

# 불황에도 신학기 고가제품 '호황'

### 과시욕·에잇포켓 영향 '과열' 위화감 조성 등 사회적 부작용

광주 광산구 장덕동에 살고 있는 8년 차 주부 황진영씨(37)는 오는 3월 초등학생이 되는 딸의 입학에 앞두고 분주한 나날을 보내고 있다.

책가방을 시작으로 학용품, 옷 등 학교를 보내기 위해 준비해야 할 것들이 켜지고 있다. 경기불황에 자금 사정은 넉넉지 않지만 하나밖에 없는 딸을 위해 돈을 아끼려 생각보다는 학교에서 기죽지 않게 하려는 마음이 크기 때문이다.

황씨는 "지난 설에 양가 어른신들이 신학기를 준비하라며 주신 용돈을 보며 초등학교 입학에 100여만원 이상을 썼다"며 "내 아이 기죽이는 것보다는 내가 경제적으로 힘들고 말자는 생각이다"고

말했다. 불황에도 고가의 신학기용품이 불타 나게 팔리고 있다. 지역 유통업체들은 졸업·입학 특수를 맞아 관련 상품들을 전면에 포진해 매출 부진을 탈출하려 하는 것이다.

19일 롯데백화점 광주점에 따르면 아동상품은 전년 대비 15% 매출이 올랐다. 엄마들 사이에서 인기가 높은 브랜드는 전년 대비 40% 이상 신장했다.

백화점에서 판매되는 초등학생용 입학 관련 상품은 가방, 신발, 옷 등이다. 가방은 평균 20만원대 상품이 가장 잘 팔리고 있다. 옷과 신발까지 더할 경우 평균 50만원 이상을 넘어선다.

A브랜드 관계자는 "설 이후 주말에는 가족단위 고객이 주로 매장을 찾는다"며 "가방을 구입하러 왔다 가방, 옷, 신발, 액세서리까지 풀세트 구입하는 경우가 많다"고 말했다.

아동용품들이 인기를 끄는 이유는 저출산과 에잇포켓 현상 등을 꼽는다. 저출산 영향으로 젊은 부부들은 경제 사정이 어렵더라도 아이에 대한 지출을 아끼지 않고 있다. 여기에 양가 조부모·부모·이모 등 8명이 한 명의 아이를 공주왕처럼 챙기는 '에잇 포켓(여덟 명의 주머니)' 현상은 심화되고 있다.

특히 초등학생은 입학에 예쁘게 보이려는 부모들의 욕심이 더해져 초등학교 입학식은 유명 아동브랜드 패션쇼장으로 불린다. 머리부터 발끝까지 한 브랜드의 제품으로 착장한 아이들을 심심치 않게 찾아 볼 수 있다.

브랜드에 따라 계급을 나눠 친구들을

분류해 사귀는 등 위화감 조성과 일부에서는 따돌림으로 이어지면서 학부모들은 경제적 부담에도 고가의 아동상품들을 구매하기도 한다.

롯데백화점 광주점 관계자는 "왕자나 공주처럼 귀하게 키우는 자녀들 이른바 '골드키즈'가 늘어나면서 아동 상품군 매출은 해마다 증가하고 있다"며 "자녀에 대한 소비가 집중되는 만큼 고가의 아동 상품군 시장은 호황을 누릴 것이다"고 내다봤다.

학년이 올라갈수록 선호하는 특정 브랜드 제품 구입과 함께 스마트폰, 게임기 등 IT제품이 필수품으로 자리 잡으면서 학부모들의 부담은 더 커진다.

주부 정 모씨(45·서구 화정동)는 "가방과 신발은 물론이고 점퍼에 스마트폰 등을 사달라고 조르는 아들의 의견을 무조건 안 된다고 할 수만 없어 고민이다"고 말했다. /황애란 기자



농협전남지역본부(본부장 이흥목)는 최근 농협서울지역본부 및 농협수도권유통센터, (주)농협양곡을 방문해 지역 우수 쌀을 홍보하고 수도권 판로를 개척하기 위한 마케팅을 실시했다.

## 전남쌀 수도권 시장 공략

### 전남농협, 추가입점 등 판매망 확대·홍보

농협전남지역본부(본부장 이흥목)는 최근 농협서울지역본부 및 농협수도권유통센터, (주)농협양곡을 대상으로 지역 우수 쌀을 홍보하고 수도권 판로를 개척하기 위한 마케팅을 실시했다고 19일 밝혔다.

수도권 기업고객과 개인고객 영업망을 보유하고 있는 농협 서울영업본부를 방문해 기업고객의 직원용 구내식당 공급에 전남 쌀이 우선적으로 이용될 수 있도록 홍보했다. 홍보 이후 현장에서 전남쌀 290포(20kg)를 주문받았고, 건설현장 합법집 공급물량도 추가 협의했다.

또 수도권 유통매장인 성남·삼송·고양 농협유통센터를 방문해 전남쌀 판매확대를 위한 마케팅 계획과 전남쌀 추가입점

을 위한 방안 등을 논의했다.

특히 수도권 농협 유통센터와 쌀 가공식품기업에 쌀 공급을 증가하고 있는 (주)농협양곡에서는 2016년 리뉴얼한 전남쌀 공동브랜드 '풍광수도'의 성공적인 런칭을 위한 협력방안 등에 대해 논의하고, 수도권 소비시장 개척을 위한 협조를 요청했다.

이흥목 본부장은 "전국 생산량의 20%를 점유하고 있는 전남쌀의 판로 확대를 위해서는 서울을 비롯한 수도권 소비시장 공략은 선택이 아닌 필수이다"며 "앞으로 전남도와 함께 마케팅 활동 및 관측행사 등을 다양하게 전개해 고품질 전남쌀의 수도권 소비시장 개척에 매진하겠다"고 말했다. /황애란 기자

## '공모형 종합진단' 중기에 해법 제시

### 중진공 전남본부, 제조업 45개사 선정

중소기업진흥공단 전남본부는 최근의 어려운 기업환경을 극복하고 위기를 기회로 전환하려는 중소 제조업체를 대상으로 '공모형 종합진단'을 실시한다고 19일 밝혔다.

올해 처음 진행되는 공모형 진단은 예비진단 과정을 통해 진단결과가 예상되는 기업은 종합진단을 실시해 경영환경분석, 강약점, 개선로드맵 등을 제시하고, 비교적 간단한 기업의 애로에 대해 해결책을 제시한다.

기존에는 진단을 통해 개별 지원사업의 지원요건에 부합하지 아니한 경우에는 지원사업을 연계추진하지 않았다. 공모형 진단은 진단 시점에서는 그 요건을 충족하지 못하고 있다 하더라도 개선로드맵을 제시하고 해결과제를 지속 관리하는 등 진단 후 최대 3년간 밀착 지원할 예정이다.

공모형 진단은 기업의 성장을 위해 중진

공이 제시하는 기업 개선 로드맵에 대한 실행의지가 높고 성과창출이 가능한 기업을 중심으로 희망기업을 모집한다. 올해는 시범사업으로 상반기는 오는 28일까지 접수해 예비진단 후 45개사를 선정할 예정이다.

중진공 전남본부 관계자는 "어려운 기업환경을 극복하고 지금보다 한 단계 도약할 수 있는 해법을 제시코자 공모형 종합진단을 실시한다"며 "기업의 개선로드맵 수행의지가 강한 중소기업에 많은 도움이 될 것이다"고 밝혔다.

공모형 종합진단 신청을 희망하는 기업은 중진공 홈페이지(www.sbc.or.kr)에서 신청서를 다운받아 이메일(monoj@sbc.or.kr) 또는 팩스(055-751-9519)로 신청서를 제출하면 된다. 자세한 내용은 중진공 홈페이지를 참고하면 된다. /황애란 기자

## 룩방 열풍 주방용품 인기

### 롯데 광주점, 할인 판매

'룩방' 열풍으로 요리에 관심을 갖는 사람들이 늘면서 독특한 디자인의 주방용품을 구매하는 고객들이 늘고 있다.

19일 롯데백화점 광주점(점장 김정현)에 따르면 전년 대비 도마는 35%, 수저와 포크, 나이프 등 커트러리 상품은 27%~35% 신장했다.

도마를 접시 등의 다른 용도로 사용하는 소비자들이 도마의 소재나 디자인도 바뀌고 있다. 최근에는 캄보, 단풍나무, 편백, 소나무 등 일목목을 최소한으로 가공한 도마가 잇따라 출시되고 있다.

수저와 포크, 나이프 등 식탁에서 사용하는 커트러리 상품군도 인기다. 커트러리 상품군도 기능에만 충실했던 심플한 디자인에서 벗어나 나무, 세라믹 등 다양한 소재를 활용한 세련된 제품이 연달아 시장에 나오고 있다.

이에 롯데백화점 광주점에서는 르쿠르제, 빌레로이앤브로, 휘슬러, AMT 등 주방기기 브랜드들이 캄보 도마, 테이블 매트, 실리콘 조리도구 등을 최대 30%할인된 가격으로 판매한다. /황애란 기자



19일 롯데백화점 광주점 8층 매장서 한 여성 고객이 최근 인기를 얻고 있는 나무 도마를 살펴보고 있다.

## 광주인쇄산업 육성·특화지원 본격화

### 소상공인 경영자교육·작업환경 개선 등 지원

#### 인쇄 상품화 개발...디자인비엔날레 전시·판매

광주인쇄소공인특화지원센터는 인쇄산업 육성을 위해 인쇄 소상공인을 대상으로 오는 21일 광주시 동구 서남동 광주인쇄소공인특화지원센터에서 2017년 사업설명회를 개최한다고 20일 밝혔다.

광주인쇄소공인지원센터는 사업설명회에서 ▲특화 전문교육 및 컨설팅 ▲홍보 마케팅 ▲작업환경개선 지원 등 센터에서 준비한 사업에 대해 추진 시기 및 방법 등을 소개하고 인쇄업 종사자들의 요구사항 및

의견을 청취하는 한편 사업 운영에 반영할 예정이다.

3월부터 본격적인 사업에 착수해, 소공인의 네트워크 및 전문역량강화를 위해 인쇄업체 대표자 및 관리자를 대상으로 경영자 교육을 실시하고, 제작자 및 예비 취·창업자를 대상으로 전문 기술교육도 병행할 계획이다.

교육은 전액 무료이며, 교육 수요자에게는 수료증 발급과 함께 과정에 따라 ▲소공

인 정책자금 융자지원 교육 수료 인정 ▲작업환경 개선 ▲상품화 지원 등 혜택이 주어진다.

광주인쇄소공인특화지원센터는 인쇄기반 상품화 개발 지원사업도 추진한다. 인쇄물, 특수가공, 후가공, 지기구조 등 인쇄 기술 기반 제품 개발 및 고급화, 종이류를 재료로 한 캘린더, 카드류 및 패키지 등 상품개발을 중점 지원하며 개발 상품에 대해서는 2017광주디자인비엔날레 행사와 연계해 상품 전시 및 판매할 예정이다.

상품개발 관해서 인쇄업체는 디자인

등 해당분야 전문가 등과 컨소시엄 형태로 지원사업을 신청할 수 있다. 센터에서는 전담 매니저를 두고 현장 예로상담과 전문가 컨설팅도 지원하는 등 인쇄 소상공인을 위한 연계 지원사업도 소개할 계획이다.

광주인쇄소공인특화지원센터는 2015년 7월 중소기업청과 광주시의 지원을 받아 문을 열었다.

박유복 광주디자인센터 원장은 "인쇄소공인특화지원센터 개소 이후 광주 서남동 인쇄업체의 낙후된 시설의 개선과 인쇄소공인의 역량 개발을 위해 힘써왔다"며 "올해는 권역을 확대해 인쇄업계 활성화를 위해 매진할 계획이다"고 말했다.

한편, 사업설명회 관련 자세한 사항은 광주인쇄소공인특화지원센터(062-236-5010~5013)로 문의하면 된다.

/황애란 기자

## 전남진흥원, 콘텐츠기업 투자 초청 교류회

### 디이씨코리아 등 14개 기업 이전의향 밝혀와

(재)전남정보문화산업진흥원(원장 오정철)이 수도권 콘텐츠기업 유치를 위한 적극행보에 나섰다.

전남진흥원은 나주 혁신도시에 위치한 전남실감미디어산업지원센터에서 이전 희망 기업을 대상으로 '수도권 콘텐츠기업 투자활성화 초청 교류회'를 개최했다고 19일 밝혔다.

이번 교류회는 이전 기업에 대한 지원정책과 사업, 사업 여건 등을 소개하기 위해

마련했다. 최근 수도권 지역 게임 및 VR 콘텐츠 개발 관련 14개 기업이 나주 혁신도시로 이전의사를 밝혀왔다. 이전의사를 밝힌 기업은 ㈜엘케이컨텐츠, ㈜디이씨코리아, ㈜투스타이크, ㈜엠비게임 등 총 14개 기업이다. 이들기업은 3월 중 전라도와 나주시, 진흥원과 혁신도시 이전 및 콘텐츠 투자를 골자로 하는 다자간 협약을 체결할 예정이다.

/황애란 기자

**제5회 신안천일염**

## 전국대학생아마바둑대회

- 참가자격: 전국 대학바둑학과, 바둑동아리 소속대학생
- 일시: 2017년 7월경 ● 장소: 신안군 비금면 이세돌 바둑기념관

참가 학생들이 자신의 기량을 맘껏 펼칠수 있기를 바라며 좋은 추억을 간직하시고 승단과 승급의 기쁨을 만끽하세요!!

**제6회 신안천일염**

## 학생 바둑 대회

- 참가자격: 광주·전남 초·중·고 재학생
- 일시: 2017년 9월경 ● 장소: 신안군민체육관