"신남방 뚫자" 광주시, 동남아시장개척단 파견

무역협회·지역기업 10곳과 싱가포르·말레이시아서 수출상담회
수출상담 119건 1618만달러·MOU 460만달러 등 가시적 성과
현지 시장조사 활동도… 실질 수출 이어지도록 후속 지원 강화

광주시가 급변하는 세계 통상환경에서 지역 중소기업의 해외 판로 확대를 위해 추진한 동남아 시장 진출이 가시적 성과를 거뒀다.

광주광역시(시장 강기정)는 최근(10월 19~25일) 싱가포르와 말레이시아에 파견한 '동남아 해외시장개척단'이 수출상담회를 열어 수출상담 119건·1618만달러, 양해각서(MOU) 8건·460만달러, 수출계약 1건·50만달러 등의 성과를 거뒀다고 30일 밝혔다.

동남아시장개척단은 광주시를 비롯해 경제진흥상생일자리재단, 한국무역협회 광주전남본부, 지역 중소기업 10곳이 함께 참여해 신규 거래선 발굴 및 네트워크 구축에 나섰다.

참여기업은 ㈜금명하이텍, ㈜이앤시, 유기농마루, ㈜이터나 보타니카, ㈜원솔루션, ㈜소프트웰스, ㈜라피네제이, 뽀에따, ㈜그린토크, 한국제다 등으로, 화장품·건강기능식품·IT·생활소비재 등 다양한 품목의 제품을 선보였다.

시장개척단은 특히 말레이시아 쿠알라룸푸르에서 열린 수출상담회에서 주목할 만한 가시적 성과를 냈다.

㈜이앤시는 레독스 리액터(수처리 소재 부품) 제품으로 50만달러의 수출계약을 체결, 의미있는 성과를 냈다.

또 ㈜이터나 보타니카는 싱가포르와 말레이시아에서 각각 23만달러, 411만달러의 수출상담을 이끌어내며, 이번 수출상담회 참가기업 중 가장 높은 수출상담 실적을 기록했다.

개척단은 수출상담회 외에도 현지 시장조사 활동도 벌였다.

싱가포르의 주요 전자상거래 플랫폼인 라자다(Lazada)와 쇼피(Shopee) 등을 찾아 동남아 소비자 특성, 한국제품 판매 동향 등을 파악하는 등 현지 시장 이해를 높이는 활동을 펼쳤다. 이어 말레이시아 대외무역개발공사(MATRADE)와 협의를 통해 현지 시장 진출 전략과 유망 품목 발굴 방안 등을 논의했다.

광주시는 이번 수출상담회 성과를 실질적 수출로 이어가기 위한 후속 지원을 강화할 방침이다. 이를 위해 광주시는 해외물류비, 무역보험료, 통번역 지원 등 체계적인 사후관리를 제공해 지역 중소기업의 시장 진입을 적극 뒷받침할 계획이다.

홍나순 창업진흥과장은 "이번 동남아 수출상담회는 불확실한 통상환경에서도 지역 중소기업의 대체시장 발굴과 수출 경쟁력 강화에 의미 있는 계기가 됐다"며 "앞으로도 실질적인 해외 진출 성과가 이어지도록 현장 중심의 수출지원 정책을 지속 확대하겠다"고 말했다.

/임채일 기자

코리아 그랜드 페스티벌 기간 지역상품권 5% 추가 환급
전남도, 534억 원 규모 상품권 발행·도민 체감형 소비 진작 추진

전라남도는 오는 11월 9일까지 정부가 주관하는 전국 통합 할인축제 '코리아 그랜드 페스티벌'에 맞춰 지역사랑상품권 5% 추가 환급행사를 실시한다고 밝혔다.

이번 행사는 소비 진작을 통해 지역경제를 활성화하기 위한 국가 차원의 대규모 할인 캠페인이다. 전남도는 도민에게 후캐시백 포함 최대 20%의 지역사랑상품권 할인 혜택을 제공한다.

'코리아 그랜드 페스티벌'은 올해 처음 열리는 통합형 국가소비축제다. 제조·유통·소상공인 등 3만여 기업이 참여한다.

행사 기간 교통·숙박·관광 등 다양한 분야에서 할인과 프로모션이 진행된다.

국민이 체감할 소비 혜택을 통해 내수 회복과 지역상권 활력을 되살리는 것이 목표다.

전남도는 행사 기간 총 534억 원 규모의 지역사랑상품권을 발행할 예정이며, 모든 시군에서 지역사랑상품권 후캐시백을 포함, 최대 18~20%의 할인 혜택을 상향 지원하기로 했다.

서은수 전남도 일자리투자유치국장은 "정부가 추진하는 코리아 그랜드 페스티벌에 발맞춰 전남도가 적극 참여함으로써 도민에게 실질적 할인 혜택을 제공하고, 침체한 지역상권 매출 회복에도 도움이 될 것으로 기대한다"며 "앞으로도 정부와 발맞춰 도민이 체감할 전남형 지역경제 활성화 정책을 꾸준히 추진하겠다"고 말했다.

/신영길 기자

소비심리 회복세… 광주·전남 10월 소비자심리지수 111.3
주택가격전망지수 6p↑… 부동산 가격 상승 기대감 반영

광주·전남지역 소비자들의 경제심리가 두 달 연속 개선 수준을 유지했다.

물가 상승 우려가 다소 완화된 가운데 주택가격과 저축 전망이 오르며 소비심리가 회복된 것으로 나타났다.

한국은행 광주전남본부가 29일 발표한 '2025년 10월 광주·전남지역 소비자동향조사'에 따르면 소비자들의 경제 상황에 대한 심리를 종합적으로 보여주는 소비자심리지수(CCSI)는 111.3으로 전월(110.5) 대비 0.8포인트(p) 상승했다.

이는 전국 소비자심리지수(109.8)가 전월 대비 0.3p 하락한 것과 대조적이다. 광주·전남 소비자들은 전국 평균보다 상대적으로 낙관적인 경제 인식을 보인 셈이다.

소비자동향지수(CSI) 세부 항목을 보면, 가계 재정상황에 대한 인식이 전반적으로 개선됐다. 현재생활형편지수(95)는 전월보다 1p 상승했고 생활형편전망지수(101)는 전월과 동일했다.

가계수입전망지수(102)는 2p 상승했으며 소비지출전망지수(112)는 전월 수준을 유지했다.

경제상황에 대한 인식에서는 현재경기판단지수(93)가 전월보다 1p 오르며 소폭 개선됐지만 향후경기전망지수(103)는 2p 하락해 경기 전망에 대한 기대감은 다소 약화됐다.

취업기회전망지수(95)도 1p 떨어졌으나 금리수준전망지수(92)는 3p 상승하며 향후 금리 인상 가능성을 반영한 것으로 풀이된다.

가계의 저축과 부채 상황에 대한 인식은 개선 흐름을 이어갔다.

현재가계저축지수(95)는 전월보다 2p, 가계저축전망지수(97)는 1p 각각 상승했다. 현재가계부채지수(100)는 2p 올랐고, 가계부채전망지수(97)는 전월과 동일했다.

물가에 대한 인식은 다소 안정된 것으로 나타났다.

물가수준전망지수(132)는 전월보다 3p 하락해 소비자들의 물가 상승 우려가 완화된 것으로 분석된다. 반면 주택가격전망지수(108)는 6p 상승해 부동산 가격 상승 기대가 높아졌고 임금수준전망지수(121)는 1p 올랐다.

이번 조사는 광주·전남지역 도시 600가구를 대상으로 실시됐으며 이 중 527가구가 응답했다.

한국은행 관계자는 "광주·전남지역의 소비심리는 물가 안정 기대와 함께 저축여력 개선 등이 복합적으로 작용해 회복세를 보였다"며 "다만 경기전망지수의 하락은 향후 경기 흐름에 대한 불확실성을 반영한 것으로 보인다"고 설명했다.

/우 인 기자

광주·전남 제조업 경기 '침체' 장기화… 내수부진·불확실성 부담
지난해 8월 '101.3' 기록 이후 15개월째 기준치 이하 지속

광주·전남 지역 제조업 기업들의 체감경기가 회복 기미를 보이지 않고 있다.

한국은행 광주전남본부가 2025년 10월 지역 소재 601개 기업을 대상으로 조사한 결과, 제조업 기업심리지수(CBSI)는 78.4로 전월 대비 5.5포인트(p) 하락했다.

반면 다음 달 전망 CBSI는 84.9로 전월보다 8.6p 상승하며 일부 회복 기대를 나타냈다.

제조업 CBSI는 지난해 8월(101.3) 이후 기준치(100)를 밑도는 상태가 15개월째 이어지고 있다.

전국 제조업 CBSI는 92.4로 전월 대비 1.0p 하락했으며, 다음 달 전망은 92.6으로 3.2p 상승할 것으로 예상됐다.

비제조업은 개선세를 보였다. 광주·전남 비제조업 CBSI는 95.9로 전월보다 8.8p 상승했으며, 다음 달 전망은 91.5로 0.8p 오를 것으로 나타났다.

전국 비제조업 CBSI는 89.5로 전월 대비 1.0p 하락했으며, 다음 달 전망은 90.2로 2.3p 상승했다.

제조업체들은 내수 부진, 불확실한 경제 상황, 경쟁 심화 등을 경영 애로사항으로 꼽았다.

비제조업체들은 내수 부진, 인력난·인건비 상승, 자금 부족 등을 주요 어려움으로 응답했다.

CBSI는 기업경기실사지수(BSI) 중 업황, 생산, 자금 사정 등 주요 지수를 활용해 산출한 지표로, 장기 평균치(2003년 1월~2024년 12월) 기준 100을 웃돌면 장기평균보다 낙관적임을, 100 미만이면 비관적임을 의미한다.

이번 조사는 지난 16~24일 5인 이상 사업체 601개를 대상으로 진행됐으며, 제조업 254개, 비제조업 275개 등 총 529개사가 응답했다.

/신종팔 기자

한전, 국민과 함께 겨울철 전기 절약… 캐시백 혜택까지
30일부터 경품 이벤트 진행… 절감률 따라 kWh당 100원 캐시백

한국전력은 30일부터 내년 1월4일까지 겨울철 전력 사용량을 줄이기 위한 '에너지캐시백' 프로그램 가입 고객을 대상으로 경품 이벤트를 진행한다. 이벤트 기간 동안 신규·기존 가입 고객 중 650명을 추첨해 스탠바이미GO, 음식물처리기, 국민관광상품권 등 다양한 경품을 제공한다.

에너지캐시백은 가정에서 전력 사용을 줄이면 절감률에 따라 킬로와트시(kWh)당 30원에서 최대 100원의 캐시백을 제공하는 범국민 참여형 절전 프로그램이다.

직전 2개년 평균 사용량 대비 3% 이상 절감한 고객이 대상이며, 절감률이 높을수록 캐시백 금액도 늘어난다.

절감 금액은 다음 달 전기요금에서 자동 차감되며, 현재 약 155만 가구가 참여하고 있다.

가입 고객은 한전ON 홈페이지 또는 포털사이트에서 간편하게 신청할 수 있으며, 아파트 세대별로도 참여 가능하다.

특히 지능형전력량계(AMI) 설치 고객은 일별 전력 사용량 확인, 절감 목표 설정, 알림 메시지 수신, 매월 스마트 에너지 보고서 제공 등 맞춤형 서비스를 통해 효율적 에너지 관리가 가능하다.

한전 관계자는 "에너지캐시백 참여는 겨울철 전력 사용이 늘어나는 시기에 현명한 절전 방법이 될 것"이라며 "더 많은 국민이 친환경 행동에 동참해 전기요금 부담을 줄이고 경품 혜택도 누리길 바란다"고 말했다.

나주/이명열 기자

광전매일신문
TEL. (062) 525-9775
FAX. (062) 528-4566