

광주·전남 고용지표 악화... 자영업 2만명 감소

취업자 1만4000명 ↓
실업자는 5만명 훌쩍
5000명·1000명 늘어

지난달 광주·전남지역의 고용지표가 전반적으로 악화된 모습을 보였다. 양 지역 모두 취업자 수가 줄었고, 실업자와 실업률은 동반 상승했다. 광목경제의 실태조사인 자영업자도 2만여명 감소했다. 13일 호남지방통계청이 발표한 '7월 광

주·전남 고용동향'을 분석한 결과, 지난 달 광주의 취업자는 78만3000명으로 전년 동월 대비 2000명 줄었다. 고용률은 61.4%로 1년 전보다 0.1%p 상승했다. 산업별 취업자는 사업·개인·공공서비스업(3000명, 0.8%), 건설업(2000명, 3.2%), 도소매·숙박·음식점업(2000명, 1.3%) 등에서 증가한 반면, 농업·림업(5000명, -20.8%), 광공업(5000명, -4.4%)에서 감소했다. 직업별로는 관리자·전문가(1만6000명, 9.1%), 기능·기계조작·조립단순(8000명, 3.0%)에서 증가했고 사무종사

자(2만명, -13.7%), 농업·림업·축산종사자(4000명, -18.0%), 서비스·판매종사자(2000명, -0.8%)에서 감소했다. 임금근로자 중 임시근로자는 8000명(5.5%), 상용근로자는 4000명(0.9%) 증가했지만 일용근로자는 3000명(-8.5%) 줄었다. 또 자영업자는 1만명(-6.7%), 무급가족종사자는 1000명(-2.7%) 각 감소했다. 실업자는 2만4000명으로 1년 전보다 5000명 증가했으며, 실업률은 0.6%p 상승한 3.0%를 기록했다. 전남의 취업자는 100만4000명으로 전

년 동월과 견줘 1만2000명 줄면서 고용률은 0.7%p 하락한 66.0%를 기록했다. 전기·운수·통신·금융업(1만6000명, 21.8%), 사업·개인·공공서비스업(7000명, 2.0%), 광공업(6000명, 6.3%)에서 증가했지만 농업·림업(2만5000명, -11.6%), 도소매·숙박·음식점업(1만1000명, -6.0%), 건설업(5000명, -6.0%)에서 감소했다. 직업별로 보면 기능·기계조작·조립단순(1만5000명, 4.6%), 서비스·판매종사자(1만2000명, 5.5%)에서 증가했고, 농업·림업·축산종사자(2만5000명, -

11.4%), 관리자·전문가(1만3000명, -8.7%), 사무종사자(1000명, -1.1%)에서 줄었다. 임금근로자 중 임시근로자는 4000명(2.2%), 상용근로자는 1000명(0.2%) 증가했으며 일용근로자는 1000명(-4.3%) 감소했다. 자영업자는 1만1000명(-3.8%), 무급가족종사자는 4000명(-4.7%) 각 줄었다. 실업자는 2만8000명으로 1년 전보다 1000명 늘었다. 실업률은 2.7%로 전년 동월 대비 0.2%p 상승했다. 송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr

농수축산물 온라인 판로 확대 힘 모은다

전남우정청-나주시 업무협약 체결

전남지방우정청은 최근 나주시와 지역 농·수·축산물 온라인 판로 확대를 위한 업무 협약을 체결했다고 13일 밝혔다. 이번 업무 협약은 우체국 쇼핑몰(www.mall.epost.go.kr) 내 나주시 브랜드관을 개설, 지역 농·수·축산물 소비 촉진에 기여하고자 마련됐다.



우체국 쇼핑몰(www.mall.epost.go.kr)은 공공성과 시장 경쟁력을 갖춘 쇼핑몰로 전국 단위의 지자체, 공공기관 등이 입점해 있고, 전남 지자체 14곳이 지역 브랜드관으로 입점해 높은 매출을 자랑하고 있다.

전남우정청은 향후 우체국쇼핑에 입점한 지역 농축산물 생산·유통 업체를 대상으로 판로 확대를 지원할 계획이다. 전남우정청 관계자는 "이번 협약을 통

해 우체국이 보유한 물류·유통 인프라를 적극 활용해 지역 농·수·축산물 유통 활성화에 기여하겠다"며 "앞으로도 지자체와의 업무협약 등을 통해 지속적으로 지역 농·수·축산물 소비 촉진에 나서겠다"고 말했다. 송대용 기자 sdw0918@

온비타민하우스, 약국 전용 '온약물' 런칭

유기농 레몬즙·물염색 제품 등 해외 직소싱 가격경쟁력

온비타민하우스㈜는 오프라인 약국 유통 경쟁·신뢰를 바탕으로 온·오프라인 통합 관리서비스를 제공하는 B2B 플랫폼 '온약물'을 런칭한다고 13일 밝혔다.

온약물은 건강기능식품이 온라인이나 드럭스토어로 판매채널을 옮겨가는 시장 흐름에 대응, 고령층을 비롯한 지역주민들이 약국에서 더욱 편리하게 생활용품과 위생용품 등을 구매할 수 있도록 만들겠다는 계획에 따라 추진됐다.

이곳에서는 온라인이나 드럭스토어에서 인기있는 유기농 레몬즙 제품, 물염색 제품 등을 제공한다. 또 해외 공장 직소싱을 통해 다양한 생활용품을 경쟁력 있는 가격으로 약국에 제공한다는 방침이다.

온약물에서 판매되는 상품들은 약국에 설

치된 사이니지(정보용 디스플레이)를 통해 광고 영상으로 송출되고 있다. 이를 통해 소비자들은 제품 정보를 편리하게 얻을 수 있다.

이와 함께 온비타민하우스는 약국 디지털솔루션 전문기업 헬스포트와 협약을 체결, 거래약국에 '굿팜3.0'시스템을 도입한다. 배포되는 굿팜3.0은 POS, 무인결제 키오스크, AI OCR처방전스캐너, 모바일 결제 등 약국 운영 전반에 대한 서비스를 제공한다.

온약물 관계자는 "약국을 둘러싼 환경이 다변화되는 시기에 소비자와 더 가까워지고 지역민의 거점이 되는 약국을 만들어가겠다"고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@

생물자원·기능성 바이오소재 기술 협력

엔피케이(주)-한국생명공학연구원 전북분원 MOU

엔피케이(주)는 최근 한국생명공학연구원 전북분원과 생물자원 및 기능성 바이오소재 개발을 위한 공동연구, 기술사업화 협력 MOU를 체결했다고 13일 밝혔다.



이번 협약은 양 기관이 보유한 인프라 및 기술력을 바탕으로 상호 신뢰·협력력을 높이고 생물자원 기반 유효물질 탐색과 기능성 소재 개발, 공동 연구 및 시제품 생산, 기술이전 등 다양한 영역에서 유기적인 협업을 위해 추진됐다.

양 기관은 생물자원 및 기능성 바이오소재 개발에 대한 공동연구 협력, 건강기능식품 등 제품개발 관련 기술사업화 협력, 연구시설, 장비 공동활용 및 인력, 기타 상호 합의된 관심 분야 협력 등에 나선다. 또 색소생성균, 프로피온산 생성균,

유용성 혐기성균(아케미사이, 낙산균) 등 기술이전 추진을 통한 상용화에 적극 협력한다.

양 기관은 이번 협약을 통해 바이오 산업의 기술 고도화와 상용화 촉진을 위한 공동 노력을 이어갈 방침이다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr

GICON, 아시아문화기술실증센터 성과공유회

지역 콘텐츠 기업 제작 사례 등 경험 공유

광주정보문화산업진흥원(GICON)은 최근 VX스튜디오에서 '아시아문화기술실증센터 성과공유회'를 개최했다고 13일 밝혔다.

이번 행사는 광주실감콘텐츠큐브 인프라를 기반으로 한 실감콘텐츠 산업 육성 실증센터 성과공유회'를 개최했다고 13일 밝혔다. 최근 VX스튜디오에서 '아시아문화기술실증센터 성과공유회'를 개최했다고 13일 밝혔다.

이날 행사는 광주실감콘텐츠큐브 인프라를 기반으로 한 실감콘텐츠 산업 육성 실증센터 성과공유회'를 개최했다고 13일 밝혔다. 최근 VX스튜디오에서 '아시아문화기술실증센터 성과공유회'를 개최했다고 13일 밝혔다.

지난해 실증 사업 성과를 영상 공개를

비롯해 배경 데이터 제작·수집 결과 발표, 실감콘텐츠 데이터·응용서비스 개발 지원 사례, 데이터 플랫폼 전략 및 운영 계획 등 다양한 프로그램이 진행됐다.

이정주 광주정보문화산업진흥장은 "광주의 버추얼 프로덕션 인프라와 우수한 인력을 바탕으로 문화기술 실증과 상용화를 선도할 수 있도록 아낌없이 지원하고, 실감콘텐츠 산업 발전과 지역 산업 경쟁력 강화를 위해 계속해서 노력하겠다"고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr

Wall), 실시간 게임 엔진 연계 기술, 3D 가상 배경 합성 활용 기술 등 최신 실감형 제작 기술도 소개됐다. 이 기술은 배우의 실제 연기와 실시간 가상 배경을 결합해 영화, 드라마, 광고, 공연 등 다양한 콘텐츠 제작에 적용할 수 있다.

이정주 광주정보문화산업진흥장은 "광주의 버추얼 프로덕션 인프라와 우수한 인력을 바탕으로 문화기술 실증과 상용화를 선도할 수 있도록 아낌없이 지원하고, 실감콘텐츠 산업 발전과 지역 산업 경쟁력 강화를 위해 계속해서 노력하겠다"고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr

카시트·분유 제조기 등 인기 육아용품 '총망라'

광주신세계 '베이비페어'
17일까지... 32개사 참여

광주신세계가 개점 30주년을 맞아 코베 베이비페어와 손잡고 국내외 인기 브랜드의 아동 용품을 한자리에서 만날 수 있는 베이비 페어를 연다. 광주신세계는 14일부터 17일까지 본관 지하 1층에서 국내외 인기 브랜드 총 32개가 참여하는 베이비 페어를 개최한다고 13일 밝혔다.

이번 베이비 페어에서 만날 수 있는 대표적인 상품은 글로벌 카시트 브랜드 브라이텍스의 듀얼픽스 프로 스타일 신생아 카시트이다.

독일 현지에서 제품을 생산하는 것으로 유명한 브라이텍스는 카시트에 일체형 와이드 스핀 디스크를 사용해 시트 흔들림을 최소화 했다. 또 모던한 디자인에 프리미엄 통기성 소재를 활용해 스타일과 기능을 모두 잡은 제품으로 평가 받는다.



광주신세계 본관 6층 매장에서 직원이 베이비 브레파 분유제조기를 소개하고 있다.

버튼 하나로 분유를 빠르게 제조해줘 '육아 필수템'으로 손꼽히는 베이비 브레파도 만날 수 있다.

영국의 프리미엄 유모차 브랜드인 에그에서 올 상반기 출시한 스카이 유모차는 기내 반입이 가능한 6.5kg의 콤팩트한 사이즈 덕분에 휴대성이 뛰어나다.

유아용품 브랜드 '두리'는 이번 행사에서 트롤리 기저귀 갈이대를 선보인다. 넉넉한 수납 공간으로 기저귀 교체에 최적화된 동선을 제공하는 이 제품

은 나상 사고를 예방하기 위해 최대 100kg 하중을 견디는 견고한 설계와 최대 21cm 높이의 4면 가드를 적용, 안전성과 디자인까지 모두 갖췄다.

광주신세계는 베이비 페어 기간 동안 할인을 비롯해 사은품 증정, 포인트 리워드 적립 등 풍성한 혜택을 준비했다.

베베루나의 경우 최대 73%까지 할인하는 등 브랜드별로 최소 10%에서 최대 73%까지 할인해서 판매할 예정이다. 송대용 기자 sdw0918@

ECONOMY

2025년 8월 14일 목요일

K푸드 위조·모방품 근절

aT, 31일까지 신고 캠페인

전 세계적으로 K푸드가 인기를 끌고 있는 가운데 한국농수산물유통공사(aT)가 저가·저품질 위조·모방품 확산에 대응하기 위한 'K-푸드 인식 제고 캠페인'을 14일부터 31일까지 전개한다.

이번 캠페인은 해외 온·오프라인 매장에서 판매되는 제품 중 특정 제품과 유사한 디자인·제품명을 사용한 모방품, 한글 표기 등으로 한국산으로 오인될 수 있는 제품을 대상으로 한다.

참여를 원하는 소비자는 캠페인 홈페이지(www.kati.net/realkfood.do)에 해당 제품 사진과 제품명, 유통매장, 발견일시, 가격, 모방 의심 사유 등을 입력하면 된다.

해외 현지 소비자뿐 아니라 여행객 누구나 참여할 수 있으며 중국·베트남·태국어 안내 콘텐츠를 활용해 현지인 참여를 적극 유도할 계획이다. 캠페인 종료 후에는 참여자 중 추천을 통해 국내 또는 현지에서 사용이 가능한 K-푸드 상품권을 증정한다.

aT 관계자는 "K푸드의 해외 위조·모방품의 증가는 수출기업뿐 아니라 소비자에게도 피해를 미치는 중대한 사안"이라며 "앞으로도 K-푸드의 브랜드 가치를 지키기 위해 소비자와 함께하는 캠페인을 비롯해 다양한 활동을 적극 펼쳐나갈다"고 말했다. 이송홍 기자 photo25@

홈플러스 긴급 생존경영

15개 점포 폐점·무급휴직

기업회생 절차를 밟고 있는 홈플러스가 임대료 조정이 되지 않은 전국 15개 점포의 순차 폐점을 결정하고, 본사 전 직원 가운데 희망자를 대상으로 무급휴직에 들어간다.

지난 3월 4일 회생이 개시된 지 5개월이 지났으나 인수합병(M&A)에 나설 의향을 찾지 못한 상태에서 자금 압박이 가중됐기 때문이다.

홈플러스는 13일 전사직원 긴급 생존경영 체제에 돌입했다고 발표했다.

홈플러스는 "전 매장에서 정상적으로 영업하고, 임직원 고용을 유지하고 있으며 회생 개시 후 발생한 모든 납품 대금도 정상적으로 지급해 왔다"고 밝혔다.

이어 "회생 개시 후 5개월이 경과한 지 금도 홈플러스의 자금 상황은 뚜렷하게 개선되지 않고 있다"며 "신뢰도가 하락하면서 일부 대형 납품업체들이 정산 주기를 단축하거나 거래 한도를 축소하고, 선지급과 신규 보증금 예치를 요구하는 사례가 늘면서 현금흐름이 악화하고 있다"고 설명했다.

또 "정부의 민생지원금 사용처에 대형마트가 포함되지 않아 매출 감소 폭이 확대됐고, 회생 절차로 외부 차입이 어려운 상황에서 매출 감소는 곧바로 자금 유동성 압박으로 이어지고 있다"고 강조했다.

홈플러스는 M&A 성사까지 자금 압박을 완화하기 위해 68개 임대 점포 가운데 임대료 조정 협상에 진전이 없는 15개 점포에 대한 순차적 폐점을 진행하기로 했다. 대상 점포는 전국에 걸쳐 있다. 서울 시청점과 가양점, 일산점, 인천 계산점, 안산고잔점, 수원 원천점, 화성동탄점, 천안신방점, 대전 문화점, 전주완산점, 대구 동촌점, 부산 장림점과 감만점, 울산 북구점과 남구점 등이다.

홈플러스는 회생 개시 후 부동산 리츠·펀드 운용사들과 임대료를 30~50% 깎아달라는 협상을 진행해왔다.

홈플러스의 대형마트 점포는 125개이며 이 가운데 회생 이전에 8곳의 폐점이 결정됐고, 이날 15개 점포 폐점을 발표함에 따라 모두 23개가 사라지게 된다.

연합뉴스