

“금사과 여전히 부담...사 먹을 엄두 안 나요”

●‘정부·유통과 과일값 할인지원’ 광주 시장·마트 가보니
정부 지원금 투입됐지만 소비자 체감 효과 어려워
일부 마트 포인트 회원만 할인...가격 책정 제각각

“과일값 할인을 지원한다고 해 구매하려 했는데 여전히 비싸서 못 사겠네요.” 25일 광주 서구의 한 대형마트. 과일 판매코너에 멈춰선 사람들의 쇼핑 카트에는 대부분 오렌지, 바나나 등 수입 과일이 담겨있을 뿐 사과, 배 등이 담겨있는 경우는 드물었다. 사과 매대 앞에 선 한 손님은 ‘농식품부 할인지원’이라고 크게 적힌 가격표와 사과를 번갈아 쳐다보다가 결국 사과를 담지 않고 자리를 떠났다. 이곳에서 구매할 수 있는 사과의 종류는 6가지. 그 중 ‘상생 사과’와 ‘부사

사과’만이 할인 지원 상품이다. 기존 가격에서 30%할인해 한 봉지에 최대 10개가 든 상생 사과는 1만800원에, 최대 6개가 든 부사 사과는 6천370원에 판매 중이다. 매장 입구에서 5개 1만4천원짜리 사과를 집어 들었다가 안쪽에 진열된 부사 사과를 발견하고 카트에 담은 정모(여·70대)씨는 “원래 사과를 좋아해 항상 한 박스씩 구매해 먹는데 최근에는 값이 너무 올라 마트에서 소량으로만 구매한다”며 “아직도 장바구니에 사과 담기가 부담스럽다”고 말했다.



25일 광주 서구의 한 대형마트에서 소비자들 ‘농식품부 할인지원’ 품목인 사과를 살펴보고 있다.

서구 풍암동에 거주하는 선모(여·50대)씨는 “평소 먹는 질 좋고 맛있는 사과는 기존가로 판매해 가격 인하의 의미가 없다”며 “할인 중인 사과는 마트 포인트 카드로 결제해야만 저렴하게 구매가 가능하다”고 토로했다.

같은 날 양동시장과 남광주시장의 상황도 비슷했다. 과일가게 앞 사람들은 가격만 물어보고 지나치기 일쑤였으며 한 어르신은 가장 싼 사과도 4개에 1만원이라는 가격을 듣고는 “다 비싸니 살 것이 하나도

없다”며 발길을 돌렸다.

이후 방문한 손님들도 상대적으로 저렴하게 느껴지는 수입 과일만 구매하는 모습을 볼 수 있었다.

양동시장에서 20년간 과일가게를 운영했다는 김모(여·50대)씨는 “과일 가격이 떨어졌다는 소식이 뉴스에는 나오지만 현장에서 느껴지지는 않는다”며 “사과·배는 여전히 비싸 제사 등 꼭 필요한 사람이 아니면 쉽게 사지 않는 것 같다”고 설명했다.

한국농수산식품유통공사(aT) 농산물유통정보에 따르면 25일 기준 사과(후지·상품) 10개 광주 양동시장 소매 가격은 3만5천원이다. 이는 전년 동기(2만5천700원) 대비 약 38%, 평년(2만7천230원)과 견졌을 때도 약 28.5%나 비싸다. 일주일 전인 18일 3만5천700원보다 고작 700원 낮아진 가격이다.

배(신고·상품) 10개 광주 양동시장 소매 가격은 25일 기준 4만6천원으로 지난해 2만8천100원보다 약 63%나 비싸다. 일주일 전(4만2천원)과 비교해도 4천원이나 올랐다.

이는 여전히 강세를 보이고 있는 도매가의 영향으로 보인다.

사과(후지·상품) 10kg 중도매인 판매 가격은 25일 기준 9만300원으로 1년전 4만1천원에 비해 두배가 넘게 올랐고 배(신고·상품) 15kg도 10만8천원으로 지난해 4만2천500원에서 치솟았다.

aT 광주전남본부 관계자는 “도매가나 시장의 소매가격은 별다른 변동이 없거나 오히려 오르기도 했다”며 “한식(4월5일) 등이 다가오는 만큼 수요가 늘 것으로 예상돼 당분간 가격이 내려가지는 않을 것으로 보인다”고 말했다.

/김현자·정은솔기자



델리 신제품 ‘대짜’ 3종 할인 신메뉴 개발과 합리적인 가격을 앞세워 효용을 얻고 있는 즉석조리식품(델리)영광이 불고 있는 가운데 홀플러스가 치킨 등 델리 신제품 ‘대짜’ 시리즈 3종 출시를 기념해 오는 30·31일 이틀간 할인 행사를 진행한다고 25일 밝혔다. <홀플러스 제공>

스타 공예문화상품 개발 지원 ‘박차’

광주디자인진흥원, 오는 28일까지 모집

광주디자인진흥원은 25일 “지역 수공예 공방을 대상으로 스타상품 개발·양산화 지원사업을 본격 추진한다”고 밝혔다. 사업은 광주시가 지원하며 역량있는 수공예 공방의 우수 공예문화상품을 발굴, 국내·해외 판로를 지원해 스타상

품으로 육성하기 위해 마련됐다. 지원 대상은 광주시에 소재한 공예공방이며 참여 희망자는 광주디자인진흥원 홈페이지에서 신청서를 내려받아 작성한 후 오는 28일 오후 4시까지 이메일(crafts_j@gdc.or.kr)로 신청하면 된다.

이후 외부전문가로 구성된 평가위원회를 거쳐 지원 공방을 선정, 디자인 개발·양산화 등 2천300만원 상당의 지원과 스타상품으로 발돋움하기 위한 동영상 제작, 판매점 입점, 국내외 전시회 참가 등의 기회도 제공된다.

광주디자인진흥원은 우수한 수공예 기술과 현대적 디자인을 접목해 스타 공예문화상품으로 육성하고 글로벌 마케팅 지원을 더욱 확대할 방침이다.

/김현자기자

‘車·조선 호황’ 호남권 제조업 생산 소폭 증가

한은 광주전남본부 1분기 경제동향 모니터링...서비스업 ↓

올해 호남권 1분기 제조업 생산이 자동차와 조선의 양호한 업황 등 영향으로 소폭 증가한 것으로 나타났다. 반면, 서비스업 생산은 고금리 고물가 지속에 따른 소비심리 회복 지연 등으로 소매업과 숙박·음식점이 부진하면서 소폭 감소한 것으로 조사됐다.

한국은행 광주전남본부는 25일 “전북본부 및 목포본부와 함께 지역내 업

제, 유관기관 등을 대상으로 실시한 경제동향 모니터링 결과, 호남권 1분기 경기는 지난해 4분기 수준을 유지한 것으로 나타났다”고 밝혔다.

자동차는 SUV를 중심으로 내수와 수출이 호조를 보였으며, 조선은 신조선가가 상승세를 이어가는 가운데 고가 선박의 건조량이 늘어났다. 수요 측면에서는 설비투자, 건설투

자 및 민간소비가 전분기 수준을 유지했으며 수출은 조선과 자동차를 중심으로 증가한 것으로 조사됐다.

1-2월 중 취업자수는 임금근로자가 임시근로자를 중심으로 증가했지만 비임금근로자가 자영업자를 중심으로 감소하면서 전분기보다 증가폭이 축소됐다.

1-2월 중 소비자물가는 농축수산물 가격 상승폭 확대에도 전기·가스·수도 가격 상승세 둔화 등으로 상승폭이 줄어들었다. /김재만기자

산인공 전남서부지사 ‘목포 공우회 청렴문화 확산 챌린지’ 시작

한국산업인력공단 전남서부지사는 25일 “목포지역 공공기관 연합회 ‘공우회’가 청렴문화의 지역사회 확산과 공직자 청렴 인식·공감대 확대를 위해 ‘공우회 청렴문화 확산 릴레이 챌린지’를 시작했다”고 밝혔다. <사진>

챌린지는 공우회에서 자체 선정한 청렴슬로건인 ‘청렴은 선택사항이 아닙니다. Just Do it With 공우회’ 문구를 SNS를 통해 릴레이로 전파하는 캠페인이다.

한국산업인력공단 전남서부지사를 시작으로 국민건강보험공단 목포지사 등 공우회 소속 20개 기관이 릴레이 형

식으로 한해 동안 챌린지를 진행할 방침이다.

박태훈 한국산업인력공단 전남서부지사는 “청렴의 도시 목포에서 공우회와 함께 시민을 위한 청렴 공공기관이 되는데 앞장서겠다”고 말했다. /김현자기자



에너지 절약 및 청렴문화 확산 캠페인

지구를 살리는 에너지절약 실천요령

- ▶ **하루에** 실내 적정온도 유지하기(여름철 26도, 겨울철 20도)
- ▶ **물** 사용하지 않는 조명 소등하기
- ▶ **선풍기** 사용하지 않는 전자제품 플러그 뽑기

한국에너지공단 광주전남지역본부

광주매일신문 전통시장활성화 인증캠페인

광주매일신문 남광주시장

광주의 새벽을 여는 곳 남광주시장

남광주시장은 광주를 대표하는 수산물시장입니다.

광주 동구 학동에 위치하고 있는 남광주시장은 1930년 ‘신광주역’의 개통과 함께 별교, 보성 등에서 직접 잡고 기른 신선한 해산물과 농산물을 열차에 싣고 파란 것에서 시작되어 현재에 이르고 있으며, 수산물, 야채, 국밥골목 등이 대표상품으로 인기를 끌고 있습니다. 2019년 3월에 ‘문화관광형육성사업’으로 선정되어, 광주의 역사·문화 그리고 시장이 가진 특성을 즐기고 관광하는 공간으로 진일보 하고 있는 광주를 대표하는 전통시장입니다.

주최 : <광주매일신문·광주매일TV> 후원 : <광주광역시동구> 문의 : 062)650-2099