

# ‘수도권 문화콘텐츠 기업’ 연이어 광주에 등지

市, 시각특수효과 기업 등 협약  
민선 8기 이후 기업 17곳 유치  
광주콘텐츠허브에 본사 등 설립  
“콘텐츠 산업 거점 도시로 도약”

광주광역시와 수도권 문화콘텐츠기업 유치가 잇따라 성공했다. 민선 8기 출범 이후 지금까지 총 17개 콘텐츠기업이 광주에 등지를 틀었고, 올해에만 다섯 번째 유치 성과다.

광주시는 3일 시청 비즈니스룸에서 시각특수효과(VFX) 전문기업 ㈜오아시스 스튜디오, 글로벌 예능 제작사 ㈜루이웍스미디어와 투자진흥지구 업무협약을 체결했다.

협약에 따라 두 기업은 전일빌딩245 5



강기정 광주광역시장(3일 오전 시청 비즈니스룸에서) ㈜오아시스스튜디오, ㈜루이웍스미디어와 투자진흥지구 유치기업 투자 협약을 체결한 뒤 기념촬영을 하고 있다.

광주광역시 제공

층에 있는 광주콘텐츠허브에 본사 또는 지회사를 설립하고, 총 90명의 지역 인재를 신규 채용할 계획이다. 특히 지역청년

을 우선 채용함으로써 청년 일자리 창출에 기여할 것으로 기대된다.

광주시는 해당 기업들에게 행정 지원은

물론 세제·입지 특전(인센티브), 문화콘텐츠 기반시설 등 종합적으로 지원할 예정이다.

이번 유치는 투자진흥지구 제도를 활용한 콘텐츠기업 유치 전략의 성과로, 지역 내 고용 창출과 산업 기반 강화에 기여하며 광주가 콘텐츠산업 중심 도시로 도약하는 전환점이 될 것으로 기대된다.

㈜오아시스스튜디오는 2022년에 설립된 VFX 전문기업으로, 디즈니+ ‘커넥트’, 넷플릭스 ‘종이의 집 Part 2’, JTBC ‘나쁜 엄마’ 등 글로벌 플랫폼에서 주목받은 VFX 콘텐츠를 제작해왔다. 이번 협약을 통해 광주에 지회사를 설립하고 60명을 채용할 예정이다.

㈜루이웍스미디어는 ‘피지컬: 100’, ‘스트리트 우먼 파이터’ 등 국내외에서 큰 인

기를 끈 예능콘텐츠를 제작해온 기획·제작 전문기업으로, 본사를 광주로 이전하고 30명의 지역인재를 채용할 계획이다.

앞서 지난해 광주콘텐츠허브에 유치된 ㈜큐로드는 70명의 지역 인재를 채용했다. 이번 협약을 포함하면 총 160명의 일자리 창출이 기대된다.

광주시는 GCC사관학교 운영을 통해 실무형 콘텐츠 인재를 양성하고, 투자진흥지구의 혜택을 결합해 기업 유치와 고용 창출의 선순환 구조를 구축하고 있다.

강기정 광주시장은 “광주는 콘텐츠 인프라, 전문인력, 정책지원의 3박자를 모두 갖춘 도시”라며 “이번 유치 기업들이 광주의 콘텐츠 산업을 선도하는 핵심 주체가 되기를 기대한다”고 밝혔다.

정성아 기자 sangja.jeong@jnilbo.com

## 광주은행, 상반기 보이스피싱 23억원 막았다

광주경찰청 감사장 전달받아  
모니터링 전담인력 운영 효과

광주은행은 최근 광주경찰청에서 열린 ‘피싱범죄 예방 협력 체계 구축을 위한 광주경찰청-금융기관 간담회’에서 보이스피싱 피해 예방에 기여한 공로를 인정받아 감사장을 전달받았다고 3일 밝혔다.

광주은행은 작년 1월부터 보이스피싱 대응을 전담하는 전문인력을 별도로 채용해 운영 중이다. 해당 인력은 지속적인 사례 기반 교육과 시스템 고도화를 바탕으로 의심거래를 실시간 모니터링하고있

며, 의심 징후 발생 시 즉시 영업점과 공조해 고객 피해 여부를 판단하고, 필요시 112 신고까지 대행하는 등 선제적 대응에 나서고 있다.

이 같은 노력을 통해 광주은행은 올해 상반기 기준 총 23억원 규모의 보이스피싱 피해를 사전에 차단하는 성과를 거뒀다.

특히, 금융소비자보호부 소속 보이스피싱 대응 전담직원은 고객 인출 고객을 대상으로 직접 피해 여부를 점검하고, 실제 피해가 우려되는 고객을 설득해 경찰 협조를 이끌어내는 등 적극적인 대응으로

상반기에만 약 4억6000만원의 대면 편취 피해를 막았으며, 고객들의 소중한 재산을 지킨 공로를 인정받아 이번에 감사장을 전달받았다.

광주은행은 영업점 직원들도 보이스피싱 예방의 일선에서 적극 대응할 수 있도록 실질적인 지원을 아끼지 않고 있다. 직원들은 고객 응대는 물론, 거래처를 직접 방문해 보이스피싱 예방 교육과 홍보 활동을 펼치며 피해 예방에 힘쓰고 있으며, 실제 피해를 차단한 임직원에게는 내부 포상 제도를 통해 실질적인 동기 부여하고 있다.

최권범 기자



롯데백화점 광주점이 오늘부터 13일까지 예비 부부를 위한 ‘롯데웨딩페어’를 진행한다.

롯데백화점 광주점 제공

롯데백화점 광주점, 오늘부터 ‘롯데 웨딩 페어’ 진행

롯데백화점 광주점은 4일부터 13일까지 예비 부부를 위한 ‘롯데웨딩페어’를 진행한다고 3일 밝혔다.

롯데백화점은 ‘홈 스타일링’을 테마로 새 출발을 준비하는 예비 부부와 신혼 입주 고객을 대상으로 한 맞춤형 혜택을 선보인다. 이번 웨딩 페어에서는 행사 참여 브랜드의 ‘웨딩마일리지’ 추가 적립 혜택을 제공한다. ‘웨딩마일리지’는 롯데웨딩 멤버스 가입 후 9개월간 롯데백화점에서 구매한 금액을 적립해 누계 적립 금액의 최대 7% 상당을 롯데상품권으로 증정하는 리워드 프로그램으로, 웨딩페어 기간에는 구매 금액의 최대 2배까지 마일리지를 적립할 수 있다.

광주점에서는 이사 수요가 집중되는 여름 시즌을 고려해 라이프스타일 상품군 주요 브랜드들이 참여한다. 가구에서는 ‘에이스’, ‘시몬스’, ‘템퍼’, ‘N32’, ‘실

리’, ‘자코모’, ‘다우닝’, ‘에씨’ 등이 참여한다. 침구는 ‘알레르망’, ‘소프라움’, ‘코지네스트’, ‘세사’ 가, 키친웨어는 ‘휘슬러’, ‘르쿠르제’, ‘빌레로이앤보흐’, ‘덴비’, ‘즈윙링’ 등이 참여한다.

LG전자와 삼성전자는 웨딩 더블마일리지 행사는 참여하지 않으나, 10% 추가 마일리지 적립 혜택과 카드사별 8.5%~9.5% 사은혜택, 브랜드 자체 특가 상품과 할인 쿠폰 혜택을 더해 진행한다.

또한, 최대 40만 마일리지를 추가로 지급하는 ‘웨딩 챌린지’ 이벤트도 최초로 선보인다. 행사 기간 내 구매 브랜드 수 또는 구매 일수에 따라 마일리지를 차등 지급하는 제도로, 구매 브랜드 3개 이상 또는 구매 일수 3일 이상 시 5만 마일리지, 구매 브랜드 5개 이상 또는 5일 이상 구매 시 20만 마일리지를 추가로 제공하는 일회성 혜택을 최초로 진행한다.

윤준명 기자

## 광주디자인진흥원, 골목상권 맞춤형 디자인 컨설팅

지역 소규모 자영업·소상공인 대상  
홍보인쇄물·포장 디자인 등 지원

고금리와 경기침체에 움츠러든 골목상권에 활기를 불어넣기 위해, 광주디자인진흥원이 자영업자와 소상공인을 위한 맞춤형 디자인 컨설팅에 나선다.

광주디자인진흥원은 3일 지역 소규모 사업체를 대상으로 디자인 컨설팅 지원 사업을 추진한다고 밝혔다.

이번 사업은 골목경제의 핵심 주체인 자영업자와 소상공인이 디자인을 효과적으로 활용할 수 있도록 돕고, 매출 증대와 상권 회복에 기여하기 위해 마련됐다.

진흥원은 영업장 디자인의 중요성은 인식하고 있지만, 고금리와 경기 침체 속에

여력이 부족해 상인들이 이를 실제 경영에 적용하지 못하는 현실에 주목했다.

이에 따라 영세업체의 디자인 관련 불편을 해소하고, 실질적인 활용을 도울 수 있는 지원체계와 비즈니스 플랫폼 구축에 나섰다.

지원 분야는 음식점, 소매업, 서비스업 등 지역 업종 특성을 반영해 △홍보물 및 인쇄물 △간판 등 사인류 △포장 디자인 등에 대한 컨설팅과 개선을 중점적으로 진행할 계획이다. 신청 자격은 광주광역시에 사업자 등록이 된 10인 이하 업체로, 유흥·사행성 업종(주류 판매 포함) 및 대형 프랜차이즈는 제외된다.

컨설팅은 무료로 제공되며, 참여를 원하는 업체는 광주디자인진흥원 누리집

(www.gdc.or.kr)에서 신청서를 내려받아 작성한 후 오는 10일까지 이메일(osy906@gdc.or.kr)로 접수하면 된다.

제출된 서류를 토대로 소정의 심사 절차를 거쳐 지원대상을 확정하고, 진흥원이 지정한 디자인 전문기업을 통해 맞춤형 지원을 받게 된다.

아울러 진흥원은 중소기업과 소상공인의 디자인 접근성과 활용도를 높이기 위한 ‘온라인 디자인 비즈니스 플랫폼’도 구축 중이다. 해당 플랫폼은 제품·시각·포장·공간·환경디자인 등 다양한 분야의 전문 기업 정보를 한눈에 볼 수 있도록 구성되며, 수요자와 디자인 기업 간 매칭부터 실제 개발까지 원스톱으로 연결되는 시스템으로 운영될 예정이다.

윤준명 기자

### 재테크 칼럼

## “5년만의 상승장, 그래도 탐욕은 버려야”

5년 만에 한국증시에 ‘bull market’(대세 상승장)이 찾아왔다. 최근 코스피는 2개월여 만에 400포인트가 넘게 올랐다. 황소의 돌진이 시작된 것이다. 과열의 우려가 없지 않지만 이번 상승장은 쉽게 끝나지 않을 것 같다. 고질적인 ‘코리아 디스카운트’를 해결하기 위한 정부의 상법개정 의지가 강력하기 때문이다.

이번 상승장은 특히 상법개정을 통한 주주 친화적 정책 모멘텀 외에도 하반기 미국, 유럽 등 주요국들이 금리인하에 나

설 가능성이 커졌고, 한국은행 역시 금리 인하에 동참할 것으로 예상되고 있다. 유동성의 확대는 증시가 가장 좋아하는 재료다. 이런 몇 가지만 보더라도 증시가 상승을 멈추고 하락추세로 반전되리라고는 상상하기 힘들다.

대세 상승장에서는 보통 단일 업종이나 종목이 아니라 상승세가 업종 전반으로 확산되면서 이른바 순환매 장세가 펼쳐진다.

즉 특정 업종이 상승세를 주도한 후, 차

익을 실현하고 다른 업종으로 이동해서 상승을 이어가는 것이다. 순환매는 전형적인 ‘bull market’의 특징인데 이미 한국증시에 나타나고 있다. 방산주, 조선주, 반도체주, 원전주, 전력주, 증권주, 자산주(지주사) 등 일부 업종을 제외하고는 최소 수십%에서 수백%까지 오르지 않은 업종이 없을 정도다. 그런데 상승장이 진행되고 ‘물지마투자’가 시작되면 이제는 일명 ‘찌라시’가 난무하면서 개미 투자자들이 유인한다.



송호  
경제 칼럼니스트

큰 낭패를 보게 된다.

즉 실적이 뒷받침되지 않는 종목은 피하고 검증되지 않은 찌라시는 걸러내야 한다. 굳이 그런 종목이 아니더라도 상승장에서는 충분한 수익을 낼 수 있는 종목

이 많은데 위험을 감수하고 무리할 필요는 없다.

‘bear market’(대세 하락장)에서는 소수 업종과 종목에 집중투자를 해야 맞지만 큰 상승장에서는 믿을만한 종목이라면 ‘백화점’식 투자를 해도 된다.

물론 수익률에서는 집중투자에 비해서 차이가 나겠지만 순환매로 기회가 오기 때문에 나쁘지 않다. 더 좋은 수익을 바라다면 순환매의 다음 주자를 예측하고 미리 포지셔닝을 해야 하는 민첩성이 필요하다. 더 큰 탐욕만 버린다면 타오르는 장은 모두에게 풍성한 과실을 안겨줄 것이다.