

# ‘먼 나라 일’ 아니다...우크라발 원자재값 폭등에 韓 시름

### 러·우크라 사태에 소맥 가격 75% ↑

### 성장률 하락·소비자물가 상승 우려

최근 대통령 선거는 빅 이벤트가 종료되며 이제 시선은 차기 정부 앞에 놓인 국정 현안에 모아지고 있다. 특히 엄청난 대내외 경제 상황에 가라앉은 성장 잠재력을 끌어올리는 것이 최우선 과제로 꼽힌다.

무엇보다 러시아·우크라이나 사태가 우리 경제에 미칠 타격이 우려되고 있다. 러시아의 우크라이나 침공에 따른 공급망 문제가 세계적으로 심각해지고 있기 때문이다.

산업 공급망은 복잡하게 연결된 신경계처럼, 직접적인 관련이 적어 보이는 영역에서 예상치 못한 파장을 일으키기도 한다. 이번 전시 상황은 원자재 가격 인상, 물류난, 대금 회수 문제 등으로 불거지며 그야말로 공급망의 나비효과를 체감한다.

13일 산업통상자원부가 최근 발간한 ‘글로벌

공급망 인사이트’ 보고서에 따르면 주요 수입 원자재의 가격은 기존 상승세에서 더욱 가파른 상승곡선을 그리고 있다.

우크라이나 향만 폐쇄, 러시아향 선박 운항 중단으로 곡물, 희귀가스 등이 세계적인 공급난을 겪고 있다. 대 러시아 수출 제재, 러시아산 원유 수입금지 등으로 인한 불확실성이 커지며 에너지 가격이 치솟고 있다.

‘유럽의 빵공장’으로 불리는 우크라이나는 세계 곡물 시장의 주요 공급처이다. 이번 사태 영향에 지난 4일 기준 옥수수, 소맥의 가격은 2021년 말 대비 각각 27.5%, 74.9% 급등했다.

같은 기간 브렌트유 선물 가격은 배럴당 77.78달러에서 118.11달러로 51.9% 상승했다. 석탄 가격은 톤(당)당 169.6달러에서 418.8

달러로 무려 149.9% 치솟았다. 러시아는 세계 원유 생산량의 11%, 석탄 생산량의 5%를 차지하는 자원부국이다.

각종 광물 등의 가격도 고공행진 중이다. 친환경 전환 수요로 비철금속 가격이 높아지는 가운데, 러·우크라이나 사태까지 겹치면서이다. 지난해 말 대비 이달 4일 기준으로 알루미늄(38.2%), 니켈(42.4%), 주석(21.3%) 가격은 일제히 두 자릿수 상승했다. 품목별로 러시아의 세계 생산 비중을 보면 알루미늄은 5.4%, 니켈 9.3%, 주석 1.2%다.

우리 수출을 지탱하는 반도체도 이번 사태에 영향을 받고 있다. 반도체 제조에 사용되는 핵심 소재인 네온가스·크립톤·팔라듐은 러시아와 우크라이나의 공급 비중이 매우 높으며, 양국 간 긴장 고조가 시작된 1월부터 단가가 급증했다.

네온가스와 크립톤은 올해 1월 수입단가가 지난해 평균 대비 각각 106.8%, 52.5% 상승했다. 팔라듐은 현물 가격이 지난해 평균 킬로그램(kg)당 74.6달러였는데, 이달 7일에는 kg당 103.2달러로 38.4% 뛰었다.

네온가스는 우크라이나가 세계 생산량의 70%를 차지하고, 크립톤은 러시아·우크라이나의 생산량이 전체의 80%에 달했다. 팔라듐은 전체 생산량 중 러시아에서 43%가 나오고 있다.

더욱 심각한 점은 향후 원자재 가격의 추가 상승이 예상된다. 코로나19 팬데믹 이후 세계 경제 회복의 탄력이 둔화될 것이라 전망이 나오는 배경이다.

구체적으로 글로벌 해운·항공사의 러시아향 선적 중단과 노선 변경으로 물류비 상승과 원자재 가격 상승 가능성이 있다.

물류난이 길어지면 반도체, 자동차, 전자제품, 스마트폰 생산 기업의 악영향도 불가피하다. 지난해 우리나라의 반도체 제조용 희귀가스에 대한 국가별 수입 의존도는 네온의 경우 우크라이나 23%, 러시아 5% 수준이다. 크립톤은 우크라이나 31%, 러시아 17%이며 제논은 러시아 31%, 우크라이나 18%다.

주요 원자재 품목 가격 인상에 3개월 만에 흑자 전환한 무역수지(수출액-수입액) 악화, 물가 상승 우려도 커지고 있다. 우리나라

뿐만 아니라 전 세계적으로 인플레이션 우려가 커지며 세계 경제 성장률 전망치가 하락할 가능성도 제기된다. 경기는 꺾이고 물가는 더 될 수 있다는 것이다.

JP모건은 올해 세계 경제 성장률은 0.8%p 하락하고, 소비자물가는 0.9%p 상승할 것으로 내다봤다. IMF는 전제 지속과 이에 따른 제재가 인플레이션을 더욱 악화시킬 수 있다고 우려했다. 앞선 데 달린 격으로 미국 연방준비제도(연준·Fed)의 금리 인상이 예상되며 글로벌 스테그플레이션(경기 침체 속 물가 상승) 압력이 커지고 있다.

한편 러·우크라이나 사태로 인한 또 다른 시각도 나오고 있다. 보고서는 유럽 국가들이 천연가스 수입처를 러시아 외로 다변화해 액화천연가스(LNG) 운반선 수요가 늘 것으로 예상하며, 이는 LNG 운반선 건조에 기술적 우위를 보유한 한국 조선산업에 기회로 작용할 수 있다고 분석했다. 유가 상승으로 국내 원유 재고 보유 기업의 이익 확대와 정제 마진도 강세를 보일 것으로 관측했다.

최이슬기자



## KT, 중고폰 브랜드 ‘민트폰’ 기기 반납 프로그램...환급률 상향 조정 서비스

### “민트폰 온라인 사이트 리뉴얼 기념 경품 이벤트 3월 말까지 시행”

KT가 프리미엄 중고폰 브랜드 ‘민트폰’의 기기 반납 프로그램인 ‘민트폰 바이백’(Buy-back)의 환급률을 높이고, 온라인 사이트에서 민트폰을 구매할 수 있도록 서비스를 개편했다고 13일 밝혔다.

KT는 ESG 경영의 일환인 자원 재활용을 실천하고자 지난해 8월 국내 대표 중고거래 플랫폼 번개장터와 제휴를 맺고 ‘민트폰’을 출시했다.

민트폰은 엄격한 품질 검수 절차를 거친 중고폰을 합리적인 가격에 제공하는 브랜드로 ▲분실·파손 위험이 높은 아동의 첫 스마트폰 ▲기본 기능 위주로 사용하는 부모님을 위한 효도폰 ▲영업직·택배 기사 고객의 업무용 세컨폰에 적합하다.

‘민트폰 바이백’은 중고폰을 구매하고 1년이 지난 후 단말기를 반납하면 구매가에서 부가세를 제외한 잔액을 환급해주는 프로그램이다.

예를 들어 민트폰 바이백 가입 고객이 S급 중고 아이폰11 64GB를 60만5000원에 구매한 뒤 1년 후에 파손 및 손상 없이 반납하면 부가세 5만5000원을 제외한 55만원을 계좌로 돌려받는다.

민트폰은 외관상 최상의 상태인 S·A급 중고폰을 깨끗하게 클리닝 한 뒤 새제품 패키징해 고객에게 제공한다. 이 작업은 번개장터의 전문적인 손길을 거쳐 이뤄진다.

더불어 구매 후 3개월간 무상 A/S를 제공하고, 2만원 상당 유료 서비스에 가입하면 1년간 추가로 A/S를 받을 수 있다.

특히 번개장터는 민트폰에 ‘블루코 데이터 삭제 솔루션’(BMDE)을 적용했다.

BMDE는 13가지 보안 삭제 표준 기술로 데이터를 영구 삭제할 수 있는 국제 인증 솔루션이다. 이를 통해 단순 공장 초기화만 달리 중고폰 속 데이터를 복원 불가 수준으로 완전 삭제

제해 개인 정보 유출 위험을 사전에 차단할 수 있다.

온라인에서 민트폰 구매를 원하는 고객은 민트폰 온라인 사이트에서 원하는 단말기와 요금제, 바이백 프로그램 등 옵션을 선택한 후 ‘신청하기’ 버튼을 누르면 된다.

이후 예상 실부담금액 시뮬레이션과 함께 신청이 접수되며 온라인 대리점 전화 상담으로 상세 조건 확인 후 구매 확정을 할 수 있다.

오프라인 매장에서 실물 확인 후 구매를 원하는 경우에는 KT플라자 11개점을 포함, 49개의 전문 대리점을 방문하면 된다. 민트폰을 취급하는 대리점은 민트폰 온라인 사이트 내 ‘매장안내’ 탭에서 확인이 가능하다.

KT는 이달 말까지 민트폰 리뉴얼 오픈을 기념해 세 가지 이벤트를 진행한다. ▲민트폰 바이백 홍보 이미지를 인스타그램에 공유한 100명을 추첨해 도미노피자 ▲민트폰 상담을 신청한 선착순 300명에게 스타벅스 디지털 세트 ▲개통까지 완료한 고객 전원에게 신세계 5만원 상품권을 증정한다.

번개장터 디지털사범포 표범훈 본부장은 “취향 중고거래 앱 번개장터는 검증된 데이터 삭제 솔루션을 갖추고 고객들의 개인정보 보호를 최우선으로 고려해 중고폰을 매입하고 있다”며 “중고 단말이 새로운 고객을 만나 다시 사용될 수 있도록 하여 자원의 선순환에 기여할 계획이다”라고 말했다.

KT 강북강원광역본부장 안치용 전무는 “민트폰은 자원재활용 측면에서 사회에 기여하려는 KT의 ESG 사업의 일환”이라며 “민트폰 바이백 프로그램이 평소 플래그십 단말기 가격을 부담스럽게 생각하는 고객들과 업무용 세컨드폰, 법인용 단말이 추가로 필요한 고객들에게 가계통신비 부담을 줄일 기회가 됐으면 한다”라고 언급했다.

이슬비기자

## 철도여행패스 ‘내일로2.0’ 이용연령 확대

### ‘만25→29세’...YOUTH권 선택 3일권 가격 5만원→6만원 인상

한국철도공사(코레일)가 오는 14일부터 철도여행패스 ‘내일로2.0’ YOUTH권의 이용연령을 만25세에서 만29세 이하로 확대 운영한다고 13일 밝혔다.

‘내일로2.0’은 국민 누구나 7일간 연속 이용하거나 3일을 선택해 고속철도(KTX)를 포함한 열차를 이용할 수 있는 자유여행패스로 2020년 7월부터 운영 중이다.

코레일은 이와 함께 내일로 이용객(내일러)이 여행 시 지출할 수 있는 좌석 수를 늘려 이용 편의를 높일 계획이다.

일반 이용객과의 경쟁성을 고려해 YOUTH

권의 선택 3일권 가격은 기존 5만원에서 6만원으로, 연속 7일권은 6만원에서 7만원으로 인상된다.

‘내일로 2.0’은 모바일 앱 ‘코레일톡’과 전국 승차권 발매역에서 좌석예약이 가능하다. 기타 자세한 사항은 홈페이지 또는 철도고객센터에서 확인할 수 있다.

홍승표 코레일 고객마케팅단장은 “내일로 운영실적 분석과 고객 설문조사 결과를 반영해 이용 혜택을 강화했다”며 “내일러들이 좀 더 편안한 기차 여행의 추억을 쌓으시길 바란다”고 말했다.

김재환기자

종류	ADULT	YOUTH	선택권	비고
연속 7일권	70,000원	70,000원	19 일 18	1회 2회
선택 3일권	50,000원	40,000원	1회 2회	1회 2회

## ‘퇴직 앞둔 근로자 재취업 지원’...의무기업 1043곳 선정

### 근로자 1000명 이상 기업 대상...진로설계 등 제공해야

고용노동부는 올해 ‘재취업 지원서비스’ 의무대상 기업 1043개소를 선정하고, 퇴직 예정자의 재취업을 위해 기업의 적극적인 이행을 안내했다고 13일 밝혔다.

재취업 지원서비스는 급속한 고령화에 대비해 관련 법에 따라 근로자 1000명 이상 기업을 대상으로 한다.

대상으로 선정되면 해당 기업은 정년퇴직

등 비자발적 사유로 퇴사가 예정된 50세 이상 근로자에게 진로설계, 취업알선 등 재취업 서비스를 의무적으로 제공해야 한다.

의무대상 기업은 시행 첫 해인 2020년 958개소에서 지난해 1031개소, 올해 1043개소로 늘었다.

특히 2020년 958개소의 서비스 운영을 확인한 결과, 총 725개소(75.7%)에서 재취업

서비스를 제공한 것으로 나타났다. 지난해 운영 결과는 이달 말까지 각 기업으로부터 제출받아 모니터링할 예정이다.

고용부는 사업주의 인식 부족이나 비용 부담도 제도를 이행하지 못하고 있는 기업에 대해서는 무료 컨설팅도 실시하고 있다.

지난해 302개소에 이어 올해 450개를 대상으로 컨설팅에 나설 예정이다.

오유니기자

## 가전업계, 올해도 ‘컬러마케팅’으로 인기몰이

### “흰옷 벗고 컬러풀하게”

가전업계에 부는 ‘컬러 마케팅’ 인기는 올해도 이어지고 있다. 화이트와 실버 등 무채색을 넘어 가전제품에 다양한 색상들이 입혀지고 있다.

13일 업계에 따르면 코로나19 장기화로 인한 재택근무가 길어지면서 과감한 색상으로 개성을 표현하는 MZ 세대를 중심으로, 다양한 포인트 컬러로 집안을 환하게 밝히는 ‘컬러테리어(컬러+인테리어)’ 열풍이 뜨겁다.

삼성전자는 ‘비스포크’ 가전제품 브랜드를 론칭해 냉장고, 식기세척기, 무선청소기 등 다양한 상품군을 생산하고 있다. 해당 제품들은 다양한 소재, 색깔로 구성된 소비자들에게 선택권을 보장하는 것을 특징으로 한다.

삼성전자는 지난달 ‘비스포크 홈’ 신제품 공개 행사에서 올해 디자인 트렌드를 반영한 새로운 색상으로 아침 공기의 상쾌함과 저녁 노을의 따스함을 표현해 주는 ‘모닝 블루’와 ‘이브닝 코랄’을 비롯한 5가지 색상을 신규 공개했다. 이로써 삼성전자는 냉장고 기준 주최대 19가지 색상의 패널(냉장고 기준)을 운영하게 됐다.

모닝 블루와 이브닝 코랄 색상은 지난해 말

출시된 2022년형 공기청정기 ‘비스포크 큐브 에어’와 최근 새롭게 선보인 2022년형 에어컨 ‘비스포크 무풍에어컨 갤러리’에 적용됐다.

LG전자는 공간 인테리어 가전 ‘LG 오브제컬렉션’에 스톤 클레이 핑크와 스톤 실버 색상을 추가했다고 1일 밝혔다. 스톤 클레이 핑크는 자연 속의 희귀 암석인 핑크화강암에서 영감을 얻은 진한 핑크 계열의 색상이다.

스톤 질감의 경우 고급스러운 스테인리스 소재에 시각적 깊이감과 부드러운 촉감을 구현했다. 스톤 실버는 편안함과 안정감을 주는 새로운 스톤 질감을 어떤 인테리어와도 잘 어울리는 실버에 적용했다. 스톤 질감을 더한 핑크나 실버 색상의 경우 표면이 깊은 입체감을 띄어 흡입이 생겨도 잘 드러나지 않는 것이 장점이다.

LG전자는 올해 자연의 풍부한 컬러감을 모티브로 만든 클레이 계열과 우유를 섞은 듯한 파스텔톤 크림 계열 등의 신규 컬러를 추가해 오브제컬렉션 색상을 연내 19종으로 확대할 예정이다. 신규 색상을 적용한 오브제컬렉션 가전은 상냉장 하냉동 냉장고부터 출시하고, 이후 다양한 오브제컬렉션 제품군에 순차 적용할 계획이다.

LG전자 H&A사업본부 키친어플라이언스사



업무장 이현우 전무는 “LG 오브제컬렉션은 차별화된 성능과 멋진 인테리어를 완성하는 디자인을 모두 갖춰 MZ세대부터 X세대까지 모든 세대로부터 고루 인기를 얻고 있다”며 “앞으로도 더 많은 고객이 차원이 다른 가치를 경험할 수 있도록 할 것”이라고 말했다.

아울러 캐리어에어컨은 2022년형 ‘All New 에어로 18단 에어러너’ 컬러 에디션을 공개하면서 노블골드, 어반그레이, 로즈골드, 사이닝실버 총 4가지 색상을 선보여 인테리어에 따라 선택이 가능하다. 코로나19 장기화와 지속적인 변이 바이러스 등장으로 인해 건강 관리에 대한 관심이 높아지면서 공기질 관리 등 헬스케어 기능도 적용됐다.

서선옥기자