

“日 한국 화이트리스트 제외 강력 규탄”

전북상협 “한국 제외 결정 조속히 철회” 촉구

지역상공인들이 일본정부의 한국 화이트리스트 명단 제외에 대해 강력히 규탄하고 나섰다.

전주, 군산, 익산, 전북서남상공회의소의 협의체인 전라북도상공회의소의 협의회(회장 이선홍)는 일본정부가 우리나라 일부제품의 수출규제 조치에 이어 지난 2일 포괄적 수출

대지격을 의미하는 화이트리스트에서 대한민국을 제외하는 치졸한 경제보복에 대해 강력히 규탄한다고 밝혔다.

전북상협은 성명을 통해 일본이 과거에 대한 철저한 반성은 커녕 오히려, 치졸한 경제보복을 감행한다면 양국 산업계에 모두 행정적인 부담

이 커지고 불확실성에 따른 혼란이 가중되어 세계 경제에도 악영향을 미칠 것은 불 보듯 뻔한 일이라고 강조했다.

일본 정부가 과거사에 대한 반성 없이 국제적 자유무역 원칙을 무시하며 경제보복을 지속적으로 진행한다면 그동안 쌓아온 양국의 우호적 신뢰관계는 물론 한국 국민들의 반일 감정은 더욱 극에 달해 풀이할 수 없는 사태에 직면할 것을 좌시해서

는 안될 것이라고 밝혔다.

이선홍 전북상협 회장은 “일본정부가 빠른 시일 내에 화이트리스트 한국 제외 결정을 조속히 철회하기를 촉구한다.”며, “작금에 처한 심각한 위협사태에 정부와 산업계는 물론 정지권 모두가 협력을 통한 대처를 통해 슬기롭게 극복해 나갈 수 있도록 힘을 모아줄 것을 촉구한다.”고 강하게 강조했다.

/김영태 기자



농협중앙회 부회장, 농업피해 최소화 농촌현장 사전점검 나서

허식 농협중앙회 부회장은 지난 2일 새활농협과 집중호우로 인해 침수피해가 발생한 정읍시 덕천면의 홍석용 농가를 방문하여 농업인들을 위로하고 선제적 대응으로 호우피해를 최소화한 농협임직원들을 격려했다.

더불어 작년의 유례없는 폭염을 반면교사 삼아 농업피해 최소화를 위해 폭염대응 예방활동으로 농촌현장 사전점검에 나섰다.

농협은 올해 폭염에 대비하여 ▲영농지원상황실 상시운영 ▲농가의 안정적 영농을 위한 보험가입 안내 지속 홍보 ▲매주 저수·강수량 정보, 기상특보 등 농사정보제공 ▲폭염대비 농작물·가축·시설물 관리요령 전파 ▲지자체 협력사업 통한 관정 및 관수시설 사전설치 추진 ▲관내 취약계층 생수지원 ▲햇볕데임(일소) 피해 예방자재(탄산칼슘) 계통보급 ▲전국 주요도시 내 그늘막 설치 지원 및 무더위 쉼터 운영 등 폭염피해 예방에 힘쓰고 있다. 특히 농업인에게는 폭염이 절정에 이르는 낮 시간에는 농작업 자제와 함께 충분한 휴식과 수분 섭취 등 농업인 행동요령을 고지하여 건강에 각별히 유의할 것을 안내하고 있다.

허식 부회장은 재해취약지역과 비닐하우스 등 농업시설을 직접 점검하며 “농협임직원들은 사전에 현장을 점검하고 대비를 철저히 하여, 폭염에 대한 농업인 인명이나 재산피해가 발생하지 않도록 최선을 다해달라”고 당부했다. /김윤상 기자

NH농협은행, ‘환전 SNS 이벤트’ 실시

이달 31일까지 인스타그램 페이스북, 유튜브서 진행



NH농협은행은 환전 SNS 이벤트에서 1일부터 18일까지 100명에게 아이스크림 기프트폰을 19일부터 31일까지는 100명에게 커피 기프트폰을 제공한다.

NH농협은행은 이달 31일까지 농협은행 공식 SNS(인스타그램, 페이스북, 유튜브)에서 2차 환전 SNS 이벤트를 진행한다

이달 1일부터 18일까지 진행하는 ‘환전 꿀팁 X 퀴즈 이벤트’는 농협은행에서 환전한 고객 후기를 토대로 제작한 ‘고객이 직접 알려주는 환전 꿀팁’ 동영상과 SNS 이벤트 페이지에서 댓글로 퀴즈의 답을 작성하면, 정답자 중 총 100명을 추첨해 아이스크림 기프트폰(베스킨라빈스 싱글 레귤러) 2매를 제공한다.

또한, 19일부터 31일까지는 ‘정해인이 알려주는 환전 꿀팁(2편)’을 SNS로 공유(리그램)하면, 추첨을 통해 커피 기프트폰(스타벅스 아이스 아메리카노 Tall 1매)을 100

명에게 제공한다.

한편, 농협은행 올원뱅크 알뜰환전 이용 시 주요통화 3종은 90%, 기타통화는 40% 우대혜택을 받을 수 있으며, 농협은행 계좌가 없어도

올원뱅크 너도나도 환전을 이용해 환전 신청 후 전국의 농협은행 영업점에서 외화를 편리하게 수령할 수 있다.

/김윤상 기자

한국은행 전북본부, 도내 보육원 학생들 초청 | 경제교육 및 문화활동 진행

한국은행 전북본부는 도내 보육원 두곳에서 한국은행의 기능 및 역할, 화폐의 제조과정 등에 대한 경제교육을 진행한 후 문화활동(국악공연 관람, 전주 초코파이 만들기 등)을 진행했다고 2일 밝혔다.

한국은행 전북본부는 소규모학교 학생, 사회복지기관 및 다문화가족 지원센터 어린이에 대한 초청 행사 외에도 일반 초·중·고등학생을 대상으로, 경제교육 및 진로탐색 프로그램을 운영한다.

한국은행 전북본부는 내실 있는 경제교육 프로그램 운영을 통해 지역



한국은행 전북본부는 도내 보육원 두곳에서 진행했다.

내 경제교육 수요에 적극 부응할 계획이다. /김영태 기자

구독 · 광고문의 288-9700

양파 수출 역대 최고... 3만톤 넘어

aT, 수출시장도 14개국으로 다변화

농림축산식품부(장관 이계호)와 한국농수산식품유통공사(aT, 사장 이병호)에 따르면, 국산 양파 수출은 7월 말 기준으로 3만3341톤(잠정)의 수출실적을 기록했다. 당초 목표한 수출실적 1만5000톤을 7월 초 돌파한 이후, 한 달여만에 1만8천톤을 추가 수출한 것이다.

이는 국산 양파의 역대 최대 수출량으로, 작년 같은 기간 동안 수출량인 2520톤의 약 12배에 달한다. 기존의 연간 최대 수출량인 2014년 2만4000톤도 크게 뛰어넘은 실적이다. 특히, 평년에 비해 늘어난 양파 물량(29만7천톤)의 11%에 해당하는 것이어서 양파 수급관리에도 승통을 띄워준 것으로 보인다.

양적 성장뿐만 아니라 수출시장 다변화라는 성과도 거두었다. 올해 양파 수출이 시작된 5월부터 6월까지 주 수출국인 대만이 수출량의 90% 이상을 차지했으나 현재는 베트남, 말레이시아, 태국, 중국, 미국,

싱가포르 등지로 수출되는 물량도 33% 수준까지 증가했다.

농식품부와 aT는 올해 과잉생산된 양파 수출확대를 위해 5월 말 수출업체 긴급담담회를 개최하고 의견을 수렴하여 6월부터 수출 물량을 추가 지원해왔다. 특히 6월 개최된 말레이시아 박람회 양파 홍보부스를 운영하는 한편, 7~8월에는 8개국 191개 매장에 ‘한국양파주간(Korean Onion Week)’을 진행하고 있다.

주 수출국인 대만에서도 판로 확대를 위해 130개 까르푸 매장에서 시식·관측전을 열고, 대만 라미교야구단 연계 스포츠 마케팅과 바이어 현장방문 세일즈, 온라인 홍보 등을 추진하고 있다. 8월 15일부터 17일까지 열리는 홍콩 ‘HKTDC Food EXPO’ 박람회에서 한국 양파·마늘·파프리카 등 신선농산물을 집중 홍보할 계획이다. /김윤상 기자

올 2분기 온라인쇼핑 32.4조 4364억원

통계청, 2분기 직판 中 85.3% 차지

올해 2분기 온라인쇼핑 거래액이 32조4364억원까지 늘어난 것으로 집계됐다. 이 기간 해외 직접 판매(직판)액은 1조3361억원이다. 모두 역대 최대치다.

통계청이 지난 2일 내놓은 ‘2019년 6월 온라인쇼핑 동향(온라인 해외 직판 및 구매 통계 포함)’ 자료를 보면 6월 온라인쇼핑 거래액은 10조5682억원이다. 전년 동월 대비 1조5555억원(17.3%) 증가했다. 이중 모바일쇼핑 거래액은 6조8469억원으로 온라인쇼핑 거래액의 64.8%를 차지했다. 작년 6월(60.5%) 대비 4.3%포인트 상승했다.

6월 온라인쇼핑 거래액은 패션 3조3337억원(전년 동월 대비 11.6% 증가), 서비스 2조7235억원(24.8%), 가전 1조6037억원(19.7%), 식품 1조2877억원(24.9%), 생활 1조2275억원(11.9%) 순이었다.

세부 상품군별 증감액을 보면 음식서비스가 3541억원(전년 동월 대비 85.5% 증가), 가전·전자·통신기기가 2474억원(25.8%)이었다. 음·식료품(2160억원, 26.5%), 화장품 1692억원(21.9%)가 그 뒤를 이었다. 증감률로는 음식서비스, e쿠폰서비스(54.8%, 908억원), 음·식료품, 가전·전자·통신기기 순이었다.

6월 모바일쇼핑 거래액은 패션 2조

1258억원(전년 동월 대비 17.3% 증가), 서비스 1조9621억원(40.2%), 식품 8867억원(30.6%), 가전 8583억원(23.9%), 생활 8140억원(17.0%) 순으로 규모가 컸다.

세부 상품군별 증감액을 보면 음식서비스가 3451억원(전년 동월 대비 91.9% 증가), 음·식료품이 1712억원(32.1%), 가전·전자·통신기기 1663억원(30.9%), 화장품이 1292억원(29.4%)이었다. 증감률로는 음식서비스, e쿠폰서비스(72.8%, 954억원), 기타서비스(47.0%, 134억원), 문화 및 레저서비스(41.6%, 371억원) 순이었다.

모바일쇼핑 거래액은 2017년 3월(4조1616억원) 4조원을 넘긴 뒤 같은 해 11월(5조2158억원) 5조원, 2018년 10월(6조2321억원) 6조원, 올해 3월(7조611억원) 7조원을 넘기는 등 파죽지세다.

온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 비중은 2017년 6월 55.5%→2018년 6월 60.5%→올해 6월 64.8%로 상승해왔다. 한편 함께 공개된 ‘2019년 2분기 온라인 해외 직판 및 직접 구매(직구) 실적’을 보면 이 기간 직판액은 1조3361억원이다. 전년 동분기 대비 4431억원(49.6%) 증가했다. 중국 직판액이 1조1399억원(85.3%)으로 절대적인 비중을 차지했다. /뉴시스

우리가족 면역을 생각한 NK프로젝트

N·1

엔·원

산학 공동연구 프로젝트

NK 프로젝트 N·1

연세대학교 임상영양연구소 이종호교수 연구팀
고려대학교 식품공학과 이광원교수 연구팀

특허받은 유산균으로 만든 기능성 발효유

NK프로젝트 N·1

• nF1 + 카제이균 + 비피더스 유산균 함유

N·1이 NK세포에 주목합니다.

푸르밀 NK프로젝트 홍보대사 하지원