

## “인삼도 한류다” 수출액 1억6천만 달러

농식품부, 중국어권·이란서 인기

국내 인삼이 중국어권 나라와 이란에서 큰 인기를 모으며 한류 바람에 한 몫하고 있는 것으로 나타났다.

14일 농림축산식품부에 따르면 지난해 인삼류 수출이 전년 대비 2016년 보다 18.7% 늘어난 1억5839만 달러로 집계됐다. 지난 2014년 이래 감소세를 기록하던 수출이 지난해 반등에 성공한 것이다.

수출 증가의 주 원인으로 농식품부는 중국·홍콩·대만에서의 뿌리삼 재고 소진과 이란 수출 확대를 꼽고 있다.

실제 중국·홍콩·대만 등 중국어권 수출액이 전년 대비 51.8% 늘어난 7780만 달러를 기록했다.

특히 이란은 지난해 150만 달러가 수출돼 2016년 72만 달러보다 수출액이 2배 이상 늘었다.

베트남·태국·싱가포르 등 아세안 시장에서도 전년 대비 19.1% 늘어난 1940만 달러가 팔렸고 미국과 캐나다에서도 각각 18.5%, 27.3% 수출이 증가했다. 품목별로 보면 홍삼이 39.8% 증가해 백삼·수삼 등을 아우른 뿌리삼 증가세를 이끌었다. 홍삼정·홍삼조제품·인삼음료 등 인삼을 이용한 제품류 수출도 10.2% 뛰었다.

농식품부는 “건강기능식품을 선호하고 먹기 편리한 제품을 좋아하는 현지 트렌드에 따라 스틱형 제품 같은 신제품을



/연합뉴스

개발한 덕”이라며 “한류 드라마와 연예인을 활용한 마케팅을 강화한 점도 수출 확대에 이바지했다”고 짚었다.

한편, 국내 인삼 시장도 건강기능식품의 인기로 힘입어 계속 커지는 추세라 인삼 산업의 미래를 밝게 하고 있다.

국내 건강기능식품 시장 규모는 최근 5년간 연평균 10.8%의 성장세를 보이고 있고, 지난해 1인당 인삼 소비량도 0.38kg로 전년보다 18.8% 증가한 것으로 조사됐다.

인삼 생산액 역시 2012년 최고치를 기록한 이래 감소세를 보이다 지난해 5년 만에 증가세로 돌아섰다.

/세종=최신용 기자 grandtrust@

# 현대·기아차, 신흥시장서 뜬다 브라질·인도 등서 판매 15%↑

올 4개국 판매 42만7408대 기록  
점유율·판매 최고기록 돌파할 듯  
글로벌 목표 755만대 달성 예상

현대·기아자동차가 올해 들어 브라질, 러시아 등 신흥시장에서 큰 폭의 판매 증가세를 이어가고 있다. 미국, 중국 등 양대 자동차 시장이 침체한 가운데 신흥시장 실적에 따라 현대·기아차의 판매목표 달성 여부가 판가름날 전망이다.

14일 업계에 따르면 현대·기아차는 올 4월까지 브라질, 러시아, 인도, 멕시코 등 글로벌 4대 신흥시장에서 42만7408대를 판매했다. 이는 작년 37만1213대보다 15.1% 늘어난 규모다. 현대·기아차의 글로벌 판매 증가율(1.9%)도 크게 웃돈다. 4대 신흥시장이 글로벌 전체 판매에서 차지하는 비중은 1~4월 누계 기준 18.4%로 역대 최대치를 기록했다.

업계에서는 이들 신흥시장 실적에 따라 올해 현대·기아차의 판매목표 달성 여부가 판가름날 것으로 예상하고 있다. 현대·기아차의 4대 신흥시장 판매량



서울 서초구 양재동 현대자동차그룹 본사 사옥.

은 러시아(2011년), 브라질(2012년), 멕시코(2016년) 등지의 신공장 건설과 함께 매년 증가해 2010년 70만9000대에서 지난해 121만2000대로 늘었다. 시장점유율도 2010년 9.4%에서 지난해 14.2%로 상승했고, 올들어 4월까지 14.8%를 기록하고 있다.

이같은 추세가 이어진다면 현대·기아차는 올해 4대 신흥시장에서 판매와 시장점유율에서 최고 기록을 동시에 경신할 것으로 예상된다. 1~4월 판매 실적을 지역별로 보면 브라질(14.0%)과 러시아(30.1%), 인도(6.3%), 멕시코(19.0%)에서 모두 고른 성장세를 보였다.

또 올해 목표도 충분히 달성할 것으로 보인다. 현대·기아차는 신흥시장에서의 성장세를 바탕으로 올해 글로벌 판매목표를 755만대로 잡았다. 미국과 중국에서의 부진을 신흥시장에서 만회한다는 전략이다.

현대·기아차는 과거 신흥시장이 경기 침체로 정체기에 빠졌을 때 잇따라 철수 및 감산에 나선 다른 업체들과 달리 적극적으로 판매망을 유지하며 고객 수요를 확보하는 데 주력해왔다.

자동차업계 관계자는 “미국, 중국 시장의 성장 정체로 신흥시장의 중요성이 더욱 커지고 있다”며 “현대·기아차가 어떤 성과를 내느냐가 올해 판매목표 달성 여부를 가늠할 것”이라고 말했다.

/양성준 기자 ysw@metroseoul.co.kr

## 김치 가공식품 ‘소금 원산지’ 표시 의무화

해수부, 관련법률 시행령 개정

앞으로 김치류·절임류 가공식품에 사용된 소금도 원산지 표시가 의무화 될 전망이다.

해양수산부는 김치, 절임류 가공품에 사용되는 식염(소금)에 대해 의무적으로 원산지를 표시하도록 하는 ‘농수산물 원산지 표시에 관한 법률’ 시행령 개정(안)을 이달 15일(화)부터 6월 25일까지 입법예고한다고 14일 밝혔다.

현행 법령에서는 김치류 가공품은 배

합 비율이 높은 순서로 2순위까지의 원료와 고춧가루만 원산지를 표시하도록 규정돼 있었다. 이 때문에 우리 식탁에서 빠지지 않는 김치 및 절임류 가공품(배추 절임 등)에 들어가는 소금의 원산지를 알기 어려웠다.

이에 해수부는 김치 및 절임류 가공품에 들어가는 소금을 원산지 표시대상 품목에 추가해 소비자의 알 권리를 보장하고 국내산 소금생산업계의 품질 개선 및 관리 강화를 유도한다는 방침이다.

/세종=최신용 기자

## 청주국제공항에 282억 투입 ‘시설개선’

국토부-공항공사, 내년말 완공

연간 여객수 289만명 수용

청주국제공항이 대규모 시설개선 사업을 통해 명실상부한 중부권 거점공항으로 탈바꿈한다. 정부는 이를 위해 여객터미널과 주차장을 대폭 확대한다는 방침이다.

국토교통부와 한국공항공사는 위의 내용을 포함한 청주국제공항 국내선 여객터미널 확장 공사를 이달 15일부터 본격 추진한다고 14일 밝혔다.

현재 청주공항 국내선 여객터미널 적정 수용능력은 연간 189만명이다. 하지만 지난해 239만 명이 이용하는 등 이미 수용능력을 초과해 공항을 이용하는 내외국인들의 고충이 커지고 있는 상황이다.

이에 국토부는 282억원의 사업비를 투입해 연간 100만 명을 추가 처리할 수 있는 규모로 2019년 말까지 터미널을 확장할 계획이다.

확장공사가 완료되면 여객수용 능력이 연간 189만 명에서 289만 명으로 크게



청주국제공항 전경. /뉴스1

향상(53%)돼 혼잡 완화는 물론, 장래 항공수요에도 적기 대응이 가능하다는 게 국토부의 설명이다.

주요 확충시설은 대합실 등 여객이용 시설(5597㎡), 체크인카운터(10개), 수하물처리시설(출발, 도착 각 1기) 등 여객수속 및 편의시설이다.

또한 국토부는 주차빌딩 신축, 항공기 주기장 확충 등 공항인프라 확충사업도 추진한다.

총 사업비 263억원이 투입된 주차빌딩 신축 사업은 지난해 5월 착수해 올해 말까지 완공을 목표로 총 4층 규모의 주차빌딩을 신축하는 사업으로 여객터미널 전면에 건설중이다. /세종=최신용 기자

## 소개팅앱 시장 700억 규모·40% 증가

(전년대비)

매출 상위 10개 앱중 4개 ‘소개팅 앱’  
페이스북 CEO도 시장 진출 선포  
개인정보 유출 등 부작용 주의해야

소셜 데이팅 애플리케이션(앱) 시장에서 ‘소개팅 앱’이 증가하면서 이를 통해 인연을 찾으려는 사람도 늘고 있다.

현재 국내에는 170개가 넘는 소개팅 앱이 존재하며 앱스토어에 ‘소개팅’이라고 검색해 쉽게 접근할 수 있다.

14일 글로벌 앱 조사 기업 ‘앱 애니’에 따르면 전 세계 소셜 데이팅 시장 규모는 6조원 이상이며 국내 데이팅 앱 시장 규모도 700억 원 규모로 작년 대비 40% 증가한 것으로 나타났다. 실제로 지난해 국내 앱스토어의 매출 상위 앱 10개 중 4개가 소개팅 앱이었다.

이러한 성장 가능성을 이유로 국내를 비롯한 전 세계 기업들이 많은 관심을 보이고 있다.

마크 저커버그 페이스북 최고경영자(CEO)는 지난 1일(현지시간) 미국 캘리포니아 새너제이에서 열린 개발자 컨퍼런스 ‘F8’를 통해 올 하반기에 온라인 데이팅 시장에 진출하겠다고 밝혔다.

이른바 ‘데이트 프로필’을 도입해 페이스북 앱 내 데이트 상대를 매칭해주는 방



다수의 소개팅 앱 아이콘.

식이다. 저커버그는 “페이스북 앱에 추가될 데이팅 기능은 단지 사람을 소개해주는 것이 아니라 진정한 장기적 관계를 구축하고자 하는 것”이라고 말했다.

소개팅 앱은 단순 자기소개를 통한 매칭에서 성향, 별자리, 취미, 목소리, 종교로 이성을 매칭해주는 등 연결 방식도 진화하고 있다. 소개팅 앱의 인기를 증명하듯 온라인상에서는 ‘소개팅앱에서 살아남는 법칙’같은 게시물이 공유되고 있다.

한 앱을 설치해봤다. 간단한 자기소개와 사진을 올리니 금방 가입이 승인됐다. 오늘의 카드가 나타났고 상대방의 자기소개, 사진, 나이, 거주 지역, 직업 등이 나왔다. 마음에 드는 상대가 있으면 관심표현을 누르고 서로 선택하면 연결이 되는 방식이다. 실시간 매칭도 이뤄진다.

소개팅 앱에 대한 이용자의 반응은 제각각이다. A씨는 “어플로 누군가를 만날

수 있을까하는 의심을 하면서 시작했는데 연인을 찾게 됐다”며 “잘만 사용하면 무기력한 삶에 소소한 행복을 느낄 수 있다”고 말했다.

반면 B씨는 “단순히 버튼 몇 번의 클릭으로 사람과 쉽게 연결되다보니 관계를 쉽게 생각하는 경향이 많은 것 같다”고 말했다.

C씨 또한 “외롭다고 해도 어플로 인연을 찾는 것은 왠지 꺼려진다”며 “이용할 생각이 없다”고 일축했다.

인기만큼이나 부작용도 심각하다. 개인 보호 규제가 미비해 피해 사례가 속출하고 있는 것이다. 일부 앱의 경우 본인 확인 절차를 거치지 않아 익명성을 빌린 타인 사칭, 금품 요구 등의 범죄가 쉽게 발생하고 있지만 이에 대한 법적 처벌은 미미한 현실이다.

한국소비자원이 지난해 소셜 데이팅 앱 서비스를 이용한 남녀 500명을 조사한 결과에 따르면 응답자의 49.8%가 “앱을 사용하다 피해를 봤다”고 답했다.

피해 유형은 상대방으로부터 ‘원치 않는 연락’을 받은 경우가 24.4%로 가장 많았으며 ‘음란한 대화 및 성적 접촉 유도’(23.8%), ‘개인정보 유출’(16.0%), ‘금전 요청’(10.2%) 등이 뒤를 이었다.

/구서윤 기자 yuni2514@

## 에너지공급자에 ‘효율향상 투자’ 활성화

산업부, EERS 시범사업 도입

산업통상자원부는 한국전력공사 등 에너지공급자의 효율향상 투자를 활성화하기 위해 ‘에너지공급자 효율향상 의무제도(EERS)’를 올해부터 시범사업으로 도입한다고 14일 밝혔다.

EERS는 에너지공급자에게 에너지 관

매량(GWh)과 비례해 에너지 절감목표를 부여하고, 다양한 효율향상 투자를 통해 목표를 달성하도록 의무화하는 제도다.

에너지공급자는 ‘에너지이용 합리화법’에 따라 효율향상을 적극적으로 추진할 법률적 책무가 있지만 그동안 판매량 감소를 이유로 효율향상 투자에 소극적이었던 것이 사실이다.

이에 EERS는 에너지 절감목표를 설정해 법률상의 책무를 구체화한 제도로 이로 인해 효율향상이 에너지공급자에게는 의무가 된다.

올해 시범사업은 한국전력공사부터 시작하며 한전의 절감 목표량은 전전년도 전력 판매량의 0.15%가 된다.

한전은 프리미엄 전동기 등 고효율기기 보급 지원을 직접수행하거나 에너지 절약전문기업(ESCO)의 투자대행 등을 통해 이를 달성해야 한다. /세종=최신용 기자