

“추석 선물 지역특산물로 ‘착한 소비’ 하세요”

광주이마트, 사전예약 20.4%·택배 18.7% 증가 나주배·영광굴비·덕우도 전복·김 세트 등 인기

2021년 추석 명절 선물로 지역 특산물 이 인기를 끌고 있다.

2일 광주 지역 이마트에 따르면 지난달 5일부터 23일까지 추석 선물세트 사전예약 판매 결과 신선식품 중 시그니처 나주 전복배, 영광 참굴비, 덕우도 전복, 임자도 김세트 등 지역특산물 세트가 전년 추석 대비 20.4% 신장했다.

시그니처 나주 전복배 세트는 전국 배유명산지인 나주에서 재배했으며, 다른 배와 비교했을 때 당도가 높다는 것이 특징이다. 가격대 또한 행사카드로 구매할 경우 30% 할인되는 등 5만원대로 형성되어 부담스럽지 않으면서도 품격 있는 상품으로 인기가 높다.

수산물로는 굴비와 전복이 가장 큰 인기를 구가하고 있다.

정착금지법 개정으로 선물 금액 상한선

이 5만원에서 10만원으로 상향됨에 따라 품격 있는 선물세트를 찾는 소비자가 늘어나고 있어서다.

이중 특선 영광참굴비 2호 세트는 국내산 참조기에 국산 전일염으로 밑간을 한 고급스러운 선물로, 원자재가 15~20% 가장 상승했으나 저렴한 시기에 협력회사와 공동구매, 자체 마진 축소 등을 통해 가격을 동결하거나 10% 내외로 인상하면서 인기를 끌고 있다.

정정해역에서 키운 고품질 전복으로 구성된 덕우도 활전복 1호 세트 또한 신선함을 무기로 소비자들의 마음을 사로잡았다.

3~5만원대로 가성비 높은 선물세트로는 흑화고, 동고 등이 포함된 버섯선물세트를 쉽게 볼 수 있다. 동양의 대표적 인 특산물인 표고버섯은 자연산 송이버

섯 다음으로 인기가 많은 버섯 종류 중 하나다.

흑화고와 동고는 표고버섯의 종류로 바람이나 햇빛 및 온습도의 영향에 따라 그 명칭이 달라진다. 흰 부분이 많아 거북등처럼 하얗게 피어난 버섯이 ‘백화고’, 조금 덜 하얗게 피어 검은 부분이 더 많은 버섯이 ‘흑화고’, 갖의 형태가 반구형으로 말려 있고 짙은 갈색빛을 띠고 있는 것이 ‘동고’다.

이마트의 표고버섯 선물세트는 이마트 친환경 계약농장인 강진군 청림농원에서 재배된 상품이다. 산 깊고 물 맑은 강진군 칠랑면 삼흥리 산자락에 자리한 청림농원은 유기농산물인증 버섯을 생산하고 있다.

코로나19 대유행에 따른 사회적 거리두기 강화로 인해 사전예약과 선물세트 택배 배송 고객도 증가하고 있다.

실제 광주 지역 이마트의 경우 지난 2019년부터 올해까지 택배배송율은 8.9%, 10.4%, 18.7% 증가하는 등 지난 3개년 동안 해마다 늘고 있다.



이마트 광주점에서 한 고객이 강진 특산물인 버섯선물세트를 살펴보고 있다.

/이마트 제공

김양호 이마트 광주점장은 “추석이 3주 앞으로 다가오면서 추석 선물을 준비하는 고객이 늘어나고 있다”며 “코로나19 확산

방지를 위해 올 추석에도 고향을 방문하는 대신 선물세트를 배송하는 비율이 높아질 것으로 예상되면서 이마트 또한 지역생산

능가를 도울 수 있는 신선하고 고급스러운 지역특산물 세트들을 지속적으로 선보일 것으로 기대된다”고 말했다.

/오지현 기자

한국광기술원, 영상변환 기술 개발

인공지능 기반... 자율주행차 안정성 향상 기대

한국광기술원(원장 신용진)은 자율주행차의 안정성 향상을 위해 인공지능 기술 활용을 통해 야간 카메라 영상을 주간 카메라 영상처럼 실시간 처리하는 야간 환경 저조도 영상변환 기술 개발에 성공했다고 2일 밝혔다.

현재 자율주행기술은 라이다(LiDAR) 센서를 이용하는 그룹과 카메라 영상을 이용하는 그룹으로 나뉜다.

이 중 라이다센서는 자율주행 기술에 많이 시도되고 있으나 가격대가 높고 광학적 안정성 확보에 어려움이 있

어 자율주행차 대중화의 가장 큰 걸림돌로 꼽힌다.

적외선 카메라 기반의 야간 영상 기술 또한 비싼 가격대에도 불구하고 흑백 영상 위주로 낮은 객체 인식성능을 보이는 등 제약이 있다.

이와 반면 저가의 일반 카메라와 영상 분석을 이용한 자율주행 기술은 가격 측면에서는 비교적 저렴한 등 상용화에 유리한 반면, 야간 환경에서 차량 주변 객체를 인식하는 성능이 떨어지는 등 해결해야 할 숙제가 남아 있다.

그러나 한국광기술원 지능형광IoT연구센터 박안진 박사팀이 이번에 개발한 ‘인공지능 기술을 이용한 저조도 야간-주간 영상변환 기술’은 야간 환경에서 보행자·차량 인식, 경로 예측, 도로표지판 같은 고정 객체 인식, 도로 상황 인식 등 자율주행에서 요구되는 난제를 해결한 기술로 평가된다.

이 기술은 인공지능 기술의 한 분야인 ‘Cycle 생성적 적대 신경망’(CycleGAN)에 독창적인 매칭 레이어 네트워크를 도입한 기술로, 부가적인 야간 환경 데이터 수집이나 추가적인 인공지능 학습이 필요하지 않아 주·야간 모든

환경에서 선명한 영상을 제공이 가능하다는 장점이 있다. ‘Cycle 생성적 적대 신경망’은 한 이미지를 다른 이미지의 스타일로 바꾸는 모델을 뜻한다.

한국광기술원은 이번 기술 개발을 통해 카메라 기반 자율주행 기술에서 나타나는 야간 주변 환경 인식성능 저하 문제를 해결함으로써 자율주행차의 주행 안정성 향상에 크게 기여할 것으로 기대하고 있다.

한국광기술원 지능형IoT연구센터 김정호 센터장은 “이번에 개발에 성공한 기술을 통해 라이다센서나 적외선카메라 등 고가 장비를 대체함으로써 자율주행차의 상용화와 대중화가 더 빨라질 것으로 기대한다”며 “국내 자율주행 기술 관련 산업 생태계 활성화를 위해 최선을 다하겠다”고 밝혔다.

/오지현 기자



소상공인시장진흥공단과 중소기업진흥공단, 대한무역투자진흥공사는 지난 1일 소상공인 수출지원을 위한 업무협약을 체결했다.

/소상공인시장진흥공단 제공

소진공, 소상공인 수출 지원 나선다

중진공-코트라 업무협약...체계 구축 앞장

소상공인시장진흥공단은 지난 1일 소상공인 수출센터에서 중소기업진흥공단(이사장 김학도, 이하 중진공)과 대한무역투자진흥공사(사장 유정열, 이하 코트라)와 소상공인 수출지원을 위한 업무협약을 체결했다고 2일 밝혔다.

소진공은 이번 협약을 통해 기관 간 장벽을 허물고 소상공인 수출 확대와 글로벌화를 위해 공동 협력함으로써 소상공인의 수출 접근성과 해외진출 증가 등 수출에 활력을 불어넣을 수 있을 것이라고 기대하고 있다.

이번 협약을 통해 각 기관은 ▲수출 유망 소상공인 발굴 및 지원을 위한 협업 ▲소상공인 맞춤형 온·오프라인 수출 지원 프로그램 도입 ▲소상공인 수출역량 강화를 위한 교육·컨설팅 지원 ▲수출 마케팅, 정책자금 지원 등 소상공인 수출 활성화를 위한 사항 등에 대해 상호 협력하기로 했다.

각 기관은 이번 협약을 통해 각자 보유하고 있는 수출 인프라를 적극적으로 활용하는 등 수출 소상공인 발굴·육성에 더욱 박차를 가할 것이라는 방침이다.

한편, 소진공은 지난 7월 15일 소상공인 수출 지원의 거점 역할을 하는 ‘소상공인 수출센터’를 개소한 바 있다.

소상공인 수출센터는 매주 수출교육·컨설팅과 해외바이어 상담회를 개최해 정보 부족으로 수출에 어려움을 겪는 소상공인에게 수출경험과 기회를 제공하는 등 다양한 도움을 주고 있다.

소상공인시장진흥공단 조보환 이사장은 “다양한 수출 노하우와 체계를 보유한 중진공, 코트라와 함께 협력체계를 구축하는 등 소상공인 수출 저변 확대에 큰 도움이 될 것으로 기대한다”며 “이번 협약을 시작으로 소상공인 수출 성공사례를 만들어 낼 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

/오지현 기자

롯데아울렛 광주월드컵점 ‘드리밍 캠핑존’ 공간 조성

롯데아울렛 광주월드컵점(점장 양남근)이 캠핑을 테마로 한 시그니처 공간을 새롭게 선보인다.

롯데아울렛 광주월드컵점 1층에 새롭게 문을 연 ‘드리밍 캠핑존’이 그 주인공이다.

캠핑존은 캠핑을 꾸미는 고객들을 위해 인기있는 캠핑용품부터 차박을 위한 캠핑카까지 캠핑과 관련된 상품들을 한 자리에 구성한 광주월드컵점의 시그니처 공간이다.

광주월드컵점은 코로나19 장기화로 복잡한 도시를 피해 야외 활동을 즐기는 이들이 늘어나면서 캠핑에 대한 관심과 수요 또한 덩달아 증가함에 따라 캠핑과 관련된 용품을 둘러보고 체험하는 것과 더불어 고객이 즐길 수 있는 장소를 제공하기 위해 해당 공간을 마련했다.

코로나 확산 방지를 위해 차 안에서 1박 2일로 캠핑을 즐기는 이른바 ‘차박’이 유행함에 따라 기아차의 소형 밴인 ‘레이’ 차량을 기반으로 루프 팝업텐트, 전용 접이식 침상 매트, 무시동 히터 등을 적용한 이른바 ‘레비’를 선보이는 등 차박을 즐길 수 있도록 구조를 변경한 캠핑카 2대를 매장에 선보이고 있다.

차량 뿐만 아니라 캠핑과 차박에 꼭 필요한 인기 아이템과 더불어 이와 관련된 다양한 소품도 선보이고 있다.

휴대와 보관이 편리한 접이식 스토리지 폴딩 박스가 대표적이다. 화로대 테이블이 폴세트 구성되는 캠핑 욕조 테이블, 우드 랜턴걸이인 포세이돈 랜턴걸이, 이동식 차박 번기세트, 캠핑용 접이식 커피 드리퍼들이 대표 인기 상품이다.

월드컵점은 ‘드리밍 캠핑존’ 오픈을 기념해 다양한 이벤트를 진행한다.

/오지현 기자



롯데아울렛 광주월드컵점이 캠핑을 테마로 한 ‘드리밍 캠핑존’을 선보이고 있다.

/롯데쇼핑 제공

광주·전남 소비자 물가지수 또 올랐다

전년대비 2.9% ↑ ...생활물가·신선식품도 상승

광주·전남지역 소비자 물가지수가 지난 달에 이어 8월에도 계속 상승세를 보였다.

2일 호남지방통계청이 제공한 8월 광주·전남 소비자 물가동향에 따르면 8월 광주 소비자 물가지수는 107.99(2015년=100)로 전월 대비 0.6%, 전년 동월 대비 2.9% 상승했다.

전남 소비자 물가지수는 109.02(2015년=100)로 전월 대비 0.5%, 전년 동월 대비 2.9% 올랐다.

체감물가를 반영하는 생활물가지수도 광주와 전남 모두 전년 동월 대비 4.0%

상승했으며, 식탁물가와 직결되는 ‘신선어패·채소·과실류’ 등 신선식품지수도 광주는 7.0%, 전남은 2.1% 오름세를 보였다.

지출목적별 동향 조사에서 광주는 전년 동월 대비 교통(8.7%), 식료품·비주류음료(5.8%), 음식·숙박(3.9%), 가정용품·가사서비스(2.3%), 주택·수도·전기·연료(2.0%), 기타상품·서비스(1.9%) 부문 등에서 상승세를 보였지만, 통신(-2.1%), 교육(-0.9%) 부문은 하락했다.

전남은 교통(9.4%), 식료품·비주류음료(4.1%), 음식·숙박(2.7%), 주택·수도·전기·연료(2.6%), 가정용품·가사서비스(2.5%), 오락·문화(1.7%), 기타상품·서비스(1.7%), 교육(0.7%), 보건(0.6%), 의료·신발(0.4%) 부문은 오름세를 보인 가운데 통신(-2.1%) 부문은 하락했으며, 주류·담배(0.0%) 부문은 변동세를 보이지 않았다.

광주·전남 모두 교통부문 지출 비중이 각각 7.8%, 8.8%를 기록하는 등 높았다. 이는 최근 휘발유·경유·액화석유가스(LPG) 등 자동차 연료비 상승이 반영된 것으로 해석됐다.

/오지현 기자

산인공, 청렴문화 확산 활동 앞장

한국투명성기구 광주전남본부와 업무협약

한국산업인력공단 광주지역본부(본부장 정은희)와 한국투명성기구 광주전남본부(대표 김범태)는 지난 1일 광주지역 본부에서 청렴문화 활성화를 위한 반부패 청렴실천 업무협약을 체결했다고 2일 밝혔다.

이번 협약은 청렴한 윤리의식 고취와 사회적 책임경영 실천을 목적으로, 민·관 청렴 협력활동이 지역사회에 올바르게 정착될 수 있도록 공동 노력하고자 추진됐다.

양 기관은 이번 협약을 통해 깨끗하고 투명한 업무처리를 위한 상호 협력과 청

렴문화 확산을 위한 청렴실천 활동 공동 추진을 적극적으로 진행할 계획이다.

한편 협약식 이후 김범태 한국투명성기구 광주전남본부 대표가 강사로 나서 공직자의 사적이익 추구를 금지하는 이해충돌방지법에 대한 청렴특강도 진행됐다.

정은희 한국산업인력공단 광주지역본부장은 “이번 업무협약을 통해 앞으로 청렴문화 정착을 위한 교육활동을 적극적으로 추진해 나갈 계획이다”며 “청렴문화의 내재화를 통해 국민이 신뢰하는 지속가능한 기관이 되도록 노력하겠다”고 말했다.

/오지현 기자