

‘코로나 충격 탈출’ 광주·전남 1분기 수출 19.9% 증가

광주수출, 지난해 3·4분기이어서 올 1분기도 증가세 유지

전남수출, 지난해 4분기 연속 마이너스 기록 후 처음 반등

올해 1분기 광주·전남지역 수출이 코로나19 충격에서 벗어나 전년 동기 대비 두 자릿수까지 증가한 것으로 나타났다. 19일 한국무역협회 광주전남지역

본부가 발표한 1분기 광주·전남 수출입 동향자료에 따르면 광주·전남지역 수출은 전년 동기 대비 19.96% 증가한 129억1000만 달러에 무역수지는 38억4700만달러 흑자를 기록했다.

1분기 광주지역 수출은 39억2000만 달러로 전년 동기 대비 17.6% 증가했다. 광주 수출은 코로나19 사태가 처음 촉발한 지난해 1분기(-1.2%)를 시작

으로 2분기(-23.1%)까지 연속 내리막 길을 달렸지만 3분기(20.35%), 4분기(17%)에 이어 올해 1분기 들어 완전 회복세로 돌아섰다.

올 1분기 품목별 수출 증가율은 냉장고(67.7%), 고무제품(28.7%) 반도체(23.4%), 자동차(13.5%) 순으로 높았다.

전체 수출품목 중 가장 많은 비중(37.7%)을 차지하는 자동차는 북미,

유럽 등 주요 글로벌마켓의 경제활동 재개로 수요가 늘어나면서 전년 동기 대비 13.5% 증가한 14억7600만달러를 기록했다.

전남지역 수출도 89억9000만 달러를 기록해 전년 동기 대비 22.3% 증가했다.

전남 수출은 지난해 1분기(-11.1%), 2분기(-31.1%), 3분기(-14.9%), 4분기(-10.6%) 연속 마이너스를 기록하다

올 1분기 들어 처음으로 반등했다.

올 1분기 품목별 수출은 석유제품(-9.4%)을 제외한 철강관(106.1%), 선박해양구조물·부품(59.3%), 합성수지(23.3%) 등 주력 품목 모두 증가했다.

수출이 급등한 철강관은 철광석 가격 상승에 따른 수출단가 호재와 미국과 중국 등 주요국의 산업경기 회복에 힘입은 것으로 나타났다.

서선욱기자

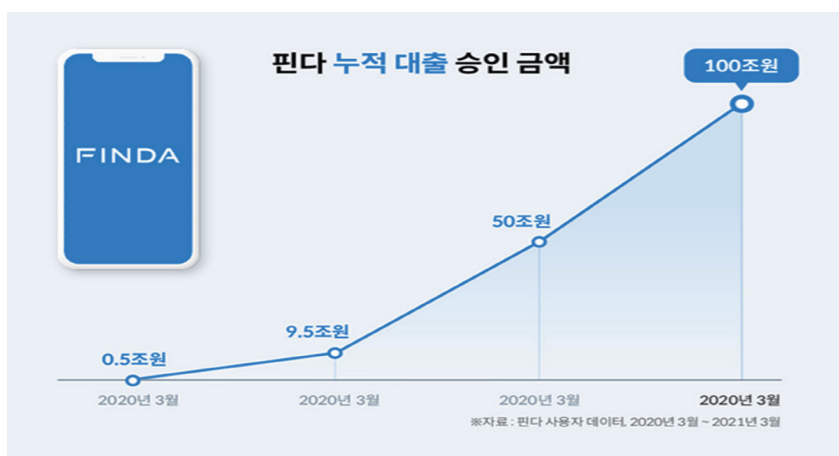


신세계백화점, 헬스&뷰티 홈케어

19일 서울 중구 신세계백화점 본점에서 모델들이 '헬스&뷰티 홈케어' 행사를 소개하고 있다. 신세계백화점 본점은 오는 22일까지 '헬스&뷰티 홈케어' 테마행사를 열고 운동기구부터 셀프 뷰티 케어까지 집에서 쉽고 재미있게 즐길 수 있는 다양한 상품을 선보인다.

‘대출 비교 서비스 앱’ 핀다, 누적 대출 승인액 100조 돌파

“모바일로 간편하게 30개 이상 금융사 확정 대출 조건 확인 가능”



대출 중개 및 관리 서비스를 제공하는 핀테크 기업 핀다가 대출 중개 서비스를 통해 30여개 은행의 대출 한도 승인을 받은 금액이 100조원을 넘었다고 19일 밝혔다.

핀다는 2019년 5월 금융위원회의 1사전속주의 규제 샌드박스를 받은 핀테크 기업으로 같은 해 7월 첫 번째로

비대면 대출 중개 서비스를 선보였다. 사용자는 본인 명의 모바일을 통해 복잡하게 서류 제출, 은행 방문 등의 과정 없이 30개 이상 금융기관의 확정 대출 조건을 조회할 수 있고, 빠르면 10분 안에 대출금을 입금 받을 수 있다.

핀다의 대출 비교 서비스는 출시 1

년 8개월 만에 누적 승인금액 100조원을 넘겼다. 작년 말 기준 50조원을 기록한 이후, 3개월 만에 두 배 이상 증가한 것이다. 회사는 서비스 사용률과 더불어 연계 금융기관의 수가 증가함에 따라 승인금액 규모가 커지는 속도도 빨라진 것으로 분석했다.

100조원이 넘는 동안 서비스 장애율은 0.01% 수준에 그쳤다. 30개가 넘는 금융기관의 개별 개인신용평가모델(CSS)에 동시 접근해 1분 내로 정보를 수집하는 기술을 안정적으로 유지하기 위해 서비스 장애 예방 활동을 강화해온 데 따른 것이다.

처음에는 사용자의 피드백을 사내 메신저를 통해 실시간으로 확인하고 발 빠른 대응을 이어오다, 최근에는 자주 발생하는 오류를 카테고리별로 나누어 매뉴얼을 만들고 예방에 집중하고 있다.

최기술기자

로봇이 마스크 착용 판별·체온 측정...병원 소독까지

용인세브란스·SKT, 감염관리 강화 스마트병원 구축 SKT 5G 기술에 용인세브란스 위치 추적시스템 결합 5G 방역로봇 솔루션 구축...24시간 상시 방역체계 구현



연세대학교 의과대학 용인세브란스병원은 SK텔레콤과 5G 네트워크와 실시간 위치 추적시스템(RTLS)을 활용해 감염 관리 기능을 강화한 '5G 방역로봇 솔루션'을 구축했다고 19일 밝혔다. 포스트 코로나 시대에 대비해 감염병 위험으로부터 의료진과 환자들을 보호하고 환자의 편의를 높일 수 있는 스마트 병원으로 거듭나겠다는 취지다.

용인세브란스병원이 구축한 5G 방

역로봇의 이름은 '비누(BINU)'로 '방역에서도 새로운(BE NEW)'을 추구한다는 뜻을 담고 있다. 5G 방역로봇 비누는 인공지능(AI)으로 사람의 얼굴을 식별해 내원객의 마스크 착용 여부를 판별하고 체온을 측정한다. 또 내원객 밀집도를 분석해 일정 수 이상의 사람이 모여있을 경우 사회적 거리두기를 음성으로 안내하고, 자외선(UV) 방역 기능을 갖춰 병원 내부도 자율적으로 소독한다.

5G 방역로봇 솔루션 구축은 용인세브란스병원과 SK텔레콤이 지난 2019년 4월 '국내 최초 5GX 디지털혁신병원 구축을 위한 업무협약(MOU)'을 체결한 후 진행한 지속적인 기술 협력을 바탕으로 이뤄졌다.

지난해 3월 개원 당시 용인세브란스병원은 SK텔레콤과 함께 국내 의료기관 중 최초로 병원 내 5G 통신망을 구축했다. 이번 방역로봇 솔루션에도 SK텔레콤의 선진적인 5G 기술이 활용됐다. 용인세브란스병원은 코로나19 감염 환자의 위치를 신속하게 파악하기 위해 개발한 RTLS를 방역로봇 위치 파악과 내원객 밀집도 분석 등에 적용했다.

용인세브란스병원은 5G 방역로봇 솔루션 도입으로 주간 비대면 방역과 야간 소독 등 24시간 상시 방역 체계를 구현해 내원객들이 코로나19 감염에 대한 불안 없이 진료를 받을 수 있는 환경을 조성했다.

용인세브란스병원과 SK텔레콤의 5G 방역로봇 솔루션 구축은 보건복지부와 한국보건산업진흥원이 주관하는 한국판 뉴딜 과제인 스마트병원 선도모델 지원 사업의 일환으로 진행됐다. 용인세브란스병원은 지난해 9월 보건복지부가 주관하는 스마트병원 선도모델 지원 사업의 대상 기관으로 선정돼 이달까지 스마트 인프라 및 스마트 감염관리 시스템을 구축할 예정이다.

김민정기자

“해외 여행 대신”...현지 맛 느낄 수 있는 이색 소스 인기

마켓컬리에서 로제, 라구, 발사믹, 스리라차 등 이색 소스가 인기가 있다.

마켓컬리는 올 1월1일부터 4월15일까지 소스 판매량을 분석한 결과, 지난해 같은 기간 대비 107% 증가했다고 19일 밝혔다.

로제, 라구, 발사믹, 스리라차 등의 이색 소스가 높은 판매량 증가를 보였다. 마켓컬리는 코로나로 인해 해외에 나갈 수 없게 되자 해외의 이색 소스들을 이용한 요리를 맛보기 위해 인기를 끌고 있는 것으로 분석했다.

지난해 대비 가장 높은 판매량 증가를 보인 소스는 로제다. 작년 대비 389% 증가했다. 최근 떡볶이의 대표 소스로 인기를 끌고 있으며 짬뽕, 닭발 등에도 활용되고 있다.

다음으로 판매량이 높았던 제품은

라구 소스로 전년 동기 대비 254% 증가했다. 라구 소스는 이탈리아 전통 제품으로 고기를 이용한 소스다. 고기를 잘게 썰어 으갠 뒤에 야채와 함께 단시간에 튀겨서 만드는 소스로 소고기, 닭고기, 돼지고기 외에 오리, 양고기 등 다양한 고기를 이용한다.

포도주를 발효시켜 만든 발사믹 식초에 양파, 사과, 마늘 등을 더해 만든 발사믹 소스도 판매량이 189% 증가하며 인기를 끌고 있다. 샐러드 소스로 인기 있는 발사믹 소스는 발사믹 식초를 베이스로 트러블, 무화과, 블루베리 등 다양한 재료를 추가해 만들어 취향대로 선택할 수 있다.

그 외에 미국의 대표 핫소스이자 태국식 칠리 소스인 스리라차 소스도 인기다. 저탄고지 다이어트 소스로 인기



를 끌고 있는 스리라차 소스는 지난해 같은 기간 대비 122% 판매량이 증가했다.

마켓컬리는 이색 소스를 포함해 함께 곁들여 먹을 수 있는 요리와 재료를 소개하는 '소스의 모든 것' 기획전을 오는 22일까지 진행한다.

서선욱기자

여행 안전해지면...72% “가족·친구들과 재회 가장 기대”

전 세계 여행객들은 앞으로 안전하게 여행을 떠날 수 있는 날이 온다면 가족 및 친지 또는 친구들과의 재회를 우선순위에 두고 있는 것으로 나타났다.

디지털 여행 기업 부킹닷컴은 한국인 1000여명을 포함한 전 세계 28개국 2만8000여명의 여행객을 대상으로 진행된 '백 투 트래블' 설문조사 및 분석 결과를 19일 공개했다.

응답자 3분의 2(글로벌 72%·한국 62%) 이상이 '타지에 살고 있는 가족·친지와 재회'가 가장 기대된다고 밝혔다. 친구와의 재회를 가장 기대하고 있는 응답자도 같은 비율인 72%(한국 65%)를 차지했

다. '집에서 가까운 곳으로 휴가를 떠나기를 고대하고 있다'고 응답한 글로벌 여행객은 72%(한국 69%)였으며, 응답자의 65%(한국 69%)는 '실제 가까운 시일 내 여행을 떠날 예정'이라고 답변했다.

'여행 제한 조치가 해제되면 가능한 한 곳으로 여행을 떠나겠다'고 말한 비율은 35%(한국 31%)로 나타났다.

자유롭게 여행을 즐기는 것이 장기간 어려워지면서 여행 및 인생을 바라보는 많은 사람들의 시각에도 변화가 일어난 것으로 확인됐다. 전 세계 응답자의 절반 이상(글로벌 58%, 한국 47%)은 '특정 국가

로의 여행을 피할 것'이라고 답했다.

'삶에는 걸모습보다 중요한 것이 많다는 사실을 깨달았다'고 밝힌 응답자는 42%(한국 36%)로 지난 한 해 혼자 보내는 시간이 늘어남에 따라 많은 이들이 자신에게 정말 중요한 것과 중요하지 않은 것이 무엇인지 다시 한번 고민해보는 기회를 가진 것으로 보여졌다.

이밖에 글로벌 여행객의 21%는 '다시 여행을 떠난다면 여행 중 음식을 섭취할 때 칼로리 계산에 신경을 쓰지 않아도 된다는 점이 가장 기대된다'고 밝힌 반면 한국인은 13%로 낮은 수치를 기록해 눈길을 끌었다.

김민정기자

우버와 손잡은 티맵택시, '우티'로 변경...새 로고 첫 공개

우버와 티맵의 앞글자 각각 따와 작명

티맵택시와 우버가 조만간 '우티'(UT)라는 이름으로 택시 호출 서비스를 시작할 예정이다.

19일 SK텔레콤에 따르면 티맵모빌리티는 이날 오전 10시 공지사항을 통해 사용자들에게 티맵택시 앱의 명칭이 우티라는 이름으로 바뀐다고 알렸다.

이와 함께 우티 새 로고와 티저 영상도 첫 공개했다. 아직 우티 서비스 개시일은 구체적으로 명시되지 않았으나 이달 내로 출

시될 것으로 예상된다.

SK텔레콤의 자회사 티맵모빌리티와 우버는 지난 1일 우티 유한회사(UT LLC)를 출범시켰다. 그 후 첫 서비스로 택시 호출 서비스가 개시되는 것이다.

우티 관계자는 "새로운 택시 서비스 명칭 우티는 우버와 티맵의 앞글자를 각각 따온 것으로 넓게는 우리들의 택시라는 의미이다"며 "드라이버와 승객, 나아가 지역 공동체와의 상생에 도모하겠다는 철학도 내포하고 있다"

고 말했다.

앞서 SK텔레콤은 국내 1위 내비게이션 서비스 '티맵'에서 나아가 미래 모빌리티 혁신을 선도하기 위해 지난해 12월 29일 모빌리티 사업부를 '티맵모빌리티'라는 사명으로 분사했다.

이러 티맵모빌리티는 세계적 모빌리티 기업인 우버와 손잡고 지난 1일 우티 유한회사를 출범시켰다. 우버는 우티에 1억 달러(약 1147억원)를 투자해 지분 51%를 가져가고, 이와 별도로 티맵모빌리티에도 5000만 달러(약 573억원)를 투자키로 한 바 있다.

기획재정부