

석달 만에 끌어낸 무역 적자... “우크라 사태’ 영향 제한적”

산업부, ‘2월 수출입동향’ 발표...2월 사상 최고

하루 평균 수출액 27억불로 최고치 갈아치워

對 러시아·우크라 수출 늘어...CIS 수출 45% ↑

우크라이나 사태 등 지정학적 리스크에도 지난달 수출이 1년 전보다 20% 넘게 늘어나면서 2월 기준 역대 가장 많은 수출액을 기록했다.

올해 들어 국제유가 등 에너지 가격이 급등하면서 수입액도 최고치를 찍었지만, 수출 규모가 이를 웃돌면서 무역수지는 3개월 만에 흑자로 돌아섰다.

◆2월 수출 539억 달러로 ‘역대 최고’

산업통상자원부는 지난달 수출액이 539억 1000만 달러로 전년 대비 20.6% 늘었다고 1일 밝혔다.

이는 같은 2월 기준으로 역대 가장 많은 수출액이며 500억 달러를 넘긴 것도 이번이 처음이다. 이전까지는 2012년 2월 기록한 463억 달러가 최고치였다.

당시에는 조업일수가 23일로 많았지만, 지난달의 경우 조업일수가 20일에 그쳤음에도 최고 실적을 경신했다는 데 의미가 있다.

하루 평균 수출액도 26억9600만 달러로

월간 사상 최고치를 갈아치웠다.

우리 수출은 지난 2020년 11월(3.9%)부터 12월(12.4%), 2021년 1월(11.4%), 2월(9.5%), 3월(16.6%), 4월(41.1%), 5월(45.6%), 6월(39.7%), 7월(29.6%), 8월(34.9%), 9월(16.7%), 10월(24.0%), 11월(31.9%), 12월(18.3%), 2022년 1월(15.2%)까지 16개월 연속 상승세를 이어오는 중이다.

또한 두 자릿수 수출 증가율도 12개월째 지속되고 있다. 이는 글로벌 금융위기에서 수출이 회복된 시점인 2009년 11월부터 2011년 9월 이후 10년 만이다. 16개월 연속 수출 증가 역시 2016년 11월부터 2018년 3월 이후 처음이다.

품목별로는 반도체(24.0%), 컴퓨터(44.5%), 디스플레이(39.2%), 가전(14.6%), 철강(40.1%), 석유화학(24.7%), 석유제품(66.2%), 바이오헬스(24.7%), 자동차(9.1%) 등 15대 주요 품목 가운데 14개 품목의 수출이 증가했다.

특히, 반도체(20개월 연속), 무선통신(16개

월), 석유화학-철강(14개월), 일반기계·석유제품·컴퓨터(12개월), 디스플레이(11개월) 등은 장기간 수출 증가세를 유지하는 중이다.

반면 자동차 부품 수출은 차량용 반도체 수급 영향에 따른 해외 공장 생산 감소로 1.1% 줄었다.

지역별로 보면 미국(20.9%), 중국(16.0%), 유럽연합(8.6%), 아세안(38.4%) 등 4대 시장을 비롯해 9대 전 지역에서 모두 11개월 연속 증가했다.

현재까지 우크라이나 사태가 수출에 미치는 영향은 제한적이라는 분석도 나온다.

실제로 대(對)러시아 수출이 전체의 73%를 차지하는 CIS 지역으로의 수출액은 13억 달러로 전년 대비 45.6% 늘었다. 러시아와 우크라이나에 대한 수출은 각각 48.8%, 21.2% 늘어나면서 지난 1월에 이어 증가세를 유지했다.

이외에 일본(12.7%), 중남미(18.1%), 인도(4.9%), 중동(30.4%) 등도 강세를 보였다.

◆에너지 수입액 감소에 무역 수지 개선

수입액도 같은 달 기준 역대 최고치를 찍었다. 지난 2월 수입은 25.1% 늘어난 530억 7000만 달러를 기록했다.

올해 들어 지정학적 리스크 등의 영향으로 국제유가 등 원자재 가격이 급등하면서 수입액도 늘어난 것으로 풀이된다. 지난달 원유·

가스·석탄 등 에너지 수입액은 124억8000달러로 1년 전과 비교해 43억4000만 달러 증가한 것으로 집계됐다.

수입액이 크게 늘었지만 수출 규모가 이를 웃돌면서 무역수지(수출액-수입액)는 8억 4000만 달러로 3개월 만에 흑자로 돌아섰다.

앞서 지난해 12월(-4억3000만 달러)과 올해 1월(-48억3000만 달러)에는 2개월 연속 무역 적자를 기록한 바 있다. 지난 1월의 경우 에너지 수입액이 159억5000만 달러로 지난달보다 34억6000만 달러나 많았다.

주요 품목들의 하루 평균 수출액이 지난 1월보다 증가하면서 무역 수지 개선에 기여했다는 평가도 나온다.

반도체의 경우 4억9200만 달러에서 5억 1900만 달러로 늘었고, 석유화학과 석유제품도 각각 22억8000만 달러, 1억6000만 달러에서 29억4000만 달러, 1억9900만 달러로 뛰었다. 여기에 컴퓨터(6억5000→7억5000만 달러), 바이오(7억6000→7억9000만 달러), 선박(3억5000→8억7000만 달러) 등도 힘을 보탰다.

산업부는 “오미크론 확산, 원자재 가격 상승, 우크라이나 사태 등 어려운 대내외 여건에도 무역수지는 1월 대비 대폭 개선되며 흑자 전환했다”고 평가했다.

◆“對 러시아 수출 통제에 따른 기업 피해 최소화”

정부는 우크라이나 사태 등 대외 요인이 수출에 미치는 영향을 최소화하면서 증가세를 유지할 수 있도록 지원 대책을 집중 추진한다는 방침이다.

구체적으로 코트라, 한국무역협회 등과 수출입·현지 기업들의 고충을 상시 접수하고, 전담 지원창구를 통해 이를 해소할 계획이다. 또한 올해 상반기에 무역보험과 수출마케팅 관련 사업에 각각 100조원, 1100억원을 투입해 대러시아 수출 통제에 따른 기업들의 자금난 해소와 해외 판로 개척을 돕기로 했다.

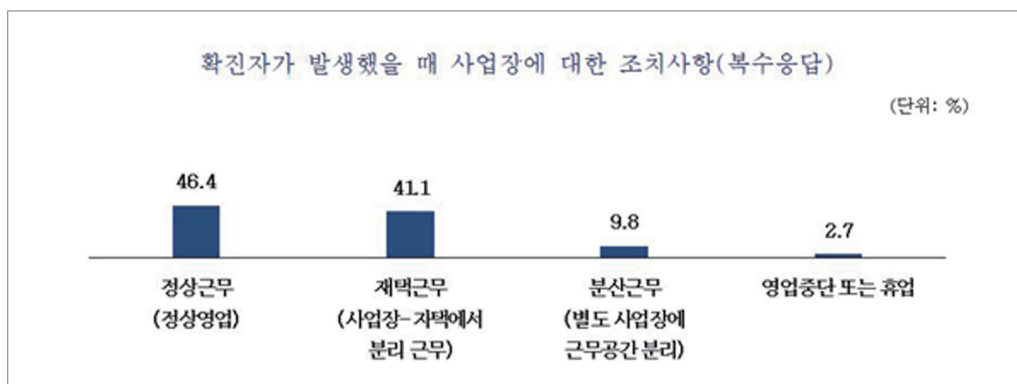
물류난이 안정화될 때까지 선박 공급과 물류비 지원도 지속해서 이뤄진다. 아울러 현지 공동물류센터·항만시설 확충 등도 추진한다.

문승욱 산업부 장관은 이날 수출입동향 자료에서 “2월 수출이 20% 이상 큰 폭으로 증가하면서 2개월 연속 이어진 무역적자의 고리를 끊고 3개월 만에 흑자 전환을 적극적으로 달성했다”고 평가했다.

그러면서 “2월 흑자 전환은 우크라이나 사태 악화, 글로벌 공급망 재편 등으로 우리 경제가 어려운 시기에 이루어낸 의미 있는 성과”라며 “우리와 경제구조가 유사한 국가들이 에너지 가격 급등으로 대규모 무역적자를 기록하는 상황에서 우리 제조업의 저력을 보여준 쾌거”라고 덧붙였다.

김재환기자

확진자 나온 중기 46% “정상근무”...영업중단·휴업은 2.7%



올해 제조업·서비스업 중소기업 10곳 중 2곳 이상이 코로나19 확진자가 발생한 것으로 나타났다. 특히 절반 가까이가 확진자가 발생했을 때 정상근무를 실시했다. 영업중단 또는 휴업 기업은 3%도 안됐다.

중소기업중앙회(중기중앙회)가 최근 제조업·서비스업 중소기업 300개사를 대상으로 실시한 ‘코로나19 오미크론 대확산 관련 중소기업 실태조사’ 결과다.

1일 중기중앙회에 따르면 응답기업의 23.3%

는 올해 1월1일 이후 사업장에서 확진자가 발생했다고 했다. 발생하지 않은 기업은 76.7%로 나타났다.

확진자가 발생했을 때 정상근무를 실시한 기업은 46.4%로 가장 많았다. 이어 제택근무(41.1%), 분산근무(9.8%)가 뒤를 이었다. 전면적인 영업중단이나 휴업을 실시한 기업은 2.7%에 그쳤다.

확진 근로자에 대한 조치사항으로 응답기업 10곳 중 6곳 이상(62.9%)이 유급휴가 또는 병

가를 부여했다. 무급휴가 부여(18.6%), 연차사용 권고(15.7%)의 순으로 뒤를 이었다.

근로자 감염확산 예방을 위해 실시 중이거나 실시 예정인 사항으로 ‘마스크·소독제 등 지급’(28.4%)이 가장 많은 것으로 조사됐다. ‘정기적 소독’(24.3%), ‘분산식사와 다중이용시설 폐쇄’(13.5%) 순으로 나타났다.

확진자 증대에 따른 우려사항은 ‘영업·가동 중단에 따른 매출하락’(43.9%), ‘근로자 이탈에 따른 인력난 심화’(21.5%), ‘판로 축소와 고객 이탈’(17.1%) 순으로 집계됐다.

코로나19 위기 극복을 위한 최우선 과제로는 ‘인력부족 해소’를 위한 근로시간 유연화(28.3%), ‘사회적 거리두기 완화’(27.0%), ‘금융지원 확대’(19.7%)로 분석됐다.

추문갑 중기중앙회 경제정책본부장은 “현장 인력난이 가장 심화되고 있는 만큼 주 52시간제 보완 등 근로시간 유연화와 함께 현장견을 바탕으로 사회적 거리두기 체계를 개편할 필요가 있다”고 밝혔다.

최이슬기자



롯데마트, “구워 먹는 과일이 뜬다”

‘캠핑갈때 감귤’ 출시

롯데마트가 틈새 과일시장을 공략한다. 롯데마트는 캠핑족 공략을 위해 상품 포장지에 레시피를 넣은 캠핑용 과일 상품을 선보인다고 28일 밝혔다. 과일 상품 포장지에도 레시피를 넣어 다양한 섭취 방식을 알리고 소비자들의 편의성을 증진시킨다는 취지다.

지난 1월 캠핑용 ‘구워먹는 토마토’(500g, 팩, 국산)에 이어 이번엔 구워 먹는 감귤인 ‘캠핑갈때 감귤’을 출시한다. 일반적인 감귤의 사이즈는 2S(가장 작은 크기)부터 2L(가장 큰 크기)까지 있는데 ‘캠핑갈때 감귤’은 캠핑 시 화로에 굽기 가장 적당한 사이즈인 2S부터 M(중

간 사이즈)까지 구성했다.

불에 굽게 되면 신맛은 줄고 당도가 높아져 일반적인 감귤보다 우수한 풍미를 준다. 캠핑이 아닌 가정에서 요리를 해먹을 수 있는 방법도 기재했다. 롯데마트는 출시 기념으로 오는 3일부터 일주일 동안 전 점에서 ‘캠핑갈때 감귤’(1.2kgX2팩)을 1만5900원에 선보인다.

송하숙 롯데마트 과일팀 MD(상품기획자)는 “고객들이 과일을 먹는 방법이 다양화되고 있다는 점에 착안해 테마에 따른 레시피를 과일 상품 포장지에 넣었다”며 “앞으로도 파인애플, 바나나, 오렌지 등으로 구워 먹는 과일에 대한 상품 개발을 확대해 소비자 선택의 폭을 넓혀겠다”고 말했다.

이슬비기자

접시·차잔·커피머신에 돈 쓴다...혼수시장 ‘고급화’ 바람

코로나 장기화...예식·신혼여행보다 혼수 제품

코로나19가 혼수 시장에도 영향을 미치고 있다. 예식과 신혼여행에 드는 비용 대신 부부만을 위한 혼수 비용에 좀 더 신경 쓰는 추세가 이어지고 있기 때문이다. 특히 하나를 사더라도 가격보다는 심리적인 만족을 높이는 프리미엄 제품을 선호하는 경향이 커졌다.

1일 관련 업계에 따르면 가장 눈에 띄는 것이 식기의 프리미엄화다. 흔히 식기는 식사를 담는 용기로만 여겨졌다.

하지만 코로나19로 집에 있는 시간이 늘어나고 외식보다는 홈룩을 선호하는 사람들이 증가하면서 식기가 하나의 라이프스타일을 표현하는 수단이자 인테리어 소품으로 인식되고 있다.

영국 프리미엄 테이블웨어 ‘텐비’는 장인들의 손길을 거쳐 핸드메이드로 제작돼 각각의 제품이 특별한 가치를 지닌다. 영국 디버셔 지방의 점토로 만들어져 내구성이 강해 오븐, 전자레인지, 식기세척기, 냉동실에서 사용이 가능하다. 다양한 테이블 스타일링도 할 수 있다.

‘모더스’ 라인은 원석의 색감과 마치 하나의 예술 작품같은 디자인이 특징이다. 파도가 지나간 흔적과 같은 음브레 효과를 패턴과 질감으로 표현했다.

과거에는 굳이 가정용으로 소장하지 않던

케이크 스탠드나 티팟과 같은 티웨어에 대한 수요도 꾸준히 증가하고 있다.

영국 티웨어 브랜드 ‘버얼리’는 수공예 기법을 고수하며 클래식한 디자인부터 현대적인 패턴까지 아우르며 국내 소비자들에게도 관심을 받고 있다. ‘아시아티 페인트’는 꽃과 새를 표현한 동양적인 패턴과 로렌틱한 컬러가 특징이다.

홈카페 문화가 확대됨에 따라 커피 머신도 혼수 아이템으로 자리 잡았다.

과거 인기였던 캡슐 커피머신에서 ‘전자동 커피 머신’으로 넘어오고 있다. 전자동 커피 머신은 터치 한번으로 분쇄부터 추출까지 가능하다. 집에서 바리스타처럼 수준급 커피를 내려 마실 수 있다.

스위스 하이엔드 전자동 커피머신 브랜드 ‘유라’의 홈바리스타 에디션 ‘ENA4’는 콤팩트한 사이즈와 깔끔한 컬러 디자인으로 고급스러운 홈카페를 연출해준다. 3단계 커피농도 조절과 7단계 원두 굽기 조절 등 취향에 맞게 맞춤형 스페셜티 커피를 추출할 수 있다.

‘필립스’의 ‘5400 라떼고’는 원두 분쇄 굽기부터 커피 강도·양까지 쉽게 조절해 내 취향에 커피를 즐길 수 있다.

에스프레소부터 카푸치노, 라떼 마키아토,



플랫 화이트 등 총 12가지 커피 메뉴를 원터치로 내릴 수 있다.

인테리어 소품도 주목받고 있다. 조명이나 오브제 소품 하나만으로도 미술관이나 갤러리와 같은 분위기를 만들 수 있기 때문이다.

‘아니사 케르미슈 러브핸들 화병’은 엉덩이를 닮은 외관으로 일명 ‘엉덩이 화병’으로도 불린다. 화이트, 블랙, 브라운 등 다양한 컬러로 구성돼 있다. 평소 꽃을 꽂는 화병 용도뿐 아니라 오브제로도 사용이 가능하다.

‘아르떼미네’는 ‘인간을 위한 빛’을 모토로 하는 이태리 조명 브랜드다.

그 중 ‘블로메오 바스쿨라테’는 가장 큰 사이즈인 메가보다 한 사이즈 작은 장스탠드 플로어 조명이다. 거실이나 침실 분위기를 쉽고 부드럽게 바꿀 수 있다.

서선욱기자

삼성전자, ‘무풍 미리 장만 페스티벌’

삼성전자가 3월 한 달간 2022년형 ‘비스포크 무풍에어컨 갤러리’ 출시를 기념해 ‘무풍 미리 장만 페스티벌’을 진행한다

행사기간 동안 매장에서 비스포크 무풍에어컨 갤러리 I 시리즈를 구매하면 방문형 에어컨 ‘윈도우 핏’ 또는 로봇 청소기 ‘비스포크 제트 붓’을 무상으로 증정하고 최대 20만원 상당의 에어컨 추가 설치비도 지원한다. 또 비스포크 무풍에어컨 갤러리 II 시리즈의 경우 최대 40만원 상당의 포인트 혜택을 제공한다.

지난달 17일 출시한 비스포크 무풍에어컨 갤러리는 직박람 걱정없이 소비전력까지 줄여주는 제품이다. ‘UV LED 팬 살균’ 기능 추가로 ‘이치케어’ 7단계를 구현했다. 전 모델에 정정 기능이 탑재돼 사계절 공기청정기로 사용할 수 있다.



또 벽걸이형 포함 2022년형 가정용 무풍에어컨 제품에는 국내 최초로 탄소 배출량을 줄여 주는 친환경 냉매 R32를 적용했다. 솔라셀 리모컨, 에너지효율 1등급 모델 제품을 도입했다. 하단의 아트 패널을 분체 색상과 소비자 취향에 따라 별도 구매해 교체할 수 있는 것도 장점이다.

오유나기자