

# 전남도, 'K-전남김' 출시... 김의 본고장 세계화 본격화

### 프리미엄 김 브랜드... 주요 수출국 대형유통업체 입점 추진

전남도가 신안 갯벌에서 생산된 고품질 김으로 만든 프리미엄 김 브랜드 'K-전남김'을 출시하며 김 산업 세계화에 본격 나섰다.

전남은 전국 김 생산량의 80% 이상을 차지하는 국내 최대 생산지로, 유네스코 세계자연유산 갯벌의 90.4%가 전남에 위치해 있어 최적의 김 생산 여건을 갖추고 있다.

전 세계적으로 로컬 크리에이터, 로컬 이코노미의 가치가 커지는 가운데 전남 김의 발전 가능성은 무한하다.

전남도는 이번 브랜드 출시를 계기로 전남 김을 '세계가 사랑하는 K-푸드' 대표 상품으로 육성하고, 글로벌 시장에서 '김은 반도체'로 불리는 김의 가치를 널리 알리며 프리미엄 상품화 전략을 추진할 계획이다.

또한 김의 역사와 가치를 스토리텔링으로 담은 K-전남김 팸플릿을 제작해 해외 바이어와 소비자가 김의 매력을 쉽게 이해하고 즐길 수 있도록 했다.

팸플릿에는 '왜 김이라 부를까'라는 코너를 마련해 1640년께 전남 광양에서 김

여역이 김 양식법을 최초로 개발했고, 그의 성을 따 '김'이라 불리게 된 이야기를 소개했다. 또한 1714년 당시 광양군 현감 허심의 기록을 인용해 '처음으로 김 양식을 시작해 김 양식법을 개발했으며, 세상 사람들에게 좋은 음식을 조리게 하였으니 세상에 드문 식견이 아니겠는가'라는 구절을 실어 전남이 세계 최초 김 양식의 본고장임을 강조했다.

이밖에도 김의 영양성분과 건강·다이어트·성장 효과, 김부각·김밥·김자반 등 글로벌 활용법을 인포그래픽으로 구성해 시각적 이해도를 높였다.

'K-전남김'은 전남 김 상품화 개발 및 마케팅 지원사업 공모에 선정된 ㈜신안천사김이 생산한 제품으로 판매 수익금 일부는 연말 전남도의 사회공헌 사업에 사용될 예정이다.

전남도는 지난 9월 13일 서울아프리카 페스티벌에서 홍보관을 운영해 김의 역사와 영양, 건강효과를 알리고 K-전남김 시식행사를 진행해 관람객의 호응을 얻었다.

앞으로 해외 상설판매장, H마트 온라인몰, Weee, 아마존 전남 브랜드관 등에 입점해



온·오프라인 마케팅을 본격화하고, 김밥·김부각·김스낵 등 글로벌 소비 트렌드를 접목한 체험형 홍보도 확대할 방침이다.

내년에는 글로벌 대형유통업체 입점을 기념한 대형 관측행사를 열고, 해외 인플루언서를 활용한 SNS 바이럴 마케팅 등 다각적 홍보전략을 추진해 세계 각국 바이어와 소비자에게 'K-전남김'을 각인시킬 계획이다.

제품 구매는 제조사인 ㈜신안천사김(☎ 061-246-7312)을 통해 가능하며, 오는

11월부터는 자사몰과 남도장터 등 온라인 몰에서도 판매된다.

신현곤 전남도 국제협력관은 "김 산업은 전남 수산업의 핵심 성장축이자 세계 시장에서 성장 잠재력이 가장 큰 케이푸드(K-Food)"라며 "이번 K-전남김 출시는 김의 본고장 전남을 세계시장에 알리고, 케이푸드 수출을 지속적으로 선도하고 홍보해 놓으면 소득 안정과 지역경제 활성화에도 크게 기여할 것"이라고 말했다.

신영길 기자



## 광양경제자청, '국제첨단소재기술대전' 참가

### 이차전지 및 첨단소재 분야 글로벌 투자유치 활동 전개

광양만권경제자유구역청(청장 구중곤, 이하 광양경제자청)은 10월 15일부터 17일까지 서울 코엑스에서 열리는 '국제첨단소재기술대전(INTRA 2025)'에 참가해 광양만권의 우수한 투자환경을 홍보하고, 이차전지 및 첨단소재 분야의 글로벌 기업을 대상으로 본격적인 투자유치 활동을 펼친다고 밝혔다.

올해로 13회째를 맞는 이번 전시회는 국내외 500여 개 첨단소재·나노·화학·배터리·반도체 관련 기업이 참여하는 국내 최대 규모의 소재산업 전문 박람회다. 광양경제자청은 행사 기간 동안 'GFEZ 투자홍보관'을 운영하며 세종산단, 황금산단, 하동 대송산단 등 주요 산업단지의 우수한 인프라와 입지 여건, 다양한 투자 인센티브를 집중 소개할 예정이다.

광양경제자청은 이차전지 및 첨단소

재 기업 유치에 주력하고 있으며, 미국·일본·유럽의 주요 기업과의 투자 협력을 지속 확대 중이다. 이번 전시회를 통해 국내외 핵심 기업과의 투자 상담 및 네트워킹을 강화해 첨단소재 산업 생태계를 확대할 계획이다. 행사 기간 중에는 해외 주요 기업 및 소재 전문기업과의 '1:1 비즈니스 미팅'을 통해 구체적인 투자 협의도 진행될 예정이다.

구중곤 광양경제자청장은 "광양만권은 이차전지와 첨단소재 산업에 중심되는 국내 최대 규모의 소재산업 전문 박람회다. 광양경제자청은 행사 기간 동안 'GFEZ 투자홍보관'을 운영하며 세종산단, 황금산단, 하동 대송산단 등 주요 산업단지의 우수한 인프라와 입지 여건, 다양한 투자 인센티브를 집중 소개할 예정이다."

광양/신선호 기자

## 광주 기업대출 33% '부동산업'... 정보통신업은 전국 절반

### 한국은행 "고성장 산업에 자금 유입 부족해"... 무형자산 담보화 등 금융혁신 시급

광주지역 기업대출이 부동산업에 과도하게 쏠려있고 정보통신업 등 고성장 산업에 대한 금융지원이 상대적으로 부족한 것으로 나타났다.

광주 지역의 장기적인 성장잠재력에 제약 요인이 될 수 있다는 지적이다.

한국은행 광주전남본부가 발표한 '광주 지역 기업 대출의 산업별 구성 현황과 배분 효율성 분석' 보고서에 따르면 2015년부터 2023년까지 광주지역 기업 대출 총액은 68.2% 증가해 같은 기간 지역 내 총생산(GRDP) 증가율(39.3%)을 크게 웃돌았다.

이 기간 광주에서 증가한 기업 대출 중 32.9%는 부동산업에 집중됐다.

특히 코로나19 이후(2019~2023년) 대출 공급이 급증했음에도 불구하고 정보통신업과 같은 고성장 산업에 대한 대출 비중은 오히려 정체된 것으로 나타났다.

산업별 대출 구성 분석에 따르면 광주 지역의 부동산업 대출 비중은 전국보다 더 큰 폭으로 증가했으나 정보통신업 등 고부가가치 산업은 전국 평균의 절반 이하 수준에 그쳤다.

이는 광주 GRDP에서 정보통신업이 차지하는 비중이 낮은 데다 금융기관들의

대출 역시 이들 산업에 소극적으로 이뤄졌기 때문으로 풀이된다.

보고서는 전기·전자, 정밀기기, 정보통신업 등은 생산성 수준이 높고 증가율도 우수한 고성장 산업임에도 금융지원이 부족해 신기술 투자 확대 기회를 놓쳤다고 평가했다. 또 광주지역 기업 대출은 단기 성장에는 도움이 될 수 있으나 장기적인 산업 경쟁력 확보에는 역행하는 자금 흐름이라는 지적이다.

보고서는 부동산 담보 중심의 대출 관행이 고성장 산업에 대한 자금 지원을 제약하는 근본적인 원인이라고 지적했다.

담보 능력이 부족한 스타트업이나 정보통신기업은 미래 성장 가능성에도 불구하고 자금 접근성이 낮은 구조적 문제에 직면해 있다는 것이다.

실제 국내 금융기관은 담보 위주 심사에 익숙해져 있고 무형자산이나 사업성을 제대로 반영하기 어렵다는 점에서 기술 가치평가나 지식재산권의 담보화 체계 정비가 시급하다는 의견도 제시했다.

한국은행은 이를 해결하기 위해 '무형 자산 가치평가 체계 개선' '기술 보증 등 정책금융 확대' '기업 정보공개·비정형 데이터 활용 기반 구축' 등이 필요하다고 강조했다.

이번 보고서는 광주지역 기업 대출의 양적 팽창에도 불구하고 산업 간 자금 배분의 질적 측면에서는 개선 여지가 크다고 분석했다.

임채일 기자

## 광주·전남 9월 무역흑자 13억 달러... 전년 대비 27.6% '쑥'

지난 9월 광주·전남 지역의 무역수지 흑자액이 전년 대비 27.6% 증가한 12억 9000만 달러로 나타났다.

광주본부세관이 발표한 '9월 광주·전남 지역 수출입 현황' 자료에 따르면 수출은 전년 동월 대비 7.2% 증가한 50억8000만 달러, 수입은 1.7% 증가한 37억9000만 달러로 무역수지는 12억9000만 달러 흑자를 기록했다.

올해 들어 9월까지 누계 기준으로 수출은 전년 동기 대비 7.0% 감소한 439억 9900만 달러, 수입은 7.9% 감소한 334억 4000만 달러로 무역수지는 105억5900만 달러 흑자로 집계됐다. 전년 대비 4.1% 감소한 수치다.

9월 광주지역 수출은 전년 동기 대비 43.5% 증가한 15억6000만 달러, 수입은 37.9% 증가한 8억3000만 달러로, 무역수지는 7억3000만 달러 흑자를 기록했다.

수출은 주요 교역국인 미국(22.2%)

이 1개월 만에 증가로 전환했으며 중국(45.5%)은 2개월 연속 증가했다.

품목별 수출은 수송장비(49.6%), 반도체(73.6%), 기계류와 정밀기기(14.3%), 가전제품(7.8%) 등이 증가하고 고무타이어 및 튜브(20.3%)는 감소했다.

수입은 반도체(28.5%), 기계류(40.5%) 등은 증가한 반면 고무(73.8%), 가전제품(0.6%), 화공품(9.3%) 등은 감소했다.

9월 전남 지역 수출은 전년 동월 대비 3.6% 감소한 35억2000만 달러, 수입은 5.3% 감소한 29억6000만 달러로, 무역수지는 5억6000만 달러 흑자를 기록했다.

수출은 주요 교역국인 중국(3.2%)이 9개월 연속 감소세에 있으며 미국(12.2%)은 1개월 만에 감소로 전환했다.

품목별 수출은 화공품(6.1%), 철강제품(1.2%), 기계류와 정밀기기(50.9%) 등이 증가하고 석유제품(6.1%), 수송장비(28.8%) 등은 감소했다.

유인 기자

## '온누리상품권 1~8월 결제액' 광주 587% ↑ ... 전남 3배 쑥

파했다.

같은기간 전남지역은 240억원으로 지난해 72억원 대비 3배 이상 늘었다.

결제액은 매월 상승세를 보였다. 광주는 4월 75억원에서 5월 114억원, 6월 146억원, 7월 210억원, 8월 308억원으로 급증했다.

이 같은 성장 배경에는 골목형 상점가 확대가 주요했다. 분석이다. 광주는 지난해 64곳이던 상점가가 올해 357곳 늘어 총 421곳으로 확대됐다. 전남도 15곳이 새로 지정돼 총 28곳으로 늘었다.

온누리상품권 가맹점도 광주는 전년 6790곳에서 올해 8월 기준 1만9778곳으

로 191.3% 증가했고 전남도 12.5% 늘어난 9418곳으로 늘었다. 여기에 디지털 온누리상품권의 상시 10% 할인과 5~9월 환급행사(최대 2만원), 특별재난지역 최대 20% 환급 등 다양한 혜택이 더해져 소비자 이용이 크게 늘었다.

이를 통해 지방비 부담 없이 국비로만 광주 200억원, 전남 48억원 규모의 생활비 절감 효과를 거둔 것으로 분석됐다.

신종팔 기자

