

광주 수출기업들 “美 통상 정책·관세 장벽 큰 걸림돌”

광주경총, 기업 현황·직면과제 조사

정보·현지 파트너 네트워크 부족
전문인력 확보·비자 취득 개선 필요
“정책 제안·지원사업 발굴 등 추진”

광주지역 수출기업들은 미국의 통상 정책과 관세 장벽을 미국시장 진출의 가장 큰 걸림돌로 꼽고 있는 것으로 조사됐다. 16일 광주경영자총협회에 따르면 지난 9일부터 5일 동안 회원기업을 대상으로

한-미 경제협력 강화를 위한 애로사항을 조사했다.

이번 조사는 미국 시장에 수출 및 현지 법인 설립 등의 형태로 경제 활동을 하고 있거나 진출을 계획 중인 회원기업들의 현황과 직면 과제를 파악하기 위해 실시됐으며 제조·IT·서비스 등 다양한 산업 분야의 회원기업이 참여했다.

조사 결과에 따르면 응답 기업들은 통상 및 관세 장벽, 정보 및 네트워크 부족, 인력 및 비자 문제를 가장 큰 어려움으로 꼽았다.

기업들은 “미국의 통상 정책과 높은 관세는 한국 기업들이 미국 시장에 진출하고 경쟁력을 확보하는 데 큰 걸림돌이 되고 있다”면서 “특히 최근 강화되는 보호무역주의 기조는 기업들의 불확실성을 가중시키는 요인으로 작용하고 있다”고 말했다.

또 “미국 시장에 대한 정확하고 신속한 정보 그리고 현지 파트너 발굴을 위한 네트워크 확보는 기업들의 성공적인 시장 안착에 필수적 요소임에도 많은 기업들이 관련 인프라 부족으로 진출 기회를 놓치

고 있다”고 지적했다.

기업들은 “미국 현지 사업 확장을 위해 필요한 우수 전문 인력 확보와 비자 취득 과정의 어려움 또한 기업들이 직면한 중대한 문제”라며서 “특히 전문 인력에 대한 비자 발급 절차의 복잡성과 소요 시간은 기업의 사업 운영에 부정적인 영향을 미치고 있다”고 말했다.

광주경총은 이번 조사 결과를 면밀히 분석해 회원기업들과 공유할 예정이다.

또 이번 결과를 바탕으로 정부 및 관련 유관기관에 이같은 애로사항을 해소하고

한-미 경제협력을 더욱 강화하기 위한 구체적인 지원 방안 마련을 건의할 예정이다.

양진석 광주경총 회장은 “이번 조사를 통해 회원기업들이 미국 시장에서 겪는 현실적인 어려움을 명확히 파악할 수 있었다”며 “앞으로 이러한 애로사항이 실질적으로 해결될 수 있도록 관련 정책 제안 및 지원 사업을 적극적으로 추진해 한-미 경제협력의 질적 양적 성장을 도모할 것”이라고 말했다.

최권범 기자 kwonbeom.choi@jnilbo.com



광주신세계 본관 지하 1층 ‘따담’ 팝업스토어에서 직원이 후르츠산도를 선보이고 있다. 광주신세계 제공

“골목맛집 한자리에”…광주신세계 ‘빵지순례’ 눈길

19일까지 ‘온다방·따담’ 스토어
동명동 ‘마리아드’ 팝업 운영도
로컬 브랜드 상생 전국화 지원

광주신세계가 지역 유명 디저트 맛집들과 잇따라 협업하며 ‘빵지순례(빵+성지순례)’ 명사로 떠오르고 있다. 지역 베이커리에는 홍보 효과를, 고객들에게는 인기 디저트를 한 자리에서 만날 수 있는 즐거움을 선사하며 성공적인 상생 모델로 주목받고 있다.

광주신세계는 오는 19일까지 7일간 본관 지하 1층에서 ‘온다방’ 팝업스토어를 열고 있다고 16일 밝혔다.

광주광역시 북구 용봉동과 동구 충장로에 매장을 둔 온다방은 까눌레와 스콘, 쿠키 등 구움과자로 입소문이 난 골목빵집

이다. 대표 메뉴는 네가지 맛 까눌레(바닐라·초코·딸치·열그레이, 개당 3500원)와 다양한 메뉴로 구성된 디저트 혼합세트(3만1000원)다.

같은 기간 진행되는 ‘따담’ 팝업스토어에서는 제철 과일과 생크림으로 만든 수제 디저트인 후르츠 산도와 구움과자 티그레를 만나볼 수 있다. 충장로에 위치한 따담은 매일 공수해 온 신선한 과일을 바탕으로 맛은 물론 먹음직스러운 외형의 디저트가 특징이다. 대표상품은 멜론·망고·서머후르츠 산도(각 9500원), 바나나 푸딩 산도(8500원), 구움과자 티그레 4종 세트(1만8000원) 등으로 젊은 세대 사이에서 큰 인기를 끌고 있다.

오는 20일부터 26일까지는 동구 동명동 웨이팅 맛집으로 알려진 ‘마리아드 베이커리’ 팝업도 예정돼 있다. 프랑스

AOP 인증을 받은 버터를 사용하는 페스츄리 전문점으로, ‘만겍 크루아상’과 ‘빵스위스’가 유명하다. 대표상품은 만겍 크루아상(6500원), 리얼 피스타치오 크림 크루아상(8900원), 빵스위스(5500원)다.

광주신세계는 이번 팝업스토어를 비롯해 지역 소상공인과의 상생을 위해 꾸준히 지역 디저트 브랜드의 팝업스토어를 열고 매장 입점을 지원하는 등 로컬 브랜드의 전국화를 돕고 있다.

실제로 전통 베이커리 ‘소맥 베이커리’, 전남 함평의 ‘키친205’ 등이 백화점 입점을 계기로 전국적인 브랜드로 성장한 바 있다. 광주신세계는 앞으로도 지역의 숨은 디저트 맛집을 지속 발굴해 F&B 팝업을 선보인다는 계획이다.

윤준명 기자

기아, ‘The 2025 봉고 III EV 특장차’ 출시

기아가 ‘The 2025 봉고 III EV 특장차’의 판매를 시작한다고 16일 밝혔다.

The 2025 봉고 III EV 특장차는 지난 4월 출시된 The 2025봉고 III EV 기반의 특장 모델로 △냉동탑차 △내장탑차 △워터바디 △양면형 미닫이탑차 △파워게이트가 있다.

The 2025 봉고 III EV 특장차는 기존 고객의 목소리를 반영해 △급속 충전시간 단축 △탑차 LED 조도 상향 △수직형 파워게이트 품질 개선 등 실용성과 편의성을 모두 끌어올린 것이 특징이다.

기아는 The 2025 봉고 III EV 특장차의 급속 충전 속도를 개선해 배터리 용량 10%에서 80%까지 급속 충전 시간을 기존 47분에서 32분으로 단축시키고, 에너지 밀도를 높인 신규 배터리 셀을 적용했다.

박소영 기자



The 2025 봉고 III EV 특장차. 기아제공

지난달 수출 광주 ↑ 전남 ↓…무역수지 14억달러 흑자

광주본부세관 수출입 동향

지난달 광주지역 수출은 증가한 반면 전남은 감소한 것으로 나타났다.

16일 광주본부세관이 발표한 2025년 5월 광주·전남지역 수출입동향에 따르면 지난달 광주·전남지역 수출은 전년동월대비 11.0% 감소한 50억800만불, 수입은 18.9% 감소한 35억6000만불로 무역수지는 14억4800만불 흑자를 기록했다.

지난달 말 누계기준 전년동기대비 수출

은 13.6% 감소했으나, 수입이 10.3% 감소해 무역수지는 54억5500만불 흑자를 보였다.

광주지역 수출은 전년동월대비 11.3% 증가한 15억9700만불, 수입은 16.0% 증가한 7억300만불로 무역수지는 8억9400만불 흑자를 기록했다. 수출은 기계류(47.7%)·반도체(26.6%)·수송장비(10.8%)가 증가했고, 가전제품(41.3%)·타이어(8.2%)는 감소했다. 수입은 고무(86.1%)·가전제품(41.6%)·반도체(17.5%)·기계류

(15.5%)·화공품(3.7%) 모두 늘었다.

전남지역 수출은 전년동월대비 18.7% 감소한 34억1100만불, 수입은 24.4% 감소한 28억5700만불로, 무역수지는 5억 5400만불 흑자를 기록했다. 수출은 기계류(21.9%)가 증가했고, 화공품(33.3%)·석유제품(13.9%)·수송장비(9.5%)·철강제품(2.8%)은 감소했다. 수입은 석유제품(49.0%)·철광(38.3%)·원유(23.5%)·석탄(17.4%)·화공품(9.8%) 모두 줄었다.

최권범 기자



롯데백 광주점, 여수 먹거리 특집전

롯데백화점 광주점은 지하1층 행사장에서 여수의 유명 먹거리를 한데 모은 ‘여수 먹거리 특집전’ 행사를 19일까지 진행한다. 동백오일을 이용한 전통방식 그대로 만든 프리미엄 과일 찹쌀떡 브랜드 ‘고마리’는 딸기 찹쌀떡, 포도 찹쌀떡 등 다양한 과일 찹쌀떡을 선보인다. 또 초콜릿 및 젤리 전문 브랜드 ‘빈초콜릿’ 뿐만 아니라 보리의 고소함을 담은 ‘여수야미’ 건빵 등 다양한 여수 먹거리를 만나볼 수 있다.

롯데백화점 광주점 제공