

11월 생산·소비·건설투자 ‘꽂꽂’...광주·전남 경기 악화일로

통계청 산업활동동향...대형소매점 판매 7개월 연속 하락세 건설수주 전년 절반도 안돼...상승세 지역생산 감소세 전환

광주·전남지역 경기가 또다시 악화된 것으로 나타났다. 지난달 생산과 소비, 건설투자 등 대부분의 경기 지표가 전년 동월보다 감소했다. 지역민들의 소비심리가 위축되면서 대형소매점 판매는 7개월 연속 하락세를 이어갔고, 지역 건설사들의 부진 역시 지속돼 건설수주액은 민간부문을 중심으로 끝없이 줄어들어 광주와 전남 모두 지난해 동월의 '절반' 수준에 그쳤다.

뿐만 아니라 올 하반기 들어 상승세를 보이던 지역 생산 역시 이달 들어 감소전환하면서 지역 경기가 '악화일로'를 걷고 있다. 호남지방통계청이 30일 발표한 '2024년 11월 광주·전남지역 산업활동동향'에 따르면 지난달 광주시 대형소매점 판매액지수는 104.0으로 전년 동월 대비 1.8p 감소했다. 부문별로 백화점 판매가 2.1% 감소했고, 대형마트는 1.2% 줄었다. 광주시 대형소매점 판매액지수는 올해 들어 고물가 기조가 지속됨에 따라 정부가 유통업체와 함께 물가 안정 대책을 내놓고, 소비를 유도하는 등 노력에 따라 지난 4월 반등했지만 1달만에 하락전환했

다. 이후 지난 5월부터 7개월 연속 하락하고 있는 실정이다. 상품군별로는 화장품(-7.7%), 의복(-6.6%), 신발·가방(-4.3%), 가전제품(-0.6%) 등의 소비가 감소한 것으로 집계됐다. 지역 경기가 어려워지면서 지역민들이 사치품을 중심으로 소비를 줄인 모양새다. 건설수주액 역시 대폭 줄었다. 지난달 광주시 건설수주액은 1189억원으로 전년 동월(3209억원) 대비 62.9% 감소했다. 지난해 건설수주액이 올해보다 3배 가까이 많았던 것으로 집계됐다. 공공부문에서는 정부와 지방자치단체 등의 건설수주액이 증가해 1년 전보다 286.2% 늘었지만, 민간부문에서 부동산, 금융·서비스 등이 줄

어 78.2% 감소했다. 지역 건설업, 부동산 한파가 지속되면서 건설수주액에서 큰 비중을 차지하는 민간 부문 건설 수주액이 대폭 감소한 것으로 분석된다. 광주시 광공업 생산과 출하는 전년 동월 대비 각각 0.2%, 11.2% 감소했고, 재고는 27.6% 늘었으면서 지역 경기침체 양상이 두드러졌다. 전남은 광공업 생산은 소폭 증가했지만, 대형소매점 판매액지수와 건설수주액 등은 모두 하락했다. 지난달 전남지역 광공업 생산은 1년전보다 3.6% 증가했다. 기계장비(-31.2%), 석유정제(-6.3%) 등은 감소했지만 전기·가스업(28.5%), 기타운송장비(57.2%) 등이 증가한 영향이다. 또 출

하 역시 1.3% 증가했지만, 소비가 원활하게 이뤄지지 않으면서 재고 역시 12.2% 늘어난 것으로 집계됐다. 전남 대형소매점 판매액지수는 지난달 기준 86.6로 전년 동월(94.8) 대비 8.4% 감소했다. 구체적으로 신발, 가방, 의복, 기타상품, 화장품, 가전제품, 음식료품, 오락·취미·경기용품 등 모든 품목에서 감소했다. 전남지역 건설수주액의 경우 공공·민간부문 모두 감소했다. 공공부문에서는 지방자치단체와 기업 등의 건설수주가 줄어 전년 동월보다 72.5% 줄었다. 민간부문에서는 전남 주력 사업인 화학·석유와 금융·서비스 등이 줄어 35.5% 감소한 것으로 조사됐다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

기아 카니발 출시 26년만에 글로벌 시장 최다판매

올 11월까지 15만7336대 판매 작년 첫선 하이브리드 비중 35%



기아 카니발이 하이브리드 모델 인기에 힘입어 올해 출시 26년 만에 연간 최다 판매 기록을 세웠다. <사진> 22일 기아에 따르면 올해 1~11월 카니발의 글로벌 판매량은 15만7336대를 기록, 올해 판매 마감 한 달을 남겨두고 연간 최다 판매를 나타냈던 2002년 15만5433대를 넘어섰다. 올해 연간 판매는 17만대가량으로 전망되는데 카니발은 1998년 첫 출시 이후 26년 만에 전 세계 시장에서 가장 많은 양을 판매하게 됐다. 카니발은 글로벌 판매와 별도로 내수 판매도 올해 역대 최다 판매량을 나타낼 것이 확실시된다.

차량은 올해 1~11월 국내에서 총 7만5513대가 팔렸다. 이는 역대 최다 판매량을 기록한 2018년 7만6362대에 근접한 수치로, 카니발이 월간 평균 6000~7000대 팔리는 것을 고려하면 넘어 내수 판매도 올해 가장 많을 것으로 전망된다. 1998년 첫 출시된 카니발은 당시 국내서 보기 드문 대형 미니밴이었다. 특히 2001년부터 미국 수출이 활발해지면서 같은 해 13만2395대가 팔리며 처음으로 글로벌 판매 10만대를 넘었고, 이듬해인 2002년에는 또다시 판매량 15만대를 돌파하기도 했다. 한동안 주춤했던 카니발은 코로나19를 거치며 '차박'(차에

서 숙박)이 인기를 끌자 판매량이 다시 반등했고, 최근에는 의전용과 연예인 차량으로도 1순위에 꼽힌다. 지난해 하이브리드 모델까지 출시되면서 인기 상승 동력은 더욱 커지고 있다. 기아는 지난해 11월 친환경차 니즈 등을 고려해 기술력 1.6 터보 하이브리드 파워트레인 모델이 추가된 '더 뉴 카니발'(4세대 페이스리프트 모델)을 출시했다. 이 하이브리드 파워트레인은 최고 출력 245마력, 최대토크 37.4kgfm의 동력성능을 갖춰 기존 2.2 디젤 엔진에 버금가는 출력을 확보했고, 복합연비도 최고 14.6km/L를 달성했다. 최근 출시된 카니발은 공간 활용성과 운행 편의성 뿐

농어촌공사 농촌여행 플랫폼 '웰촌' 새 단장

챗GPT·증강현실 등 기술 접목

한국농어촌공사가 30일 농림축산식품부와 함께 농촌여행 정보를 종합해 제공하는 '웰촌'을 리뉴얼 오픈했다. 웰촌은 농촌여행을 계획한 국민 누구나라도 이용할 수 있는 국내 유일의 전국 기반 농촌관광 특화 플랫폼이다. 리뉴얼된 웰촌은 챗GPT에 기반한 인공지능 챗봇, 360도 증강현실(VR) 콘텐츠 등 디지털 기술들을 접목해 농촌관광에 대한 다양한 정보들을 직관적으로 제공한다. 우선 인공지능 기반 챗봇인 '웰촌 이장 촌식이'가 도입돼 농촌여행 정보에 대해 개인별 선호도에 맞춘 농촌여행 코스를 추천한다. 촌식은 챗GPT 기반의 거대언어모델을 활용해 웰촌에 등록된 관광데이터를 학습하고, 검색증강생성 기술을 통해 답변의 정확성도 개선했다. 또 키워드 중심의 통합검색과 대화 중심의 응답형 인공지능 챗봇

서비스를 통해 관광객들은 여행 정보와 여행코스를 실시간 대화를 통해 추천받을 수 있다. 농촌의 풍경을 드론과 로드뷰로 구현한 360도 VR 콘텐츠도 제공한다. 이를 활용하면 사전에 농촌 여행을 모두 둘러보고, 더욱 세밀한 농촌여행을 계획할 수 있다. 더불어 지역 축제와 관광지 등 5만여 건의 정보를 추가해 여행지 주변의 체험·음식·숙박 등 다양한 정보를 한 번에 찾아볼 수 있게 하는 등 편의성을 개선했다. 김경배 한국농어촌공사 농어촌자원개발원장은 "리뉴얼 오픈한 '웰촌'이 농촌관광 정보의 접근성과 흥미를 더욱 높일 수 있는 계기가 되길 바란다"며 "앞으로도 농촌관광 활성화를 위한 노력을 이어가겠다"고 말했다. 한편 웰촌 포털에서는 리뉴얼 오픈을 기념해 내년 1월 30일까지 '새로운 웰촌에 응원을 부탁해!'를 주제로 응원 댓글 이벤트를 열고, 추첨을 통해 커피 기프트콘을 증정한다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

전남정보문화진흥원 게임기업 글로벌 진출 성과

(재)전남정보문화산업진흥원(이하 진흥원)내 전남글로벌게임센터가 '2024년 시장진출형 고도화 제작지원 사업'을 통해 지역 게임 산업의 글로벌 시장 진출을 돕고 있다. 시장진출형 고도화 제작지원 사업은 전남 지역 게임 기업의 콘텐츠 개발 품질을 고도화하고, 현지화 작업을 통해 글로벌 시장으로의 진출을 지원하는 데 목표를 둔다. 30일 진흥원에 따르면 나주 기반 게임기업인 '더 호라이즌(주)'은 MMORPG(다중 사용자 온라인 롤플레이팅) 형태의 'ARD: Black stone' 게임 콘텐츠 개발을 진행했다. 이 업체는 국내 퍼블리싱 기업 ㈜세시소프트와의 계약을 맺고 2025년 상반기 상용화 서비스를 추진하는 등 지역 기업의 콘텐츠가 글로벌 시장에서도 경쟁력을 가질 수 있을

을 입증해 나가고 있다. 이인용 진흥원장은 "이번 성과는 전남 지역의 우수한 게임 콘텐츠가 글로벌 시장에서도 인정받을 수 있음을 보여준 사례"라며, "앞으로도 지역 기반의 스타 게임을 발굴하고, 국내외 시장 진출을 적극 지원하겠다"고 말했다. 한편, 전남글로벌게임센터는 2016년 문화체육관광부 공모사업인 전남 지역기업 게임산업 육성사업 추진을 위해 구축되었다. 이후 지역 게임 산업 활성화 및 지역 게임 기업의 글로벌화, 게임인재양성 등 지역 경제 활성화 기반 조성에 지속적인 지원을 이어가고 있다. 2025년에는 2024년 지역 기업 성과를 기반으로 고품질 게임콘텐츠 제작 및 글로벌 시장 진출을 강화해 나갈 예정이다. /윤현석 기자 chadol@kwangju.co.kr



기네스북 최고 고도차 주행 전기차 부문 달성을 위해 힘써 주파중인 현대차 아이오닉5.

현대차 아이오닉5, 최대 고도차 주행 기네스북

현대차의 첫 전용 전기차 아이오닉5(사진)가 기네스북에 올랐다. 현대차는 30일 '아이오닉5가 인도 북부 해발 5799m의 율림 라에서부터 인도 남부 가장 낮은 고도(해발 -3m)인 쿠타나드까지 총 5802m의 고도차 주행을 성공해 기네스북 '최대 고도차 주행 전기차 부문'에 등재됐다. 현대차 인도법인과 인도의 자동차 전문지 이보인디아의 주행팀은 아이오닉5로 이러한 고도차이를 견디고 4956km를 14일 만에 주행했다. 특히 아이오닉5는 인도 대륙을 북에서 남까지 종단하는 과정에서 히말라야 산지의 영하 기온 및 가파른 산길과 케랄라 해안지대의 습한 기후 등을 모두 섭렵하며 거혹한 주행환경들을 극복했다고 현대차는 전했다. 아이오닉5는 현대차그룹의 E-GMP 플랫폼을 기반으로 개발된 최초의 전용 전기차로, '2022 세

계 올해의 차', '2022 독일 올해의 차', '2022 영국 올해의 차' 등에 선정된 바 있다. 현대차 인도아중동대권역장 김연수 부사장은 "극한 조건에서 현대차의 기술력이 반영된 아이오닉5의 성능이 입증됐다"며 "기네스북 등재로 새로운 역사를 썼다"고 말했다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표	
↓ 코스피	2399.49 (-5.28)
↑ 코스닥	678.19 (+12.22)
↓ 금리(국고채 3년)	2.597 (-0.037)
↑ 환율(USD)	1474.40 (+6.90) (오후 5시 55분 기준)

광주은행 대학생 홍보대사 8개월 활동 마치고 해단식

광주은행이 최근 광주시 동구 대인동 본점에서 '광주은행 14기 대학생 홍보대사 해단식'을 개최했다. <사진> 광주은행 제 14기 홍보대사는 광주·전남지역 소재 대학교에 재학 또는 휴학중인 대학생 30명으로 구성돼, 올해 4월 말 발대식을 열고 공식활동을 시작했다. 이들은 그동안 새로운 브랜드 홍보 기획, 뉴미디어 콘텐츠 제작을 통한 협업 프로젝트, 다양한 사회공헌활동 등을 수행해왔다. 특히 이번 해단식에서는 홍보대사들의 올 한해 활동들을 담은 영상을 시청하고, 각자 소감을 발표했다. 이어 수료증 전달, 우수팀 및 우수 홍보대



사를 선정해 시상하는 시간을 가졌다. 한편 광주은행은 지난 2008년부터 올해까지 총 460명의 대학생 홍보대사를 배출하고, 매년 신입행원 채용 인원의 80% 이상을 광주·전남지역 출신으로 선발하는 등 지역사회와의 소통을 강화하고 있다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

12월 광주·전남 소비심리·기업경기 지수 코로나 이후 최악

CCSI 79.1...12.0P 하락
광주·전남지역 지역민들의 소비심리는 더 하락하고, 지역 기업 경기의 경기도 크게 개선되지 못하고 있다. 지역 기업 경기는 올 하반기 들어 지속적으로 하락한 데 멈추지 않고 이어 내년 1월 크게 악화될 것이란 전망도 나왔다. 한국은행 광주전남본부는 30일 이같은 내용이 담긴 '12월 광주전남지역 소비자동향조사'와 '12월 광주전남지역 기업경기조사' 자료를 발표했다. 자료에 따르면 올해 12월 중 광주·전남지역 소비자심리지수(CCSI)는 79.1로 전월(91.1) 대비 12.0포인트(p) 하락했다. 이는 코로나 팬데믹 당시 기록했던 77(2020년 9월) 이후 51개월만에 최저 수준이며, 전국CCSI(88.4)보다도 9.3p 낮은 수치다. CCSI는 지난 20년간의 장기평균치를 기준값으로 놓고, 100보다 크면 경제상황이 낙관적, 낮으면 비관적임을 뜻한다. 올해 들어 전국 CCSI는 기준점인 100을 오르내리는 등 소폭 회복세를 보인 반면, 광주·전남지역 CCSI는 지난 2022년 5월(102.3) 이후 31개월째 100을 하회하고 있는 실정이다. 구성지수별로 보면 현재생활형편(-1.8p), 생활형편전망(-2.6p), 가계수입전망(-1.5p), 소비지출전망(-2.6p), 현재경기판단(-1.6p), 향후경기전망(-1.9p) 등 모든 부문에서 전월보다 하락한 것으로 집계됐다. 지역 기업 경기 역시 대폭 악화될 것이라는 전망이 나왔다. 이달 광주·전남 기업 경기는 전월보다

소폭 개선됐지만, 비상계입 및 탄핵 등 혼란스러운 정국이 지속되면서 내년 1월 기업 경기가 나빠질 것이라는 분석이다. 이달 광주·전남지역 제조업 기업심리지수(CBSI)는 87.6으로 전월 대비 1.6p 올랐지만, 다음달 전망치는 83.5로 2.8p 하락했다. 지역 기업들은 제조업 경영여건으로 불확실한 경제상황(17.6%), 내수부진(17.3%), 수출부진(15.0%) 등을 꼽았다. 비제조업 CBSI는 89.7로 전월에 견줘 4.5p 내렸고, 내년 1월 전망 CBSI 역시 80.6으로 9.4p 하락한 것으로 나타났다. 비제조업에서는 내수 부진(25.6%), 인력난·인건비 상승(19.3%), 불확실한 경제상황(12.2%) 등이 애로사항에서 큰 비중을 차지했다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr