“청정바다·명사십리 품은 ‘완도 울모래마을’ 놀러와요”

전남도, 6월 이달의 농촌체험휴양마을 선정

비파 활용 요리·바지락 캐기 등 체험 다채

해수욕장·수목원·치유센터 등 콘텐츠 풍성

전남도는 산과 바다, 비파가 함께하는 청정마을 완도 울모래마을을 6월 이달의 농촌체험휴양마을로 선정했다.

완도 신지면에 있는 울모래마을은 청정바다와 명사십리 해수욕장을 품은 대표 농촌체험휴양마을이다. 6월 제철인 비파를 활용한 요리 체험 프로그램과 바지락 캐기 등 바다 체험을 동시에 즐길 수 있다.

특히 울모래마을은 비파 수확 체험과 직접 수확한 비파를 활용한 비파청 만들기, 비파 빵 만들기 등 가족 단위 관광객과 어린이가 함께 참여할 수 있는 농촌체험 프로그램을 운영하고 있다.

바지락 캐기, 고둥 잡기, 갯벌체험 등 바다 체험 프로그램도 인기다.

울모래마을은 전국적으로 유명한 신지 명사십리 해수욕장과 인접해 아름다운 해안 경관을 자랑하며 인근에 해안 산책로, 완도 전복거리, 완도수목원 등 다양한 관광자원도 둘러볼 수 있다.

완도해양치유센터에선 해수·해조류를 활용한 테라피 프로그램을 운영 중이다. 탁 트인 바다를 바라보며 식사할 식당도 마련돼 완도 전복을 활용한 요리를 맛볼 수 있다.

전남도가 산과 바다, 비파를 활용한 요리 체험 프로그램 등을 즐길수 있는 완도 울모래마을을 6월 이달의 농촌체험휴양마을로 선정했다. 〈전남도 제공〉

또한 울모래마을은 귀농귀촌 희망 도·시민 대상으로 진행중인 ‘농촌에서 살아보기’ 사업 마을을 운영하는 등 농촌 정착과 농어촌 활성화 거점 역할을 하고 있다.

소규모 여행객을 위한 민박 3동과 단체 숙박객을 위한 한옥체험관 1동을 숙박시설로 운영하고 있다. 숙박 예약과 체험프로그램 문의, 가격정보 등 자세한 사항은 누리집(http://www.완도비파마을.com/)에서 확인할 수 있다.

김현미 전남도 농업정책과장은 “완도 울모래마을은 특산물 비파를 활용한 다양한 체험과 청정 자연환경을 종합선물세트처럼 즐길 수 있는 매력적인 마을”이라며 “농촌 소득원의 다각적 창출을 위해 농촌체험휴양마을의 홍보와 지원을 통한 농촌체험휴양마을 활성화에 노력하겠다”고 말했다. /김재정 기자

농협광주본부, 착한 소비 캠페인으로 농가 돕는다

산지 가격 양파 35%·대파 26% 급락

소비자 구매 독려·농가소득 증대 도모

농협중앙회 광주지역본부가 기상 여건 호조로 양파와 대파 생산량이 크게 늘면서 가격 하락에 따른 농가 시름이 깊어지고 있는 가운데 소비 촉진 운동에 총력을 기울이고 있다.

광주지역본부는 10일 “최근 지역본부 직거래 장터에서 ‘양파·대파 착한소비캠페인’을 실시하고 소비자들의 자발적인 구매 참여를 독려하며 산지 가격 안정과 농가 소득 증대를 위한 지원에 나섰다”고 밝혔다.

현재 양파와 대파는 평년 대비 생산량이 크게 늘어난 반면 매수세가 급격히 위축되면서 산지 가격이 평년 동월 대비 각각 35%와 26% 수준으로 급락해 농가의 손실이 심각한 상태다.

이에 농협 광주본부는 지역 기반의 ‘농심천심(農心天心)’ 실천 운동의 일환으로 이번 직거래 장터 특가 행사를 긴급 기획해 시민들의 큰 호응을 얻었다.

농협중앙회 광주지역본부가 최근 기상 여건 호조로 양파·대파 가격 하락에 따른 농가 시름이 깊어지고 있는 가운데 소비자들의 자발적인 구매 참여를 독려하는 착한소비캠페인을 실시했다. 〈광주지역본부 제공〉

이철호 농협광주지역본부장은 “농업인들이 한해 동안 땀 흘려 키운 소중한 우리 농산물이 제값을 받지 못하는 상황이 매우 안타깝다”며 “이번 착한소비캠페인을 일회성에 그치지 않고 지속적으로 추진해 산지 농가의 시름을 조금이나마 덜어드릴 수 있도록 전사적인 역량을 집중하겠다”고 전했다.

한편, 농협 광주본부는 앞으로도 제철 농산물 출하 시기에 맞춘 다채로운 데이(Day) 마케팅과 금요직거래장터 활성화를 동시 추진할 계획이다. 이를 통해 생산자에게는 안정적인 판로를 제공하고, 도시 소비자에게는 신선하고 안전한 농산물을 합리적인 가격에 공급하는 도농상생의 가치를 지속적으로 실현해 나갈 방침이다. /안태호 기자

러시아 바이어가 열광한 K-푸드 ‘달콤한’ 성과

aT, CIS K-푸드페어 참여

2천110만달러 수출상담

한국농수산식품유통공사(aT)는 10일 “지난 4일부터 7일까지 4일간 러시아, 카자흐스탄 등 CIS 권역 K-푸드 수출 확대와 현지 소비 저변 강화를 위한 ‘2026 CIS K-푸드페어’를 성공적으로 마무리했다”고 밝혔다.

CIS 권역은 러시아와 중앙아시아, 동유럽 일부 국가들을 포함한 연합체를 말한다.

이번 페어는 CIS 권역의 핵심 소비시장인 모스크바에서 진행됐으며 수출업체와 바이어가 참여하는 B2B 수출상담회와 시민들이 참여하는 B2C 행사로 구성됐다.

모스크바 월드트레이드센터(WTC)에서 열린 1:1 수출상담회에는 러시아, 키르기스스탄, 우크라이나, 몽골 등 CIS 권역에서 초청된 45개 바이어와 수출업체 37개가 참여해 총 411건, 2천110만 달러의 상담실적을 기록했다.

상담 현장에서는 신선 과일과 HMR(가정 간편식) 제품에 관한 관심이 높았다. 선명한 외관과 고급스러운 포장으로 선물용으로도 인지도가 높은 딸기, 샤인머스캣, 사과 등 신선 농산물과 간편하게 잡채·비빔밥 등 한식을 만들 수 있는 밀키트가 이목을 끌어 총 18건 223만달러 규모의 MOU와 현장 계약이 체결됐다.

이어 주말 이틀간 진행된 B2C 행사는 모스크바 시내 최대 규모 외식 전문 쇼핑몰 ‘데포(DEPO)’에서 열렸다. ▲K-라면존 ▲K-김밥존 ▲K-음료존 등 대표 K-푸드 체험 테마관으로 구성해 약 1만5천명의 방문객들에게 큰 호응을 얻었다.

K-라면존에서는 드라마 등 K-콘텐츠를 통해 알려진 ‘한강 라면’을 소비자가 직접 끓여보는 체험 이벤트를 진행했다.

전기찬 aT 수출식품이사는 “바이어와 수출업체 알선과 소비자 마케팅을 적극 펼쳐 수출 확대에 총력을 다하겠다”고 말했다. /안태호 기자

농협전남본부, 디지털 전환 지원

APC 담당자 대상 농협몰 입점 설명회

온라인 판로 확대·판매 활성화 등 논의

농협중앙회 전남지역본부는 10일 “전날 전남권역 APC(산지유통센터) 운영 농협 담당자 30명을 대상으로 ‘농협몰(NH싱씽몰) 입점 설명회’를 개최했다”고 밝혔다.

이번 설명회는 온라인 유통시장 확대에 대응해 전남 농축산물의 판로를 넓히고 농협몰 입점을 활성화하기 위해 마련됐다.

행사에서는 농협몰 사업 현황과 입점 절차, 판매 활성화 지원사업, 우수 판매사례 등을 소개했다.

특히 신규 입점 APC를 대상으로 담당자 배정, 타임세일·릴레이특가 참여, 라이브커머스 제작 지원 등 다양한 혜택을 안내했다.

온라인 식품시장 성장세와 소비트렌드 변화에 따른 판매 전략을 공유하고 산지 농산물의 온라인 판로 확대와 판매 활성화 방안을 논의했다.

농협몰(NH싱씽몰)은 805만명의 회원을 보유한 농협 대표 온라인 쇼핑 플랫폼으로, 라이브커머스와 브랜드관 운영, 카드사 제휴 프로모션 등 다양한 사업을 통해 농축산물 판매 활성화에 힘쓰고 있다.

이광일 농협전남지역본부장은 “온라인 소비가 빠르게 확대되면서 농축산물 판매 역시 디지털 전환이 중요한 과제가 되고 있다”며 “전남의 우수 농축산물이 농협몰을 통해 전국 소비자들에게 더욱 널리 알려지고 농업인 소득 증대로 이어질 수 있도록 온라인 판로 확대와 마케팅 지원에 최선을 다하겠다”고 말했다. /안태호 기자