aT "올해 김장 비용 19만9천원…전년比 9% ↓"

생산량 증가로 재료비 부담 완화

1년새 배추 26.5%·무 5.6% 하락

상품김치 구매 비중 41.4% 상승

올해 가을배추와 무 생산량이 늘면서 김장 비용이 지난해보다 줄어든 것으로 나타났다.

한국농수산식품유통공사(aT)는 김장 비용을 조사한 결과, 9일 기준 19만9천456원으로 지난해 11월 상순 평균 가격(21만9천71원)보다 9.0% 낮았다고 10일 밝혔다.

조사 대상은 배추와 무, 고춧가루, 마늘 등 주요 김장 재료 13개 품목으로, 전국 11개 지역의 전통시장 17곳과 대형유통업체 36곳에서 가격을 조사했다.

한국농촌경제연구원도 '2026년 소비자 김장 의향 및 주요 채소류 공급 전망' 보고서에서 지난달 하순 기준 4인 가구의 김장 비용은 지난해보다 4%, 평년보다 5%가량 낮아졌다고 밝혔다.

올해 가을배추 생산량은 121만4천t(톤)으로 지난해보다 18.5%, 가을무는 37만2천t으로 11.1% 증가할 것으로 전망됐다. 주요 김장 재료의 공급이 늘면서 배추와 무 가격도 안정세를 보일 것으로 예상된다.

실제 aT에 따르면 지난 9일 기준 배추 1포기의 평균 소비자가격은 포기당 2천749원으로 1년 전보다 26.5% 내렸고, 무는 개당 1천839원으로 5.6% 하락했다.

다만 깐 마늘과 새우젓은 생산량 감소 등의 영향으로 가격이 지난해보다 올랐지만, 전체 김장 재료에서 차지하는 비중이 적어 김장 비용에 미치는 영향은 제한적이었다고 aT는 설명했다.

aT는 "이달 중순 이후에도 배추 등 주요 품목의 공급이 늘고, 가격이 상승한 깐 마늘·새우젓 등에 대한 할인지원도 이어져 올해 김장 비용은 전년보다 낮은 수준을 유지할 전망"이라고 밝혔다.

김치 조달 방식에도 변화가 나타났다. 직접 김장을 담그거나 가족·지인에게서 김치를 얻는 대신 상품 김치를 구매하는 비중이 커졌다.

농경연이 지난달 2-12일 전국 1천가구를 대상으로 한 온라인 조사 결과, 직접 담그거나 가족·지인에게 조달하는 비중은 58.6%로 지난해(64.1%)보다 5.5%포인트 낮아진 반면, 상품 김치 구매 비중은 41.4%로 같은 폭 올랐다.

상품 김치 구매 비중은 2022년 29.5%에서 2023년과 2024년 각각 33.1%, 지난해 35.9%를 거쳐 올해 41.4%로 높아졌다. 반면 직접 담그거나 가족·지인에게서 조달하는 비중은 같은 기간 70.5%에서 58.6%로 낮아졌다.

농경연은 "김장 원재료 가격 안정이나 김장 비용 감소에 대한 홍보를 강화하고, 추가 구매 혜택과 할인 판매 등을 연계한 소비 촉진 방안이 필요하다"고 제언했다. /안태호 기자



아이돌 앞세운 빼빼로 편의점업계가 오는 11일 빼빼로데이를 앞두고 인기 캐릭터와 협업한 한정판 상품을 잇달아 선보이며 기념일 특수 잡기에 나섰다. 10일 서울 시내 한 편의점에 아이돌 그룹 스트레이키즈와 협업한 빼빼로 과자가 놓여 있다. /연합뉴스

GICON, 광주 콘텐츠 기업 동남아 진출 돕는다

태국 산업 지원기관 2곳과 업무협약

광주정보문화산업진흥원(GICON)이 태국 주요 산업 지원기관과 손잡고 지역 콘텐츠 기업의 동남아시아 시장 진출과 투자유치 지원에 나선다.

GICON은 10일 "지난 6일 태국 A-STREAM 행사장에서 태국 디지털경제진흥원, 국가혁신청과 각각 업무협약을 체결했다"고 밝혔다.

이번 협약은 광주와 태국 간 디지털·콘텐츠 산업 교류를 활성화하고, 양국 산업 지원기관 간 협력 기반을 마련해 지역 콘텐츠 기업의 해외 진출과 투자유치 기회를 확대하기 위해 추진됐다.

태국 디지털경제진흥원은 디지털 경제와 산업 육성을 담당하는 기관으로 혁신기업 지원과 인재 양성, 국제협력 등을 추진하고 있다. 국가혁신청은 혁신기업 육성과 기술 사업화, 창업 생태계 활성화, 국제 혁신 협력망 구축 등을 지원하는 기관이다.

GICON은 두 기관과 콘텐츠 산업 분야의 공동 협력사업을 발굴하고, 지역 기업의 현지 네트워크 확대와 해외 사업 기회 창출을 지원할 계획이다. 특히 태국을 거점으로 동남아시아 시장과의 교류를 넓히고 투자유치와 공동사업 발굴, 기술·콘텐츠 교류 등으로 협력 분야를 확대할 방침이다.

아시아문화중심도시 문화산업 투자진흥지구 활성화와 연계한 투자 기반 확대도 추진한다. 투자진흥지구를 중심으로 국내외 콘텐츠 기업과 투자기관 간 교류를 활성화하고, 해외 투자자와의 협력 기회를 발굴해 광주가 아시아 문화콘텐츠 산업의 교류·투자 거점으로 성장할 수 있도록 기반을 강화한다는 구상이다.

GICON 관계자는 "이번 협약은 광주 콘텐츠 산업의 국제협력 기반을 확대하고 지역 기업의 해외 진출 기회를 넓히는 계기가 될 것"이라며 "태국 산업 지원기관과 긴밀히 협력해 지역 기업이 실질적인 사업 성과를 거둘 수 있도록 힘쓰겠다"고 말했다. /안태호 기자

'글로벌 육성' 중소기업 올해 수출 56% 성장

중기부 '글로벌 소상공인 성과 공유회'

100곳 중 92곳 수출액 706만달러 기록

올해 '글로벌 소상공인 육성사업'에 선정된 100개 기업 가운데 수출 실적이 있는 92곳의 수출액이 전년보다 56% 이상 성장한 것으로 조사됐다.

10일 중소벤처기업부에 따르면 지난 6일 제주 쉐라톤 호텔에서 '글로벌 소상공인 성과 공유회'를 열고 이러한 내용이 담긴 성과를 발표했다.

이 사업은 소비재 분야에서 수출 잠재력이 높은 소상공인을 대상으로 ▲ 수출 역량 강화 교육 ▲ 최대 1억원 수출형 제품 개발 및 사업화 ▲ 해외 소비재 박람회 참가 등을 지원해 해외 판로 개척을 돕고자 올해 처음 추진됐다.

중기부에 따르면 올해 선정된 100개 기업 중 수출 실적이 있는 92곳의 1-9월 수출액은 706만달러(약 95억원)로, 지난해 같은 기간보다 56.3% 증가했다.

수출 대상국도 44개국에서 75개국으로 늘었으며, 기존의 동아시아와 미국, 중국 중심에서 러시아, 동유럽, 아프리카 등 31개국에 신규 진출하며 수출 시장을 다변화했다.

또 지난해에 수출 실적이 없던 6개 기업이 첫 수출에 성공하는 등 해당 사업이 소상공인의 첫 수출과 신규 시장 진출을 이끄는 데 기여했다고 중기부는 전했다.

이번 사업에 참여한 삼온은 홍삼 제조 과정에서 발생하는 부산물을 활용해 건강 간식을 개발해 올해 1만1천달러의 첫 수출실적을 달성했다.

연어 유래 기능성 원료를 활용한 화장품을 개발한 더미스는 수출액이 2024년 3만8천달러에서 2026년 27만달러로 증가했다.

이들 기업은 6일 제주에서 열린 '제1회 로컬 창업 페스타 인(in) 제주'의 'K-소상공인 인사이트 데이'에서 수출 성장 잠재력과 실적을 인정받아 각각 프런티어 부문과 스텝업 부문 우수기업으로 선정돼 중기부 장관상을 받기도 했다.

김정주 중기부 소상공인정책국장은 "K-소비재에 대한 세계인의 관심과 호응이 커지는 만큼, 혁신 소상공인의 우수한 제품이 세계 시장에 진출하도록 전폭적으로 지원하겠다"고 말했다. /안태호 기자

전남광주 상장사 시총 지난달 2조2천억원 감소

지난달 전남광주 상장법인의 시가총액이 큰 폭으로 감소했다.

10일 한국거래소 코스닥시장본부 광주혁신성장센터에 따르면 10월 말 전남광주 상장법인 39곳의 시가총액은 26조5천234억원으로 전월보다 2조2천224억원(7.7%) 줄어들었다.

시장별로는 유가증권시장 상장사의 시가총액이 24조3천134억원으로 7.6% 감소했으며, 코스닥 상장사는 2조2천100억원으로 전월 대비 9.1% 빠졌다.

유가증권 상장사 중에는 금호에이치티(7.3%.784억원)와 광주신세계(1.6%.2천639억원)가 올랐으며, 코스닥 상장사 중에는 서산이 25.3%(1천444억원) 증가하고, 와이엔텍이 2.5%(1천105억원), 우리로가 1.1%(3천287억원) 올랐다.

시가총액 증가액과 증가율 1위는 서산이 기록했으며, 금호에이치티 등 5개 종목을 제외한 지역 대부분의 종목이 전달보다 감소했다.

투자자 거래대금은 3조 5천823억원으로 전월 대비 4.8%(1천800억원) 감소했고, 전체 투자자의 거래대금 대비 전남광주 투자자의 거래대금 비중은 전월과 동일한 0.4%를 기록했다. /박선옥 기자

