

계란 한 판 7천원 넘었다...연말 지역 먹거리 물가 ‘들썩’

최근 3주새 광주 11.2%·전남 4.4% 급등
고병원성 AI 확산 여파 인해 공급 불안
자장면 한 그릇 7천원...외식비도 확대

지역 내 계란 가격이 한 판에 7천원을 넘어서며 연말 먹거리 물가 전반이 들썩이고 있다. 고병원성 조류인플루엔자(AI) 확산으로 공급이 불안정해진 데다 외식 물가까지 동반 상승하며 시민들의 체감 부담이 갈수록 커지고 있다. 25일 축산물품질평가원 축산유통정보에 따르면 전남 기준 계란 특란 한 판(30개) 평균 소비자가격은 7천15원으로 집계됐다. 이는 3주 전인 6천511원과 비교해 7.7% 오른 수치다. 같은 기간 광주의 계란 가격은 6천448원에서 7천167원으로 11.2% 급등했고 전남 역시 6천573원에서 6천863원으로 4.4% 상승했다. 지난달 이후 6천원대를 유지하던 계란 가격이 불과 3주 만에 다시 7천원 선을 돌파하며 반등했다. 이 같은 가격 상승의 배경에는 산란계 농장을 중심으로 확산되고 있는 고병원성 AI가 자리하고 있다.

농림축산식품부에 따르면 올해 동절기 산란계 농장의 고병원성 AI 발생 건수는 11건으로 지난해 같은 기간보다 5건 늘었다. 이로 인해 살처분된 산란계는 275만 마리에 달한다. 전국 하루 계란 생산량이 약 5천만 개인 점을 고려하면, 살처분 여파로 하루 약 160만 개의 계란 생산이 줄어든 셈이다. 계란값 상승은 외식 물가 전반에도 영향을 미칠 수밖에 없는 상황이며 최근 1년 사이 외식 물가 역시 눈에 띄게 상승했다. 한국소비자원의 가격정보 종합 포털 ‘참가격’에 따르면 지난달 기준 지역 평균 물가 상승률이 3% 미만임에도 불구하고 광주 지역에서는



25일 축산물품질평가원 축산유통정보에 따르면 계란 특란 한 판(30개) 평균 소비자가격은 지난주부터 7천원을 넘었다. 가격이 뛰는 가운데 수급 불안 우려도 커지고 있다. 올해 동절기 산란계 농장 고병원성 조류 인플루엔자(AI) 발생 건수는 지난해 같은 기간보다 5건 늘어난 11건으로 두 배에 가깝다. 사진은 이날 서울 한 대형마트 계란 판매대 모습. /연합뉴스

냉면과 비빔밥 등 주요 외식 품목 8개 가운데 5개 품목의 가격이 전년 동기 대비 상승해 평균 3.3%의 인상률을 기록했다. 품목별로 보면 삼계탕 1인분 가격은 지난해 11월 1만6천400원에서 지난달 1만7천200원으로 4.9% 올랐고 같은 기간 자장면 1인분 가격도 6천800원에서 7천100원으로 4.4% 상승하며 7천원을 넘어섰다. 자장면에 이어 냉면은 4% (9천900원→1만300원), 김치찌개 백반은 3.7% (8천200원→8천500원), 김밥은 3.6% (3천340원→3천460원) 순으로 인상 폭이 컸다. 반면 전남은 광주와 달리 평균 2.6%의 상승률을 보였으며 이 가운데 자장면과 갈국수 가격이 가장 크게 올랐다. 자장면은 6천67원에서 7천원으로 5% 올라 가장 높은 상승률을 기록했고 갈국수는 8천778원에서 9천111원으로 3.8% 인상되며 9천원을 넘어섰다. 비빔밥 가격은 0.8% 상승에 그쳐 상대적으로 변동 폭이 크지 않았다. /안태호 기자

냉면과 비빔밥 등 주요 외식 품목 8개 가운데 5개 품목의 가격이 전년 동기 대비 상승해 평균 3.3%의 인상률을 기록했다. 품목별로 보면 삼계탕 1인분 가격은 지난해 11월 1만6천400원에서 지난달 1만7천200원으로 4.9% 올랐고 같은 기간 자장면 1인분 가격도 6천800원에서 7천100원으로 4.4% 상승하며 7천원을 넘어섰다. 자장면에 이어 냉면은 4% (9천900원→1만300원), 김치찌개 백반은 3.7% (8천200원→8천500원), 김밥은 3.6% (3천340원→3천460원) 순으로 인상 폭이 컸다. 반면 전남은 광주와 달리 평균 2.6%의 상승률을 보였으며 이 가운데 자장면과 갈국수 가격이 가장 크게 올랐다. 자장면은 6천67원에서 7천원으로 5% 올라 가장 높은 상승률을 기록했고 갈국수는 8천778원에서 9천111원으로 3.8% 인상되며 9천원을 넘어섰다. 비빔밥 가격은 0.8% 상승에 그쳐 상대적으로 변동 폭이 크지 않았다. /안태호 기자

광주은행, 아트홀 대관으로 지역 문화예술 활동 지원

내년 1월 7일까지 조선대 A.V.A 전시

광주은행이 2025년 1월 7일까지(주말 및 공휴일 제외) 광주은행 본점 1층 아트홀에서 제6회 조선대학교 대학원·디자인대학원 원우회 A.V.A 전시 ‘Fragments Become Whole’를 개최한다고 25일 밝혔다. 이번 전시는 조선대학교 대학원 및 디자인대학원에 재학 중인 원우와 졸업생 작가들이 참여한 기획 행사로 개별 작가들의 서사가 한 공간에 모여 새로운 의미를 만들어가는 과정을 담고

있다. 시각·섬유·공예 디자인 등 다양한 분야의 평면 및 입체 작품을 선보이며, 작품을 매개로 지역 예술인과 시민이 소통하는 문화 교류의 장이 될 것으로 기대된다. 광주은행은 예향의 도시 광주에 걸맞게 문화단체, 비영리기관 등을 대상으로 본점 1층 아트홀 대관을 지원하며 지역 문화예술 활성화에 기여하고 있다. 이와 함께 광주은행은 지난해 9월 광주은행 아트홀에서 ‘제15회 광주비엔날레 카타르 파빌리온’을 선보이며, 문화예술을 통한 도시 경쟁력 제고에 힘을 보탰다. 또한 광주은행의 대표 문화사업인 ‘제9회 광주화루 공모전’을 진행 중으로, 올해 1차 심사를 마쳤으며 내년 상반기 2·3차 심사를 거쳐 입상 작가들에게 총 9천만 원의 상금과 전시 기회를 제공할 예정이다. 광주은행 신총식 브랜드전략부장은 “아트홀 대관을 통해 지역 예술인과 시민이 함께 성장할 수 있는 환경을 조성하고, 지역과 동반 성장하는 금융기관으로서의 역할을 지속적으로 확대해 나가겠다”고 말했다. /임채만 기자

리온’을 선보이며, 문화예술을 통한 도시 경쟁력 제고에 힘을 보탰다. 또한 광주은행의 대표 문화사업인 ‘제9회 광주화루 공모전’을 진행 중으로, 올해 1차 심사를 마쳤으며 내년 상반기 2·3차 심사를 거쳐 입상 작가들에게 총 9천만 원의 상금과 전시 기회를 제공할 예정이다. 광주은행 신총식 브랜드전략부장은 “아트홀 대관을 통해 지역 예술인과 시민이 함께 성장할 수 있는 환경을 조성하고, 지역과 동반 성장하는 금융기관으로서의 역할을 지속적으로 확대해 나가겠다”고 말했다. /임채만 기자

경영정보시각화능력 내년부터 응시 기회 확대

광주상의, 상시검정 방식으로 전환

광주상공회의소는 2025년 1월부터 국가기술자격 경영정보시각화능력(BI Specialist) 시험을 기존 정기검정 방식에서 상시검정 방식으로 전면 전환한다고 25일 밝혔다. 이번 상시검정 도입은 ▲데이터 기반 산업구조 확산 ▲AI 기반 의사결정 도구 활용 증가 ▲기업의 BI(Business Intelligence) 수요 확대 ▲시각화 플랫폼 도입 가속화 ▲수험자 편의성 제고 등을 종합적으로 고려한 결과다. 경영정보시각화능력은 AI·4차 산업혁명 시대에 맞춰 데이터를 효과적으로 시각화해 전달하는 실무 역량을 검증하는 국가기술자격이다. 해당 자격은 코카콜라, 삼성, SK, 현대자동차 등 국내외 주요 기업과 공공기관, 금융기관에서 우대하고 있으며 취업 시장에서의 활용도가 지속적으로 확대되고 있다. 그러나 기존 경영정보시각화능력 시험은 O

MR 기반 정기검정으로 운영돼 시험일과 시간 선택에 제약이 있었다. 필기시험은 시험일당 1회만 시행됐으며, 실기시험도 프로그램별(Power BI, Tableau) 순차 운영돼 응시 기회가 제한적이었다. 이에 따라 2025년부터 시험 운영 방식이 전면 개편된다. 필기시험은 CBT(컴퓨터 기반 시험) 방식의 상시검정으로 전환돼 시험일별 복수의 시간대가 개설되며, 기존 CBT 필기 종목과 동일한 환경에서 시행된다. 실기시험 역시 연간 시행 횟수가 확대되고, 시험일당 최대 3회까지 운영된다. 특히 Power BI와 Tableau 실기시험을 동시에 시행함으로써 수험자의 시험 접근성이 크게 개선될 전망이다. 광주상공회의소는 이번 상시검정 전환을 통해 시험 운영의 유연성을 높이고, 데이터·AI 기반 실무 역량을 갖춘 인재 양성에 기여할 것으로 기대하고 있다. /임채만 기자



GICON ‘2025 친환경·나눔 캠페인’ 성료

(재)광주정보문화산업진흥원(GICON)이 연말을 맞아 ‘2025년 GICON 친환경·나눔 캠페인’을 추진하고 지역사회에 따뜻한 나눔을 실천했다. GICON은 25일 “지난 1일부터 24일까지 캠페인을 진행했으며 임직원뿐 아니라 늘봄마인드, 더일리스트앤아트, 블루밍비주얼, 보나드스토리 등 지역창업특화지원 입주기업들이 함께 참여하며 나눔의 의미를 더했다”고 밝혔다. <사진> 주요 활동으로는 ▲임화용품 줄이기와 지역

사회 나눔을 위한 ▲고향사랑 기부제 ▲아름다운 기부 ▲폐전자제품 수거가 전개됐다. 폐전자제품 수거 캠페인은 광주문화기관협의회, 광주시청차미디어센터 협력사업 ‘미사이클(Media Recycle)’ 캠페인과 연계해 진행됐다. 광주실감콘텐츠큐브(GCC) 로비에 수거함을 설치해 선풍기, 보조배터리, 가습기 등 폐전자제품을 수거하고 E-순환거버넌스 기부를 통해 온실가스 감축에 기여 및 유관기관 간 ESG 사회적 책임을 실천했다. /안태호 기자



광주매일신문 전통시장활성화 연중 캠페인

“전통시장이 살아야 지역경제가 일어납니다”

서민들의 삶의 애환이 깃든 '전통시장'이 장기화한 경기침체로 어려움을 겪고 있습니다. 다양하고 편리한 유통시설이 들어서면서 '전통시장'은 점점 설 자리를 잃어갑니다. 각 자치단체에서는 '전통시장'을 살리기 위한 다양한 시책을 강구하고 있습니다. 광주매일신문은 시·도민들의 지혜를 모아 전통시장을 활성화하기 위한 연중 캠페인을 펼치겠습니다.

남도의 산해진미가 가득한
강진오일장터

◎ 장이 서는 날 ◎
매월 4일, 9일로 끝나는 날

주최 : 광주매일신문 · 광주매일 TV

후원 : 강진군

광고문의 : 062)650-2099

CMYK