 신입행원들은 각 지점에 배치돼 6개월 수습기간을 거친다. <광주은행 제공>

코로나 피해 소상공인 최대 300만원 지원

중기부, 11일부터 집합금지·영업제한 업종 대상

코로나19 사태로 피해를 본 소상공인들은 오는 11일부터 최대 300만원의 버팀목자금을 받을 수 있다.

중소벤처기업부는 6일 4조1000억원 규모의 소상공인 버팀목자금 지원 계획을 밝혔다.

지난해 11월 24일 이후 정부와 지자체의 방역 강화 조치로 집합금지나 영업제한 대상이 된 소상공인은 각각 300만원과 200만원을 받을 수 있다.

또 지난달 24일부터 시행된 연말연시 특별방역으로 집합금지 조치가 내려진 실외 겨울 스포츠시설과 영업제한이 이뤄진 숙박시설도 지원 대상이다.

지난해 매출액이 4억원 이하이면서 2019년 매출액보다 감소한 영세 소상공인은 100만원을 받을 수 있다. 매출 감소로 100만원을 받더라도 향후 국제청에 신고되는 지난해 매출액이 전년보다 증가한 것으로 확인되면 지원금은 환수된다.

집합금지와 영업제한 업종, 일반업종 모두 지난해 11월 30일 이전 개업한 경우에만 버팀목자금 지급 대상이 된다.

이중 지난해 개업한 소상공인은 9~12월 매출액에 따른 연간 환산 매출액이 4억원 이하이고, 12월 매출액이 9~11월 월평균 매출액을 밑돌 경우에 지원금을 받을 수 있다.

사행성 업종, 부동산 임대업, 전문 직종 등 소상공인 정책자금 용자 제외 업종은 버팀목자금을 받을 수 없다.

소상공인이 이달 11일 지원 대상임을 알리는 문자 메시지를 받고 즉시 신청하면 빠르면 당일 오후 나 다음 날인 12일 오전에는 버팀목자금을 받을 수 있다. 오는 25일까지 감소한 매출을 신고한 소상공인에게는 이르면 3월 중순에 지원금이 지급될 것으로 예상된다.

/박기용 기자 pboxer@



균형 리듬 상승 KMI

Movement that inspires

기아차 새 로고·슬로건 공개

기아자동차는 6일 '로고 언베일링 행사'를 열고 신규 로고와 브랜드 슬로건을 공개했다.

기아차는 디지털 채널을 통해 진행된 언베일링 행사는 총 303대의 드론이 하늘에서 불꽃을 내뿜으며 새로운 로고를 그리는 형식으로 진행됐다.

‘폭죽과 동시에 발사된 가장 많은 무인항공기’ 분야에서 기네스북 세계 기록을 세운 이번 행사는 기아차 유튜브 채널 등을 통해 확인할 수 있다.

〈사진〉
신규 로고는 기아차의 새로운 브랜드 방향성을 나타내는 것으로, 균형(Symmetry)과 리듬(Rhythm), 상승(Rising) 등 3가지 디자인 컨셉으로 개발됐다.

‘균형’은 기존 사업영역에서의 고객 만족과

미래 지향적인 제품·서비스 제공을 통한 새로운 고객경험을 제시하겠다는 자신감을 나타낸다.

‘리듬’은 새로운 로고의 선들이 모두 하나로 연결돼 있듯 고객의 요구에 끊임없이 움직이고 변화하겠다는 자세와 고객에게 영감이 될 순간을 계속 전달하겠다는 약속을 뜻한다. ‘상승’은 고객 관점의 새로운 브랜드로 도약하겠다는 열정을 담았다.

한편, 기아차는 신규 로고와 함께 새로운 브랜드 슬로건 ‘무브먼트 댓 인스피어스’(Movement that inspires)을 제시했다. 슬로건을 비롯해 보다 자세히 브랜드 지향점과 전략 등은 오는 15일 발표될 예정이다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

기농향

광주일보 문화예술매거진

2021년 1월호

12월 31일 발행
구독신청 : 062-220-0550
팩 스 : 062-222-0195

특집

5060 新중년 인생 3모작을 꿈꾼다

- 백세 시대 남은 시간을 새롭게
- 배움으로 새 도전의 힘을 얻는다
- 도전의 성취 신중년
- 유튜브 스타 신중년

기획-TREND 2021

코로나로부터 벗어날 수 없다면 “거침없이 피보팅하라”

문화를 품은 건축물 ⑤
한옥의 넉넉함 품은 화이트 큐브 아모레퍼시픽미술관

클릭, 문화현장 ④
시민과 미디어아트 만나는 양림동의 새 복합문화공간 이이남스튜디오

김정운의 바우하우스 이야기 ⑥
주관성 강조한 과테의 색채론 담은 칸딘스키의 색채론

예향 초대석

치유의 글 쓰는 정신과 의사 문요한

“몸과마음이 유연해져야 합니다”

문양이 숨쉬는 문학관을 찾아서
기형도의 성정 느껴지는 공간
광명 기형도 문학관

화제의 전시
아시아문화국제사립공모전 수상작 전시

화제의 문화공간
아마추어 예술인을 위한 공간
‘벨라 151’

철학자 최진석과 책 읽고 건너가기

왕인의 ‘예술가의 한끼’ ⑩
‘화단의 테러리스트’ 황창배, 요리도 ‘카레 된장찌개’ 파격

화제의 대중문화 X파일 ⑥
스크린 스타들 드라마 복귀 열풍 까닭은?

화제의 문화현장
세계인이 감탄한 제주 ‘생각하는 정원’

예향의 만난 이 사람
성실함으로 주목받는 KIA 볼펜포수 이동건

사목사목 담도 한 바퀴 두바퀴

경의문향 사책, 자서 힐링 여행

트리킹 활동과 대표 서원
레드향 시인 머스킷