

꽤 닫은 지갑, 백화점에서선 활짝...광주 '소비의 두 얼굴'

지난해 광주 소매판매액 2.4% 감소...2년만에 '마이너스' 백화점 3곳 매출액 역대 최대...9.5% 늘어난 1조986억원

지난해 고급리·고물가 여파로 소비가 위축하면서 광주·전남 소매판매액이 감소세로 전환했다. 불경기 속에서도 백화점 호황은 이어지면서 광주 백화점 3곳의 매출액은 역대 최대를 기록했다. 9일 통계청이 발표한 '2022년 연간 시도 소매판매 동향' 자료에 따르면 지난해 지역 소매판매액 지수는 1년 전보다 광주는 2.4%, 전남은 1.6% 감소했다. 광주는 2020년(-0.3%) 이후 2년 만에 '마이너스'로 돌아섰고, 전남은 2019년 이후 3년 만에 소매판매액이 감소로 전환했다. 특히 광주 소매판매는 전국 17개 시도 가운데 가장 큰 비율로 감소했다.

광주에 이어 충북(-1.9%), 울산(-1.7%), 전남(-1.6%), 서울(-1.0%) 순으로 감소율이 높았다. 17개 시도 가운데 경남(2.3% ↑)과 인천(2.2%), 대전(0.1%)을 뺀 14개 지역이 전년보다 소매판매액이 줄었다. 광주 소매판매 타격이 전국에서 가장 큰 건 대형마트 부진 영향이 상당했던 것으로 보인다. 지난해 대형마트 매출을 비교한 10개 시도 가운데 4개 지역만 전년보다 감소세를 나타냈다. 광주 감소율이 2.8%로 가장 컸고, 부산(2.4%), 대전(1.8%), 울산(1.0%) 등 순이었다. 광주 11개 대형마트들의 지난해 매출은 7586억원으로, 전년(7802억원)보다 2.8%(216억원) 감

소했다. 지난해 소비 흐름을 보여주는 지표가 악화했지만 광주지역 백화점들의 매출은 통계를 낸 2015년 이후 역대 최대를 나타냈다. 광주 백화점 3곳의 지난해 매출은 1조986억원으로, 전년(1조309억원)보다 9.5%(957억원) 증가했다. 광주 백화점들 매출은 지난 2019년 8834억원에서 코로나19 확산 첫해 8392억원으로 고꾸라졌지만 이후 2년 연속 증가 추세다. 광주 백화점 매출액은 역대 최대를 기록했지만, 전국 평균 매출 증가율(12.1%)은 밑돌았다. 백화점 매출 성장세가 가장 높은 지역은 대전(37.2%)이었고, 부산(15.3%), 경남(14.2%) 순으로 나타났다. 광주지역 주요 백화점들은 사회적 거리두기가 완화한 지난해 상반기 호황을 맞았지만, 고물가·고금리 영향으로 하반기에는 성장세가 한풀 꺾였다. 또

보복 소비 심리를 반영하며 '두 자릿수' 매출 증가율을 보였던 해외 명품 인기가 주춤했다. 광주신세계의 경우 지난해 연간 매출이 전년보다 10% 증가했다. 그해 상반기 매출 증가율은 14%에 달했지만, 하반기(6.8%)에 가라앉으면서 실적이 꺾였다. 지난해 광주신세계에서 명품 매출은 2.7% 증가에 그쳤고, 실외 활동이 점차 늘면서 화장품(20%), 여성 의류(20%), 남성(14%), 골프(34%) 매출 증가율이 높았다. 이외 코로나19 당시 급증했던 식품 등 수요가 줄어든 영향으로 주방제품과 식기 매출은 각각 전년보다 8%, 4% 감소했다. 롯데백화점 광주점은 지난해 매출이 전년보다 4% 증가했다. 해외 명품 매출은 전년보다 1% 감소했고, 여성 의류와 화장품 매출은 각각 9% 증가했다. 마찬가지로 남성 의류와 골프 상품 매출은 각각 5%, 4%

늘었다. 이외 광주에서는 슈퍼마켓·잡화점 및 편의점 부문 매출이 전년의 감소세(-5.7%)를 딛고 증가세(0.5%)를 보였고, 승용차 및 연료소매점 부문은 2년 연속 '마이너스' 성장을 이어갔다. 광주 전문소매점 매출은 2021년 5.8% 증가했지만, 지난해는 5.3% 감소했다. 전남 슈퍼마켓·잡화점 및 편의점 판매액은 2년 연속 감소세를 보였고, 전문소매점은 지난해 감소세(-1.6%)로 전환했다. 전남 승용차 및 연료소매점 매출은 2020년 9.8%, 2021년 12.2% 등 높은 증가율을 보였지만 지난해에는 0.4% 전년보다 감소했다. 광주신세계 관계자는 "지난해 광주신세계 매출은 전반적으로 상반기에 신장했으며 하반기에는 조금 급증한 모습을 보였다"며 "물가 상승과 고금리에 따른 대외적 영향이 미친 것으로 풀이된다"고 말했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

제조 중기 “전기료 인상 부담되는데 대책 없다”

중기중앙회, 309곳 조사...2곳 중 1곳 “사용량 더 이상 절감 못해” ‘인상분 납품단가 반영’ 12.9% 뿐...중기 전용요금제 개선 등 요구

산업용 전기요금에 오르면서 제조 중소기업 대다수가 부담을 느끼는 것으로 나타났다. 전기요금에 대한 부담을 커졌지만, 기업들은 마땅한 대책을 마련하지 못하는 것으로 파악됐다. 9일 중기중앙회가 지난 달 4일부터 27일까지 309개 제조 중소기업을 대상으로 실시한 '에너지 비용 부담 현황조사'에 따르면 산업용 전기요금에 대해 부담이 된다는 응답이 94.9%에 달했다. 또 '매우부담'으로 응답한 기업도 절반이 넘는 50.2%에 이르는 것으로 조사돼 전기요금에 대한 기업들의 부담이 큰 것으로 파악됐다. 하지만 전기요금 인상에 대한 뚜렷한 대책은 마련하지 못했다. 전기요금 인상 대응계획으로는 '특

별한 대책 없음'이 69.9%로 가장 높았다. 이어 '냉·난방, 조명 등 비핵심 사용량 절감'(30.7%), '고효율설비 설치 또는 도입계획 수립'(7.1%) 등 순이었다. 전기요금 인상과 관련 현재 에너지 사용량이 '반드시 필요한 수준이며 더 이상 절감할 수 없음'이라고 응답한 기업도 51.5%에 달한 반면, '인상폭 만큼 절감할 것'으로 응답한 기업은 4.2%에 불과했다. 또 전기요금 인상분을 납품단가에 반영하고 있다는 질문에는 응답기업의 12.9%만 반영하고 있는 것으로 조사됐다. 전기요금 절감에 있어 가장 큰 애로사항은 '산업용 전기요금 상승 추세 지속(과도한 속도)'이

42.4%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '설비 특성상 24시간 가동이 불가피함'(19.7%), '예측 불가능한 거래처의 발주패턴'(16.8%) 등이었다. 가장 도움이 될 것 같은 지원 정책은 '중소기업 전용요금제 등 요금개선'이 82.5%로 가장 높았다. 이밖에 '노후기기→고효율기기 교체 지원'(27.2%), '태양광 등 에너지 보조설비 도입'(14.2%) 등이 뒤를 이었다. 무엇보다 전기요금 개선과 관련해 가장 시급한 부분으로 '전력산업기반기금 부담금 인하(전기요금의 3.7%)'가 55.7%로 가장 높게 나타났고, 이어 '계절별 요금 조정'(21.6%), '시간대별 요금 조정'(16.1%) 등이었다. 양천회 중기중앙회 혁신성장본부장은 "중소기업 부담완화를 위해 중소기업 전용전기요금제 신설 및 전력기반기금부담금 완화, 고효율기기 교체지원 등 중장기 체질개선 대책 등이 이뤄져야 한다"고 말했다. /박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

증시 상승세에도 광주·전남 개미 매도폭 확대

지난달 매도 거래대금 2조2035억...전달비 10% 늘어

지난달 국내 증시가 상승세를 보였음에도 광주·전남 지역민들의 주식 매도 폭이 전달보다 확대됐다. 9일 한국거래소 광주사무소가 발표한 '2023년 1월 증시 동향' 자료에 따르면 광주·전남 주식 투자자들의 지난달 주식 매도 거래대금은 2조2035억원으로, 전달(2조309억원)보다 10.0%(205억원) 증가했다. 같은 기간 광주·전남 주식 매수 거래대금은 2조297억원에서 2조3817억원으로, 2.6%(520억원) 증가했다. 지역민들의 주식 매도 폭이 매수보다 더 컸다. 주식 시장별로 보면 코스피 매수대금은 1조1209억원에서 1조352억원으로 7.7%(-857억원) 줄고, 매도대금은 1조821억원에서 1조1681억원으로,

8.0%(860억원) 늘었다. 반면 코스닥 매수대금은 9088억원에서 1조464억원으로 15.1%(1376억원) 증가하고, 매도대금도 9207억원에서 1조353억원으로 12.5%(1146억원) 늘었다. 광주·전남 투자자들의 매도세가 강해지면서 전국에서 차지하는 매도 거래대금 비중은 전달보다 0.03%포인트 증가했고, 매수대금은 0.02%포인트 감소했다. 지역민들은 지난달 삼성전자 주식을 396억원 사들였지만, 이의 2배에 달하는 770억원어치를 팔았다. 삼성전자 주가는 지난달 3일 5만4500원까지 내려간 뒤 같은 달 27일 6만5000원까지 올랐다. 코스닥 시장에서는 삼성전자가 로봇 기업으로는

처음 투자한 레인보우로보틱스가 매수(397억원)와 매도(378억원) 1위를 차지했다. 광주·전남 38개 상장사의 지난달 시가총액은 19조8541억원으로, 전달(20조7339억원)보다 4.2%(-8798억원) 줄었다. 코스피 상장법인 16개사 시총은 5.1%(-9384억원) 감소한 반면, 코스닥 상장 22개사는 2.7%(586억원) 늘었다. 코스피 상장사 가운데서는 금호타이어(1134억원·14.2% ↑)와 우리종금(795억원·12.2%) 등 순으로 증가율이 높았다. 연초 난방비 폭탄에 한국전력이 전기요금을 충분히 올리지 못할 것으로 점쳐지면서 시총은 한 달 새 1조2582억원(-9.0%) 감소했다. 코스닥 시장에서는 오이솔루션(166억원·8.9%)과 박셀바이오(144억원·2.8%) 등이 늘고, KPX 생명과학(-177억원)과 남화토건(-88억원) 등은 시총이 줄었다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

금호타이어, 폭스바겐 ID.4에 타이어 공급

고성능 스테디셀러 '크루젠 HP71' 전기차용으로 리뉴얼

금호타이어는 폭스바겐의 순수 전기 스포츠유틸리티차(SUV) 모델 'ID.4' 차량에 신차용 타이어(OE)로 '크루젠(CRUGEN) EV HP71'〈사진〉을 공급한다고 9일 밝혔다. 폭스바겐 ID.4는 준중형 SUV 시장에서 동급 대비 높은 가격 경쟁력과 우수한 상품성을 강점으로 유럽 10개 주요국에서 지난해 기준 유럽 브랜드 전기차 중 판매 1위를 기록했다. 금호타이어는 ID.4에 크루젠 EV HP71 4개 규격을 공급하기로 했다. 고성능 프리미엄 컴포트 SUV 제품인 크루젠 EV HP71은 스테디셀러 제품 크루젠 HP71을 전기차에 적합하도록 리뉴얼한 제품이다. 승차감 및 제동 성능 극대화를 위해 고분산 정밀 실리카를 포함시킨 EV 최적의 컴파운드를 사용했고, 일반 제품 대비 마모성능과 제동력 등을 대폭 개선해 주행 안정성을 높였다. 특히 타이어 홈에서 발생하는 소음을 덜음(dimple) 설계로 분산시키는 '타이어 소음 저감기



술'을 적용했으며, 패턴 설계 해석 시스템을 활용해 개발한 제품이다. 한편, 금호타이어는 세계 주요 자동차 업체들과 차세대 전기차 차량용 OE 타이어 개발을 하고 있다. 지난해 8월부터는 기아의 전기차 'EV6'에 전기차용 타이어를 신차용 타이어로 공급하며, 기술력과 품질을 입증한 바 있다. /박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

자산 1조5000억 달성 광주문화신협 '전국 2위'

신협중앙회 광주전남지역본부는 광주문화신협이 자산 1조5000억원을 달성했다고 9일 밝혔다. 광주문화신협 자산 규모는 전국 신협 2위이다. 김영하 광주전남본부장은 지난 8일 고영철 광주문화신협 이사장에게 달성 기념패를 전했다. 고 이사장은 "자산 1조5000억원 달성은 대내외 어려운 상황임에도 조합원과 임직원이 모두 한마음으로 이루어낸 소중한 성과"라며 "앞으로도 지역대표 서민금융기관으로 본연의 역할에 최선을 다하겠다"고 말했다. 광주문화신협은 지난 1993년 11월27일 설립해 올해 30주년을 맞는다. 2006년 양산지점 개점 이후 운암, 매곡, 첨단, 문흥, 동림, 동광주, 각화지점 등 총 8개 지점이 운영되고 있다. 조합원은 3만8000명가량이며, 설립 이후 28년 연속 흑자 경영을 이어가고 있다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



'밸런타인 데이' 선물 고민이라면... 광주신세계 직원이 9일 본관 지하 1층 식품 매장서 '밸런타인 데이'를 맞아 선물하기 좋은 제과·제빵, 와인 상품을 선보이고 있다. 10일부터 오는 14일까지 식품 매장도 2층 보석 매장 등에서 관련 기획전이 진행된다. <광주신세계 제공>

전남도, 중기 세계화 4대 전략 추진

수출 지원 35개 사업 89억 투입...베트남 등 시장개척단 85곳 선정

전남도가 해외 마케팅 및 수출 전문기업 육성 등 도내 기업들의 수출 지원 35개 사업에 89억원을 지원한다. 최근 급변하는 국제 경제 환경에 적극 대응하고 도내 중소기업의 세계화를 지원하기 위해 마련한 4대 대응 전략도 추진한다. 우선 글로벌 경기침체 대응을 위한 공세적 마케팅으로 베트남, 인도, 브라질 등 성장잠재력이 높은 국가에 시장개척단 85개사를 선정해 신시장 개척을 지원한다. 또 해외 유명 박람회 참가 지원, 바이어 초청 수출상담회, 중화권 온오프라인 통합수출 지원 등 5개 사업에 15억6000만원을 지원한다. 수출 전문기업 육성을 위해 중소기업 역량에 따른 맞춤형 지원도 추진한다. 전남도 수출액 1000만 달러 이하 수출 새싹 기업은 시장조사와 해외인증 등 기업당 2000만원 한도에서 맞춤형으로 지원한다. 전남도 수출액 50만 달러 이상 500만 달러 미만인 도내 중소기업에는 기업당 3년간 1억원씩, 500만 달러 이상 2000만 달러 미만인 기업은 3년간 2억원을 각각 배정한다. 수출 기반이 부족한 청년 기업을 대상으로 해외 마케팅 사업비 2억원 등 4개 사업에 6억6000만원도 마련했다. 지역 수출 역량 제고를 위한 기반도 구축한다. 수출 상품의 용기, 포장 디자인 개발과 수출 상담 시 활용할 홍보 동영상 및 카탈로그를 제작을 지원하고, 미국 식품의약국(FDA) 등 해외 규제

인증 비용으로 기업당 400만원을 지원한다. 견본 등 소량 수출 물류비 부담 경감을 위해 국제 특송비와 수출 보험료 및 수출 기업 담보관계 특례보증, 찾아가는 방문 컨설팅 지원 등 14개 사업(사업비 8억9000만원)도 시행한다. 이밖에 농수산식품 수출시장을 확대한다. 전남은 전국 최대 농수산식품 생산지로 남도장터유 에스(US), 아마존 전남 브랜드관 등 온라인 수출 활성화를 지원하고 신규로 해외 상설 판매장 6개소를 확대해 운영한다. 해외 시장 진출을 위한 농산물 수출 경쟁력 강화, 현지 맞춤형 마케팅 지원 등 12개 사업 57억 5400만원도 지원한다. 신협은 전남도 국제협력관은 "유관기관과 수출 지원 역량을 결집해 중소기업 판로 개척 및 현장 예로 해소에 힘쓰고 있다"며 "수출 단계별 맞춤형 지원에 글로벌 중소기업으로 성장할 수 있도록 노력하겠다"고 말했다. /윤현석 기자 chadol@

한 눈에 보는 경제지표	
↓ 코스피	2481.52(-2.12)
↑ 코스닥	784.58(+4.60)
↑ 금리(국고채 3년)	3.401(+0.062)
↑ 환율(USD)	1260.40(+0.30)