

11월 車 생산·수출 줄고 내수 늘고... “개소세 감면 효과”

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 재확산 여파에 지난해 국내 자동차 생산과 수출이 동반 감소했다. 내수 판매는 개소세 감면 효과 덕에 증가세를 보였다.

14일 산업통상자원부의 '자동차 산업 월간 동향'을 보면 지난 11월 자동차 생산 대수는 전년 대비 6.3% 감소한 32만4472대로 집계됐다.

업체별로 보면 기아와 한국지엠은 각각 3.5%, 45.7% 감소한 12만5759대, 1만8577대를 생산했다. 르노삼성 생산 대수는 6660대로 55.6%의 감소폭을 기록했다.

반대로 현대와 쌍용의 생산 대수는 각각 16만616대, 1만2597대로 3.0%, 20.2% 늘었다.

산업부는 “내수 회복세는 지속됐으나 기아차와 한국GM의 노사 갈등, 르노삼성의 수출 물량 감소에 따른 생산량 조정 등이 국내 생산에 영향을 미쳤다”고 분석했다.

지난달 내수의 경우 전년 대비 5.8% 증가한 17만1228대가 팔렸다. 개소세 감면 제도가 올해 12월 말 일몰되면서 선수가 발생한 것으로 풀이된다.

기아·한국GM 노사 갈등으로 생산↓·현대·쌍용↑ 판매 실적 ‘톱5’에 모두 국산차...그랜저 1위 車 수출액 늘어...”고부가가치 비중 확대 영향”

현대와 기아는 각각 10.9%, 3.9% 늘어난 7만20대, 5만523대를 팔았다. 한국지엠과 르노삼성의 내수 판매는 각각 10.5%, 10.8% 줄어든 6556대, 7207대로 집계됐다.

판매 실적 5위 안에는 모두 국산차가 이름을 올렸다.

그랜저가 1만11648대로 가장 많이 팔렸고 이어 카니발(9823대), 투싼(7490대), 아반떼(7477대), K5(7343대) 순이다.

수입차 판매도 2만9070대로 5.6% 증가했다. 특히, 독일 수입차 판매가 14.5% 늘었다. 이외에 일본(-15.7%), 미국(-15.7%), 이탈리아(-27.1%), 프랑스(-12.9%)산 자동차 판매는

줄었다.

지난달 자동차 수출은 10.2% 감소한 19만657대로 집계됐다.

업체별로는 현대(-1.2%, 9만3301대), 한국지엠(-52.4%, 1만4826대), 르노삼성(-88.7%, 867대)이 부진했다.

반면 기아(3.6%, 7만9000대), 쌍용(71.0%, 2589대)은 비교적 좋은 성적표를 받았다.

산업부는 유럽, 중동 등 주요국 코로나19 재확산 여파가 수출에 악재로 작용한 것으로 봤다.

지역별로 보면 북미 수출액이 18억3500만 달러 7.5% 증가했다. 유럽연합(EU)과 아시아 지역으로의 수출도 각각 2.5%, 4.4% 늘어난 6억8600만 달러, 2억100만 달러로 조사됐다.

이외에 동유럽(2억9700만 달러, -8.3%), 중동(4억9100만 달러, -11.5%), 중남미(1억3800만 달러, -6.1%), 아프리카(6200만 달러, -26.3%) 지역으로의 수출은 부진했다.

친환경차 수출은 전년 대비 9.7% 감소한 2만5760대로 집계됐다.

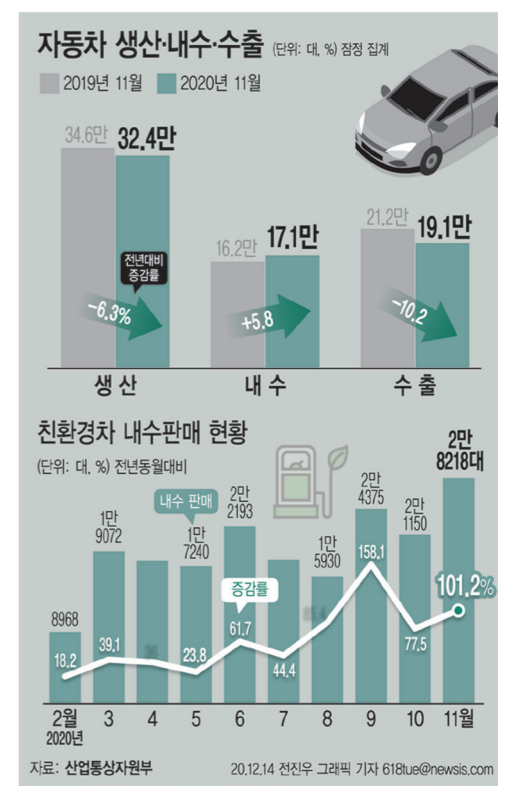
전기차는 22.8% 늘어난 1만1653대를 수출하면서 40개월 연속 성장세를 이어갔다.

이 영향으로 전체 자동차 수출에서 친환경차가 차지하는 비중도 18.4%로 전년 대비 1.3%포인트(p) 늘었다.

자동차 수출 대수는 줄었지만, 수출액은 2.1% 증가한 39억9000만 달러를 기록하면서 3개월 연속 상승세를 보였다.

고부가가치 차량인 스포츠유틸리티차량(SUV, 67.4%), 전기차(6.1%), 대형 승용차(2.7%)의 수출 비중이 상승했기 때문이다.

자동차 부품 수출액은 북미 시장의 완성차 판매 호조 등으로 전년 대비 6.5% 증가한 18억9000만 달러를 기록했다.



뉴욕에도 전남 농수산물식품 상설판매장...해외 13번째

올해 미국 수출액 30.6% 증가

뉴욕 상설판매장은 롱아일랜드 히क्स빌에 자리잡았다. 한인과 중국계 등 아시안인들이 모여 사는 지역으로 한국 식재료에 대한 이해도가 높은 곳이다.

코로나19 사태 여파로 올해 10월까지 전남지역 전체 농수산물식품 수출액은 지난해 대비 소폭(1.2%) 감소했으나, 미국 수출액은 30.6% 증가한 8039만달러로 전남도 수출 통계작성 이후 사상 최대치를 달성했다.

미국 농수산물식품 수출은 2017년 이후 매년 1000만달러 이상 증가를 보여 왔다. 민선 7기 출범 이후 추진한 전남 농수산물식품 상설판매장 운영이 주요한 것으로 분석된다.

전남 상설판매장은 미국에서만 LA 4곳, 시카고·뉴저지·뉴욕 각 1곳 등 총 7곳을 운영 중이다. 수출 견인 효과에 힘입어 전 세계로 설치를 확대 중이다.

이상은 전남도 국제협력관은 “코로나19로 인해 전 세계적으로 수출이 위축된 상황이지만 상설판매장 운영 등에 힘입어 전남의 미국 농수산물 수출은 대폭 늘어 고무적인

내년 관광 예산, 1조4956억원으로 확대

올해 예산 대비, 11.2% 증가

문화체육관광부(장관 박양우·문체부)는 내년 관광분야 예산에 1조4956억 원을 편성했다고 14일 밝혔다. 올해 예산 1조3449억원 대비 1507억원(11.2%)이 증가한 숫자다.

코로나19로 위기를 겪고 있는 관광업계를 지원하고, 코로나19 이후 관광산업 발전 기반을 조성하기 위해 예산을 늘렸다.

관광예산 증가율은 문체부 전체 예산 증가율(5.9%)보다 2배가량 높다. 이는 올해 전체 정부예산 증가율(8.9%)보다도 2.3%포인트(p) 높은 숫자다.

문체부에 따르면, 내년 관광예산 편성의 특징은 ▲코로나19로 큰 피해를 입은 관광업계를 지원하기 위한 예산 확대 ▲4차 산업혁명과 코로나19로 인해 가속화된 관광환경 변화에 대응할 수 있는 기반 마련 ▲지역관광 기반 구축 사업 본격화 등이다.

관광업계 지원예산 확대(6265억원 → 7603억원, 21.4% 증가)

관광 분야의 2021년 가장 시급한 과제는 코로나19로 전례 없는 위기를 맞고 있는 관광업계가 버틸 수 있도록 지원하는 것이다.

코로나19 위기가 장기화되면서 희망을 가지고 버텼던 여행업계, 호텔업계 등의 어려운 상황이 쉽게 호전되지 못하고 있다.

이에 따라 문체부는 관광업계가 코로나19 상황을 극복하고 대응할 수 있도록 투·융자를 확대한다. 관광기업 육성 및 창업 지원을 위한 예산도 증액했다. 특히 코로나19로 인해 가장 피해가 심한 여행업계가 디지털 환경에 적응할 수 있도록 상담(컨설팅)과 종사자 교육을 위한 예산(50억 원)을 별도로 편성했다.

코로나19 상황을 극복하기 위한 업계 지원을 위한 주요 예산은 2020년 6265억 원(예산 기준)에서 2021년 7603억 원으로 1338억 원(약 21.4%) 증가했다.

특히 ▲관광기금 융자(5450억원)→5940억원 ▲관광기업 육성펀드 출자금 확대(300억 원 → 450억원) ▲창업지원 및 벤처기업 육성(515억원)→745억원 ▲여행업계 생태계 전환(신규 50억 원) ▲숙박할인권 제공(신규 418억 원) 등이다.

코로나19는 전통적인 관광에서 진일보한 관광과 기술과의 융·복합, 즉 ‘디지털 관광뉴딜’의 필요성도 증가하게 했다.

문체부는 이러한 환경 변화에 대응하기 위해 안전과 디지털 혁신을 위한 예산을 총 179억4000만 원에서 389억6800만 원으로 210억2800만 원(117.2%) 증액했다.

▲안전한 숙박환경 조성을 위한 안전진단 상담(컨설팅) 지원 예산을 새롭게 반영하고(신규 36억 원) ▲관광 분야 거대자료 구축·활용 및 스마트관광도시 등 스마트 관광 활성화 예산을 두 배가량 증액(157억1200만 → 301억7200만)원했다.

▲관광 분야 연구개발(R&D)(22억2800만원)→39억9600만원 ▲관광한국 실감콘텐츠 제작(신규 12억 원) 예산 등도 디지털 혁신을 위해 편성했다.

지역관광 기반 구축 사업 본격화(565억 1800만원 → 1179억 4800만 원, 108.6% 증가)

수도권에 집중되는 방한관광객 수요를 지역으로 확산하기 위한 5개 관광 거점도시 육성 사업이 내년부터 본격화됨에 따라 관련 예산을 증액했다. 관광의 지역균형 발전을 위해 상대적으로 관광 기반시설이 취약한 중부·서부내륙권·충청유교문화권 지역에 대한 관광개발 예산도 증액했다. 특히 ▲관광거점도시(159억 원) → 383억 원 ▲중부내륙권 관광개발(58억 1800만 원 → 88억 4600만 원) ▲서부내륙권 관광개발(199억 3200만 원 → 411억 4400만 원) ▲충청유교문화권 관광개발(119억 8800만 원 → 241억 7800만 원) 등 관광개발 사업 예산을 크게 확충했다.

▲쇼핑, 교통, 안내 등 지역관광 서비스 혁신을 위한 관광 편의성을 높이는 예산도 확대(28억 8000만 원 → 54억 8000만 원)했다.

“필(必) 환경 시대”...식품업계, 일회용 쓰레기 줄이기 앞장

코로나19 재확산 여파로 배달음식 급증에 폐기물 발생량 증가 예상

크를 ‘슬로우밀크 후레쉬팩’으로 새롭게 출시했다. ‘슬로우밀크 후레쉬팩’은 매일유업의 플라스틱 사용 저감 활동의 일환으로 기존 페트 병에서 종이재질 후레쉬팩으로 변경됐다.

제품 패키지 상단에 후레쉬팩을 적용했으며 두꺼운 3중 재질의 패키지를 사용했다. 신선함과 간편함을 더한 것이 큰 장점이다.

동원홀푸드가 운영하는 온라인 장보기 마켓 ‘더반찬&은’은 신선식품 포장용 스티로폼 박스를 ‘친환경 종이박스’로 대체했다.

택배, 음식 배달 등 비대면 서비스 이용이 늘어나면서 포장재를 비롯한 각종 폐기물이 환경 문제로 떠오른 가운데 사회적으로 중요성이 높아진 친환경 요소를 강화하고 나선 것이다.

더반찬&은 이번 친환경 종이박스 도입으로 연간 약 40개, 무게로 환산했을 때 약 62톤(t)의 스티로폼 박스를 대체하는 효과가 있을 것으로 예상하고 있다. 향후 친환경 종이박스 배송 서비스 지역을 단계적으로 확대해나갈 예정이다.

환경을 보호하는 다양한 캠페인을 전개하는 기업들도 늘고 있다.

롯데칠성음료는 지난 10일 강릉시 연곡면에 위치한 연곡초등학교를 방문해 학생들이 보낸 플라스틱 관련 문의 편지에 대한 답장을 직접 전달했다.

이번 방문은 지난 11월 연곡초등학교 학생들이 플라스틱 재활용 문제 개선을 요청하는 내용의 손편지를 보내온 것을 인연으로 시작했다.

이에 롯데칠성음료는 연곡초등학교에 직접 방문해 분리배출의 필요성, 올바른 분리배출 방법, 자원의 재활용 과정 등 환경보호와 자원재활용에 대한 설명과 롯데칠성음료에서 환경보호를 위해 진행한 활동 사례들을 담은 답장을 전달했다.

김미희기자

국내 최초 전남산 돼지고기 ‘인도시장’ 첫 진출

국내 최초로 전남지역 돼지고기가 인도에 수출됐다.

전남도도와 주식회사 ‘잇다’는 14일 국내 최초로 인도에 20만 달러 상당 돼지고기 ‘보성낙돈’을 수출하기 위한 컨테이너 선적식을 가졌다.

이번 수출을 시작으로 잇다는 향후 5년간 총 200만 달러 상당의 보성낙돈을 인도에 수출한다.

이번 수출은 지난 2월 전남도에서 파견한 2020 전남도 서남아 시장개척단을 통해 발굴한 인도측 바이어와 잇다의 지속적인 협상으로 성사됐다. 지금까지 인도는 한국 돼지고기 수출의 불모지였지만, 이번 수출로 인도의 프리미엄 육돈시장에 대한 수출길이 열리게 됐다.

잇다는 지난 2017년 설립돼 육차사료를 먹인 프리미엄 돼지고기를 유통하고 있으며, 지난해부터 러시아, 홍콩 등 해외에도 수출 중이다. 보성낙돈은 보성의 녹차잎으로 가공한 전용 배합사료만을 먹인 돼지고기로 훌륭한 육질과 인안에 가득 퍼지는 담백한 풍미를 가진 안전하고 품질 좋은 프리미엄 브랜드다.

이상진 전남도 국제협력관은 “이번 인도 육돈 수출은 전남의 맛 좋고 품질 좋은 우수 농축산물을 인도에 알리는 계기가 될 것이다”며 “낙돈을 시작으로 다양한 전남의 제품을 인도에 소개해 서남아시아 수출시장을 확대하겠다”고 말했다.