

배춧값 올라도...김장하는 집 늘었다

지난해 비해 50% 폭등 불구

배추·무 등 김장재료 매출 급증

이마트·롯데마트 20% 할인 판매

이달 본격적인 김장철을 맞아 광주지역 배추 값이 50% 가량 폭등했다.

대형마트는 주요 김장재료를 20% 가량 할인해 판매하고 있지만 김장 소비자들의 장바구니 부담은 줄지 않고 있다.

23일 광주지역 이마트에 따르면 김장철인 이달 기준 배추 3포기(망) 가격은 4910원으로, 지난해 같은 기간(2990원) 64.2%(1920원) 상승했다.

무 1개 가격은 지난해와 같은 1700원이며, 다발 무 가격도 3980원으로 지난해와 같았지만 배추 가격은 유달리 크게 올랐다.

또 다른 대형마트인 롯데마트도 사정은 마찬가지다. 이달 정상이 기준 배추 1포기 가격은 2790원으로, 지난해 김장철(1980원)보다 40.9%(810원) 올랐다.

그나마 올해는 농림축산식품부 '농합갑시다' 할인 행사와 연계해 '김장하기 좋은 날'을 벌이며 롯데

마트 회원에 대상으로 20% 할인한 포기당 2232원에 판매하고 있다.

다발무 역시 지난해 5980원에서 올해 6990원으로, 16.9%(1010원) 올랐지만 '농합갑시다' 행사를 통해 5592원에 할인 판매하고 있다.

주요 김장재료 값은 크게 증가했지만 대형마트에서 배추·무와 포장김치 매출은 함께 증가하는 추세다.

대형마트 측은 단계적 일상 회복(위드 코로나) 영향으로 가족과 함께 김장을 담그려는 소비자가 늘어나는 것으로 분석하고 있다.

광주 3개 이마트의 경우 지난 18일부터 22일까지 이들 점포의 배추 매출은 127.3% 증가했다.

같은 기간 동안 무 매출은 29.2% 증가했으며, 단 고춧가루 매출은 전년보다 9.2% 감소했다.

이달 중하순 광주 이마트 포장김치 매출은 전년보다 53.7%나 증가했다.

광주지역 3개 롯데마트도 같은 기간 배추 매출이 전년보다 701.4% 급증했다. 농식품부의 '농합갑시다' 할인이 올해는 일주일 늦춰졌지만 이는 여전히 높은 증가율이다. 무 매출은 69.6% 증가했고, 고춧가루 매출은 19.3% 늘었다.

대형마트 관계자는 "지난해에는 코로나19 사태

여파로 여러 명이 모이기 어려워 김장을 하지 않거나 규모를 줄이는 경우가 많았다"며 "올해는 단계적 일상회복 조치가 시행되면서 비싼 배추 값에도 김장하는 사람이 늘어나 배추 판매가 증가하고 포장김치 매출이 줄었다"고 풀이했다.

또 "새로 김장하는 인구가 늘어났기보다는 원래 김장하던 50대 이상이 지난해 일시적으로 김장을 하지 않거나 규모를 줄였다가 다시 올해 하는 것으로 보인다"고 말했다.

이마트와 롯데마트 등 주요 대형마트는 김장물가 안정을 위해 24일까지 김장 할인전을 열고 주요 배추·다발 무 등 주요 김장 재료를 최대 20% 할인 판매한다.

한편 농협 전남지역본부에 따르면 9월 초중순 심은 가을 배추는 고온 현상에 따라 무름병 등 피해를 입어 생산량이 감소했다.

전남 농협은 최근 이른 한파로 인해 생육이 좋지 않아 12월 중순까지 있을 겨울배추 조기 출하에 영향을 줄 것으로 내다보고 있다. 특히 요소수 파동 등의 영향을 받아 5t 트럭 기준(2700포기) 배추 상차비는 지난해 65만~70만원에서 올해 최고 100만원으로 최고 54% 안팎 올랐다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

캠코 광주전남지역본부 양동시장서 청렴캠페인



캠코 광주전남지역본부(본부장 송종익)는 23일 광주 양동시장에서 청렴캠페인을 실시했다.

이번 캠페인은 캠코 광주전남본부가 그동안 실천해온 청렴한 업무수행 의지와 노력을 알리고, 청렴문화를 확산하기 위해 마련됐다.

캠코 광주전남본부 직원 10여명은 방역 지침을 준수하면서 양동시장 일대에서 청탁금지법 등 캠코의 부패방지 노력과 성과를 담은 청렴 소책자를

배부하며 청렴 실천의지를 다졌다. 또 코로나19 장기화로 어려움을 겪고 있는 전통시장 상인들을 지원하기 위해 농수산품을 구매하기도 했다.

송종익 본부장은 "이번 캠페인을 통한 캠코의 청렴 실천의지가 청렴한 지역문화 조성에 기여하길 바란다"며 "앞으로도 캠코는 청렴문화 확산을 통해 국민들로부터 신뢰받는 공공기관이 되기 위해 노력하겠다"고 말했다. /박기용 기자 pboxer@

김공진 광주지방조달청장

장성 유망기업 제이엔티 방문

광주지방조달청은 김공진 청장이 23일 장성 제이엔티 주식회사(대표 한희경)를 방문했다고 이날 밝혔다. 이 업체는 천장구조시스템 생산 전문 기업이다. 이번 기업 방문은 코로나19로 인한 기업경영과 원자재 가격 상승 등의 애로사항을 현장에서 직접 듣고, 우수조달물품, 혁신사제품제도 등을 통한 공공 조달시장에서의 성장방안을 모색하기 위해 마련됐다.

제이엔티 주식회사는 차별화된 기술력을 바탕으로 성장하고 있는 유망 중소기업이다. 주력제품인 항공소재 금속천장재는 규모 7이상의 내진성과 50m/s의 내풍압성능을 갖춰 안전성과 내구성이 우수하며, 디자인적 요소를 가미해 편안한 실내분위기 연출이 가능한 것이 특징이다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



광주은행 경품행사 캐스퍼 당첨자 광주은행(은행장 송종익·왼쪽) 창립 52주년 경품행사 '볼수록 매력있어'에 3만8272명이 참여한 가운데 23일 동구 대인동 본점에서 광주글로벌모터스 신차 '캐스퍼' 등 경품 당첨자 3명을 시상했다. <광주은행 제공>

손실보상 지원 제외 소상공인 10만명 1.0% 초저금리 2000만원 특별융자

코로나19 소상공인 손실보상 지원 대상서 제외됐지만 '인원·시설운영 제한' 방역조치로 피해를 본 소상공인 10만명에게 연 1.0%의 초저금리로 2000만원씩의 특별융자가 지원된다.

중소벤처기업부는 23일 소상공인정책심의회를 열고 이 같은 내용의 '코로나19 피해 소상공인 회복지원 방안'을 심의·의결했다.

중기부는 손실보상 대상인 '집합금지·영업시간 제한'이 아닌 '인원·시설 운영 제한' 방역 조치로 피해를 본 소상공인 10만명을 대상으로 연 1%의 초저금리로 2000만원씩 총 2조원의 특별융자를 제공한다.

'밤 10시 이후 매장영업 제한'과 같은 영업시간 제한은 손실보상 대상이지만 '4㎡당 1명'이나 '객실 3분의 2 이용' 등과 같은 인원·시설 운영 제한은 손실보상 대상에서 제외됐다.

이번 특별융자 지원 대상은 지난 7월 7일~9월 30일 시행된 인원·시설운영 제한 방역 조치에 따라 매출이 감소한 소상공인이다. 9월 30일 이전 개업한 소상공인만 해당된다. 동일 업종이라도 지자체별 거리두기 단계에 따라 특별융자 대상 여부가 달라질 수 있다.

노래연습장의 경우 거리두기 4단계가 적용된 수도권 지역 시설은 밤 10시 후 운영 제한에 따른 손실보상 대상이지만 1단계가 시행된 경북 울릉군은 '6㎡당 1명' 인원 제한이 실시돼 특별융자 대상이다.

중기부는 "올해 7~9월 매출액이 2019년 또는 지난해 동기 대비 분기별·월별 하나라도 감소하는 등

다양한 기준을 적용해 최대한 많은 소상공인이 특별융자를 받을 수 있도록 할 예정"이라고 설명했다.

과세 보유자료가 없는 올해 6~9월 개업자는 매출 감소 여부와 상관없이 지원대상에 포함된다. 오는 29일 오전 9시부터 소상공인시장진흥공단 정책자금 누리집을 통해 접수가 시작된다. 첫 주는 5부제가 실시되고 다음 달 4일부터는 요일제와 무관하게 진행된다.

이밖에 소상공인 지원을 위해 소비촉진 행사도 잇따라 개최한다. 다음 달 18~26일 주요 상권을 중심으로 전국 상점가와 전통시장이 동시 참여하는 대규모 할인 행사인 '크리스마스마켓'을 열 계획이다.

또 전통시장과 상점가의 활력 제고를 위해 매월 넷째 주 일요일을 '시장 가는 날'로 지정해 다음 달부터 내년 6월까지 운영한다. 중기부는 온라인에 진출하는 소상공인도 매년 10만명 양성하고 소상공인 구독경제(정기결제) 활성화를 위해 바우처(쿠폰) 지원에도 나설 계획이다. /박기용 기자 pboxer@

한 눈에 보는 경제지표	
↓ 코스피	2997.33 (-15.92)
↓ 코스닥	1013.72 (-18.59)
↑ 금리 (국고채 3년)	2.031 (+0.013)
↑ 환율 (USD)	1189.70 (+4.60)

'위드 코로나'에 전국 소비심리 3개월째 개선 광주·전남은 하락

방역 정책이 '위드 코로나' (단계적 일상회복)로 바뀌면서 전국 소비자들의 체감 경기가 3개월 연속 개선됐다.

금리와 물가가 더 오를 것이라는 전망도 늘었지만, 주택가격의 경우 향후 추가 상승에 무게를 두는 견해가 오히려 줄었다.

한국은행이 23일 발표한 '소비자동향조사' 결과에 따르면 11월 소비자심리지수(CCSI)는 107.6으로 10월보다 0.8포인트(p) 높아졌다. 9월(103.8)과 10월(106.8)에 이어 3달째 오름세다.

광주·전남지역 소비자들의 경제상황에 대한 심리를 종합적으로 보여주는 소비자심리지수는 이달 102.9로 전월대비 1.5포인트 하락했다.

CCSI는 소비자동향지수(CSI)를 구성하는 15개 지수 가운데 현재생활형편·생활형편전망·가계수입전망·소비지출전망·현재경기판단·향후경기전망 6개 지수를 이용해 산출한 지표다. 100보다 높으면 장기평균(2003~2019년)과 비교해 소비심리가 낙관적이라는 뜻이다.

10월과 비교해 CCSI를 구성하는 6개 지수 가운데

데소비지출전망(115+3포인트)과 현재경기판단(81+1포인트) 두 지수가 상승했다.

향후경기전망(96), 가계수입전망(101), 현재생활형편(92) 지수에는 변화가 없었고, 생활형편전망(97-1p) 지수는 오히려 떨어졌다.

한은의 기준금리 추가 인상과 인플레이션 우려 등의 영향으로 금리수준전망 지수(138) 역시 한 달 사이 5포인트 뛰었다. 금리수준전망 지수 절대수준도 2011년 3월(138) 이후 10년8개월 만에 가장 높았다. /연합뉴스

