

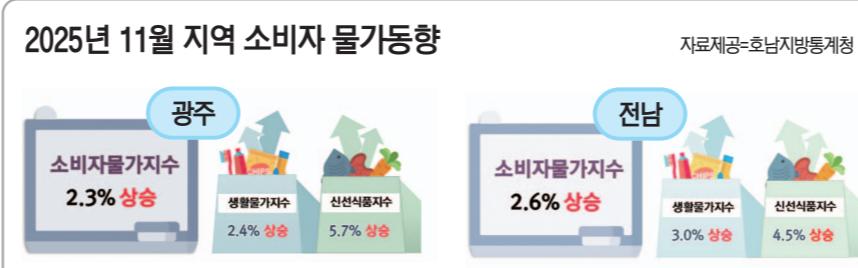
고환율 여파에 소비자물가 석달째 2%대 상승

전년 동월 대비 광주 2.3%·전남 2.6% 올라
휘발유 등 석유류·수입 농축수산 상승 견인

광주·전남지역 소비자물가가 석달 연속 2%대의 오름세를 유지한 것으로 나타났다. 석유류와 일부 수입산 빙거리가 많이 오르는 등 고환율 효과가 시사화된 것으로 분석된다. 국가데이터처 호남지방통계청이 2일 발표한 '11월 소비자물가 동향'에 따르면 지난 11월 광주시 소비자물가지수는 117.21(2020년=100)로 1년 전보다 2.3% 올랐다. 지난 9월과 10월에는 지난해 보다 2.1%, 2.3% 각각 올랐다.

지주 구매하는 품목 위주로 구성된 체감 물가에 가까운 생활물가지수는 120.04로 전년 동월 대비 2.4% 상승했다. 기상 조건에 따라 가격 변동이 큰 신선식품지수는 129.27로 전년 동월 대비 5.7% 상승했다. 신선어개와 신선과실은 전년 동월 대비 각각 9.8%, 13.2% 상승했지만 신선채소는 6.2% 하락했다.

지출 목적으로는 기타상품·서비스



(4.0%), 식료품·비주류음료(3.3%), 음식·숙박(3.1%), 교통(3.0%), 가정용품·가사 서비스(2.8%), 의류·신발(2.4%) 등은 지난해 보다 상승했다. 품질 성질별로는 상품은 전년 동월 대비 2.3% 올랐다. 세부적으로 보면 농축수산물, 공업제품

품, 전기·가스·수도가 각각 4.5%, 2.0%, 0.8% 상승했다.

농축수산물은 골(45.5%), 사과(30.3%), 고등어(22.9%) 등이 상승을 이끌었다. 공업제품을 보면 커피(15.5%), 경유(11.5%), 휘발유(5.6%)가 상승 폭을 키웠다.

석유류 가격의 상승폭이 지난달보다 확대됐고 고환율 영향으로 수입 축산·수산물, 수입 망고·키위 등 수입산 과일도 영향을 받았다는 게 국가데이터처의 설명이다.

서비스 부문도 전년 동월 대비 2.3% 상승했다. 개인 서비스가 3.2%, 집세 0.7%,

공공서비스 0.3%가 각각 상승했다.

전남 소비자물가지수는 118.04로 전년 동월 대비 2.6% 상승했다. 전남은 지난 9월 2.1%, 10월 2.4%를 기록하며 오름폭을 키웠다.

세부적으로 보면 농축수산물, 공업제품은 각각 5.5%, 2.5% 상승했고 전기·가스·수

도는 보합을 보였다. 서비스 부문은 전년 동월 대비 2.3% 상승했다. 개인서비스 3.1%,

공공서비스 0.9%, 집세 0.7% 각각 올랐다.

송태우 기자 styl235@gwangnam.co.kr



농업 혁신 이끈 '새로운 전남농협인상' 첫 시상

김형중 조합장·오승자 상무·백영철 단장 등 3명

농협 전남본부는 2일 농업·농촌과 농협 조직 변화에 혁신해 온 농협인을 기리는 '2025 새로운 전남농협인상' 시상식을 개최했다.

올해 처음 신설한 '새로운 전남농협 인상'은 전남농업 발전에 기여한 우수 농협인을 발굴하기 위해 △첨신한 아이디어와 디지털 소통 창의성 △농축협 간 협력도 △농업인 복지 증진 기여도 △지역공동체 공헌의 지속성 등을 종합적으로 평가해 수상자를 선정했다.

증양회, 농축협, 계열사를 망라한 범

농협 조직 전체를 대상으로 심사한 결과 김형중 협동농협 조합장, 오승자 안양농협 상무, 백영철 전남양곡자재단장이 최종 수상자로 이름을 옮겼다.

김형중 조합장은 신용사업 중심의 성장 구조에서 벗어나기 위해 경제사업 강화 전략을 추진하며 '수정별 공급사업'을 도입했다. 이를 통해 과수·시설 농가의 착과 안정성을 높이고 생산 비 절감 성과를 이끌어냈다는 평가다. 김 조합장은 내년에는 이를 15개 농협으로 확대 공급할 계획이다.

22년 연속 보험 연도대상을 수상하며 농협 최장 기록을 세운 오승자 상무는 열악한 환경에서도 꾸준히 성과를 만들어낸 점이 인정받았다. 특히 누적 시상금 6000만원 전액을 장흥군 장학금과 공동체 사업에 기탁해 개인 성과를 지역사회에 환원한 대표적 모범 사례로 평가됐다.

백영철 단장은 전남농협이 주도해온 '농심전심 확산 운동'을 디지털 생활 흥보 방식으로 재해석하며 변화를 이끌었다. 직접 제작한 농심전심 음원과 통화연결을 콘텐츠는 전국 농협 캠페인 확산 속도를 높인 상징적 사례로 꼽혔다.

이승홍 기자 photo25@

전남 농수산식품 태국서 '인기몰이'

'서울푸드 인 방콕 2025' 참가…11개사 150만달러 수출협약

전남도는 코트라(KOTRA) 광주전남지원본부와 협력해 최근 태국 방콕에서 열린 '서울푸드 인 방콕 2025'(SEOULFOOD in Bangkok 2025)'에 참가해 전남 농수산식품 마케팅에 나서 150만 달러 수출협약을 체결했다.

태국 방콕은 동남아 시장의 물류·유통 중심지로, 아세안 식품 바이어가 가장 활발하게 모이는 지역이다. 동남아 시장에서 배트남에 이어 전남 농수산식품 수출 2위국으로, 꾸준한 수출 증가세를 보이고 있다.

'서울푸드 인 방콕'은 국내 최대 식품전시회인 '서울푸드'의 해외 개최 행사로,

각각 8.1%, 11.1% 상승했지만 신선채소는 4.5% 하락했다.

지출 목적별로는 기타 상품·서비스(4.8%), 식료품·비주류음료(4.7%), 교통(3.9%), 가정용품·가사서비스(2.8%), 음식·숙박(2.4%), 의류·신발(2.3%) 등은 지난해 보다 상승했다.

품목 성질별로는 상품은 전년 동월 대비 2.9% 올랐다.

세부적으로 보면 농축수산물, 공업제품은

각각 5.5%, 2.5% 상승했고 전기·가스·수

도는 보합을 보였다. 서비스 부문은 전년 동월 대비 2.3% 상승했다. 개인서비스 3.1%,

공공서비스 0.9%, 집세 0.7% 각각 올랐다.

송태우 기자 styl235@gwangnam.co.kr



동곡농협 '상호금융대출금 700억 달성탑' 수상

마케팅 강화·철저한 리스크 관리 등 성과

동곡농협은 2일 농협중앙회로부터 '상호금융대출금 700억 달성탑'을 수상했다.

특히 조합원 중심의 영업기반을 바탕으로 지역사회 밀착형 금융 서비스를 강화하며 안정성과 성장성을 동시에 확보, 지역 대표 금융기관으로서의 위상을 공고히하고 있다.

동곡농협은 경기 침체와 금융환경의 불확실성 속에서도 지속적인 마케팅 강화와 철저한 리스크 관리로 신용사업 부

문 경쟁력을 높인 점을 높이 평가받아 왔다.

특히 조합원 중심의 영업기반을 바탕으로 지역사회 밀착형 금융 서비스를 강화하며 안정성과 성장성을 동시에 확보, 지역 대표 금융기관으로서의 위상을 공고히하고 있다.

이동운 조합장은 "이번 수상은 조합원과 고객 여러분의 신뢰 덕분에 대출금 700억 원을 달성할 수 있었던 결과"라며

"앞으로도 조합원·지역민과 함께 성장하는 지역 대표 금융기관이 될 수 있도록 임직원 모두 최선을 다하겠다"고 말했다.

이승홍 기자 photo25@gwangnam.co.kr

워터린사워슬루션은 이렇게 다릅니다

- 초미세물까지 차단하는 고성능필터
- 사용후 잔류하는 잔수를 저동배출
- 휴대용, 여행용 대용량 필터유닛
- 자유로운 수압조절 및 절수기능

동행 지역상공인

Water linn

광남일보 | (사)광남은행재단

보다 더 나은 다음

워터린은 오염되지 않은 자연의 물처럼 당신의 일상에 깨끗하게 스며들기를 소망합니다

주소 : 광주광역시 광산구 임곡로 399-18, (주)지엔비솔루션 · 전화 : 062-716-0999 · 팩스 : 062-716-0998 · 메일 : water-linn@naver.com