

한우

내년 한우자조금 사업
예산 274억
자조금관리위 대의원회
“소값 회복·소비 확대
주력”

한우자조금관리위원회(위원장 남호경)가 지난 12월 20일 농협안성교육원에서 대의원회를 열고 2012년 한우자조금 사업계획 및 예산안을 의결했다. 이날 한우자조금관리위원회는 내년도 사업계획과 관련 2015년까지 공급과잉에 따른 가격하락이 예상되고, 수요적 측면에선 수입육의 공격적 마케팅과 경기불황이 이어질 것이라며, 소값회복과 기존의 한우 소비기반 유지 및 확대를 내년도 사업추진의 양대 축으로 설정했다고 밝혔다. 2012년 한우자조금 총 사업규모는 274억1500만원으로, 이중 한우소비촉진행사에 77억원, TV·라디오광고에 42억5000만원 등이 책정됐다. 또 신규사업으로는 △한우판매전문점 선정사업(1억9000만여원) △이동판매차량 구입(2억5000만원) △한우모니터링제 운영(1억1500만여원) △한우가격연동제(6500만원) 등이 추진된다. 이와 함께 이날 대의원들은 한우값 폭락과 관련 난소적출을 통한 물량조절, 유통구조 개선 및 유통감시 확대, 소비촉진 확대 등 다양한 의견을 제시했다. 한편 이날 대의원회에선 이종호 전국한우협회 강원춘천시 지부장이 대의원 부의장으로 선출했으며, 한우자조금대의원회 운영규정 및 선거규정 제·개정안도 의결했다.

한국농어민신문 · 김관태 기자

양돈

‘한돈 복드림 캠페인’
본격 시동

한돈자조금관리위원회(위원장 이병모)는 지난 12월 15일부터 2012년 설맞이 한돈햄 캠페인을 시작한

다고 밝혔다.

한돈자조금은 편리한 한돈햄 구매를 위해 한돈햄 드림쇼핑몰(<http://dream.han-don.com>)을 지난 12월 15일 오픈해 운영에 들어갔다. 한돈햄 드림쇼핑몰에서는 국내 13개 브랜드에서 만든 다양한 수제 한돈햄 세트를 구입할 수 있고 푸짐한 경품 이벤트도 준비했다.

이번 캠페인은 행운의 상징인 돼지를 선물하는 것을 ‘복을 드린다’는 의미로 한돈햄 복드림 캠페인으로 컨셉명을 정하고 온오프라인에서 이벤트를 준비했다.

한돈드림 홈페이지에서는 한돈 햄을 든 돈돈이를 집안으로 들여 새해 복을 기원하는 ‘복드림 이벤트’를 통해 매일 30명을 추첨해 각각 20명과 10명씩 한돈햄 선물세트와 주유상품권을 증정하는 이벤트를 진행한다.

또 한돈햄을 구입하면 받게 되는 행운권 응모 이벤트를 통해 기아자동차의 신개념 박스카 레이를 비롯해 총 1320명에게 푸짐한 선물을 추첨해 전



달할 예정이다.

한돈자조금은 저지방부위 소비촉진의 일환으로 국산돼지 한돈을 100% 원료로 만든 고급 수제햄을 명절에 선물하자는 캠페인을 추석, 설 명절에 걸쳐 4회째 진행하고 있다.

이번 한돈 복드림 캠페인을 통해 육가공협회 및 국내 육가공업체와 공동으로 노력해 한돈햄을 프리미엄급 명절용 선물세트로 소비자들에게 확실하게 인식시키고 폭넓은 캠페인 홍보를 위해 온라인과 오프라인을 아우르는 홍보를 진행할 예정이다.

고진각 한돈자조금 사무국장은 “FTA 비준에 이어 다시 수입육이 무관세로 무차별 들어오고 있어 국내 양돈업이 큰 타격을 받고 있다”며 “이번 캠페인을 통해 소비자들이 한돈 저지방 부위로 만든 한돈햄을 애용해주셔서 삼겹살 중심의 소비패턴이 서구 선진국처럼 저지방 부위로 변화하는 계기가 되었으면 좋겠다”고 말했다.

축산경제신문 • 한정희 기자

양계

계란 올해부터 생산자 이름표 달고 유통 시·도 구분 숫자·생산자명 영문약자 5자리표기

농가 계란 품질·위생·신선도 중점 관리 기대
법 문구 따른 농가-유통상인 표기주체 논란도
소비자들은 올해부터 계란껍질을 보고, 생산자명과 유통기한을 알 수 있게 됐다.
정부는 올해 1월 1일부터 식용 난각에 ‘생산자 또

는 식용란수집판매업의 영업자’와 유통기한을 표시해야만, 판매할 수 있도록 했다. 지난해 4월 이후 실시되고 있는 ‘최소 포장단위’보다 한층 보강한 조치다.

생산자표시는 시·도를 구분하는 숫자와 함께 생산자명 영문약자를 포함해 총 5자리로 이뤄진다. 아울러, 정해진 검인용, 인쇄용 색소를 사용해 표시해야 한다.

정부측은 난각에 생산자명을 표기함으로써 농가들이 보다 계란품질과 위생, 신선도 등에 신경을 쓸 것으로 기대된다고 밝혔다.

다만, 법문구에 ‘생산자 또는 식용란수집판매업의 영업자’라고 명기해, 농가와 유통상인간 누구를 표기할 것인가를 두고, 논란이 벌어지고 있다.

농가에서는 “유통상인과 책임소재를 분명히 해야 한다. 특히 영세한 소농장들은 인쇄기 준비가 미흡하다. 정부의 지원과 법 해석을 확실히 해 줘야 한다”고 전했다.

유통상인측은 “계란 특수성을 감안할 때 농가명을 표기하는 게 당연하다. 이래야만 둔갑판매가 이뤄지지 않는다. 농장에서 내놓은 계란을 유통상인에게 책임을 전가한다면 신선한 계란유통이 되지 않을 것이다”고 말했다.

축산신문 • 노금호기자



낙농

생산성 향상 위한 사양관리 지침서 제작 낙육협, 목장 전반업무 총망라...전국에 배포



송아지부터 착유우까지 사양관리 요령은 물론 TMR 사양관리, 조사료 생산, 개량·번식, 시설, 방역, 경영 등 목장에서 이뤄지는 모든 일들을 총 망라한 사양관리 지침서가 발간됐다.

한국낙농육우협회(회장 이승호)는 낙농농가의 생산성 향상을 위한 사양관리 지침서인 '사양관리도감'〈사진〉을 제작, 전국의 낙농가 및 유관기관 등에 배포했다.

이번에 발간된 사양관리도감은 '송아지와 육성우 관리', '건유우와 착유우 관리', '젖소 비유생리와 착유' 등 젖소 사양관리 요령을 삽화와 함께 자세한 요령을 제시하고 있다.

뿐만 아니라 TMR사료의 생산과 사양관리 방법, 양질의 조사료 생산 기술 등 생산비 절감을 위한 사료관리 요령과 생산성 향상을 위한 젖소의 개량, 젖소의 번식기술, 수정란 생산과 이식 등도 포함되어 있다.

이와 함께 젖소의 시설환경 및 분뇨처리, 방역관리, 낙농경영 등 총 11개 분야로 구분돼 낙농인들의 필독서로 자리매김할 것으로 기대된다.

특히 사양관리도감은 기존의 딱딱한 서술식에서 벗어나 삽화위주로 가독성을 높여 낙농초보자도 쉽게 접할 수 있게 만들어졌다.

낙농육우협회 이승호 회장은 “지난 여름 초유의 고온 사태와 구제역 여파가 생산성 하락으로 이어져 낙농농가들의 경영악화로 많은 어려움을 겪었다”라며 “이를 조금이나마 극복할 수 있도록 하기 위해 '젖소 사양관리 지침서'를 제작해 목장 경영에 도움이 되길 바란다”고 말했다.

축산신문 • 이희영기자

