

# 산업연구원 “내년 성장률 1.9%…전 세계 경기 둔화에 수출 3.1% ↓”

## ‘2023년 경제·산업 전망’ 자료 발표 전 세계 경기 둔화에 수출 감소 예상 설비투자 감소, 건설투자 증가 전망

내년 우리나라 경제 성장률이 전 세계 경기 부진, 교역량 둔화, 소비 둔화 등으로 1%대에 그칠 것이라는 예상이 나왔다. 수출 또한 전 세계 경기 둔화로 수요가 위축되고 반도체 산업 부진이 심화되며 전년 대비 3% 이상 감소할 것으로 전망됐다. 21일 산업연구원이 발표한 ‘2023년 경제·산업 전망’ 자료에 따르면 내년 우리나라 실질 국내총생산(GDP) 성장률은 1.9% 수준으로 전망된다. 상반기와 하반기 성장률은 각각 1.6%, 2.1%로 예상된다. 내년 국내 경제는 전 세계 경기 부진과 교역량 둔화 등 대외 여건 속에서 통화 긴축 영향이 본격화되며 소비도 추축해 성장세가 약화될 것으로 관측된다. 주요 변수로는 코로나19 상황 해제와 일상 회복 진전, 러시아-우크라이나 관련 불확실성, 주요국들의 통화정책 기조 전환 여부, 고물가와 금리 인상, 환율과 금융시장 불안 등이 꼽혔다. 내년 수출은 전년 대비 3.1% 감소할 것으로 예상된다. 원·부자재 가격의 하향 안정과 원화 약세로 가격 경쟁력은 나아져도, 반도체 등 수출은 전 세계 경기 둔화에 수요가 줄

어 부진할 것으로 보인다. 특히 13대 주력산업의 수출액은 4% 줄어들 것으로 관측된다. 자동차(2.5%), 조선(42.4%), 이차전지(17.3%), 바이오헬스(6.5%)를 제외한 대다수 산업에서 부진할 것으로 보인다. 석유화학(-14.2%), 정유(-11.9%) 수출은 두 자릿수 감소하고, 반도체 수출도 9.9% 줄어든 전망이다. 산업연구원 관계자는 “경기가 안 좋아질 때에는 13대 주력산업의 수출이 전체 수출보다 더 안 좋아지는 경향이 있다”고 설명했다. 아울러 주요 수출 대상국 중 미국, 유럽, 중국 등 시장은 전 세계 경기 둔화 여파로 수입 수요 증가세가 둔화하거나 감소할 것으로 예상된다. 미국으로의 수출은 자동차, 철강, 정유, 이차전지, 바이오헬스 등에서 5% 미만 늘어날 전망이다. 유럽 시장은 러시아와 우크라이나 전쟁 장기화, 에너지 공급 불안 등 불확실성 심화에 수요 부진이 이어지고, 중국도 제로 코로나 정책이 지속되며 성장세가 둔화할 것으로 보인다. 미국의 추가 금리 인상 가능성과 전 세계

산업연구원 관계자는 “대중 수출은 제로 코로나 정책 유지를 보며 정책이 강화되다 보니 하반기부터 안 좋아지고 있다”며 “내년에도 아마 모든 산업에서 안 좋아질 것으로 예상된다”고 말했다. 산업연구원은 내년 수입은 전년 대비 5.1% 감소할 것으로 봤다. 국내 경기 둔화와 국제유가, 원자재 가격 안정 등 영향에 저지효과까지 감안하면 수출보다 좀 더 큰 폭으로 줄 것으로 분석했다. 수입이 상대적으로 더 크게 감소하며 무역수지(수출액-수입액) 적자 규모는 올해보다 적은 연간 266억 달러 수준으로 예상했다. 관세청에 따르면 올 들어 이달 20일까지 무역수지는 399억6800만 달러 적자다. 내년 민간 소비는 전년보다 낮은 2.5%의 증가세를 예상했다. 저조한 소비심리와 주요 자산 가격 하락, 실질소득 하락 등에 더해 고금리에 의한 이자 부담이 급증해 올해와 달리 증가폭이 축소될 것으로 분석했다. 내년 설비투자는 전 세계 경기 둔화, 반도체 업황의 악화 등과 관련된 불확실성 확대, 고환율, 자본조달 비용 상승 등으로 회복세가 더딜 것으로 봤다. 반면 건설투자는 건설자재 공급 안정화, 정부 주택 공급 정책 등에 힘입어 증가세로 전환하지만 금리 상승 등으로 회복세는 제약될 것으로 관측했다. 내년 원·달러 환율은 1320원 안팎일 것으로 관측했다. 미국의 추가 금리 인상 가능성과 전 세계



성장 속도 둔화 등이 상승세를 견인하지만, 하반기로 갈수록 한·미 금리 격차(스프레드) 축소 등으로 하향 안정세가 나타날 것으로 봤다. 내년 국제유가는 90달러대 수준으로 추정했다. 주요국 금리 인상과 전 세계 경기 둔화 등으로 원유 수요가 줄어 전년 대비 하락할 것이라는 설명이다. 다만 주요 산유국의 감산 이행과 관련된 수급 여건 악화 가능성은 유가 하락을 제한하는 요인으로 작용할 전망이다. 한편 산업연구원 올해 국내 경기 둔화 우

려가 고조되고 있다면서도 내년 국내 경기가 침체 수준은 아니라고 강조했다. 산업연구원 관계자는 “경기 침체는 예상하지 못한 충격에 의한 상황”이라며 “IMF, 코로나19처럼 예상하지 못했던 시기”라고 말했다. 이어 “지금은 위기, 침체보다는 부진이 심화된 것으로 판단한다”며 “물론 대내외 여건 악화가 내년까지 계속되면 더 안 좋아지겠지만, 예전처럼 위기 단계까지는 아니라고 본다”고 덧붙였다. 최이슬 기자

## 11번가, 수백만개 블랙프라이데이 상품 최대 80% 할인



수년간 침체를 겪어온 화장품 로드샵 브랜드들이 올 3분기 들어 줄줄이 흑자 전환을 이루며 회복 조짐을 보이고 있다. 한때 중국 관광객과 2030세대 사이에서 큰 인기를 끌며 2010년대를 주름 잡았던 로드샵 브랜드들은 중국 사드(THAAD·고고도미사일 방어체계) 보복 사태를 기점으로 내리막을 타기 시작했다. 이들 업체들은 주요 타깃층인 MZ세대의 소비 트렌드가 고가의 ‘프리미엄’으로 바뀌고, 코로나19 확산으로 인한 중국 봉쇄가 장기화되면서 직격탄을 맞았다.

19일 관련 업계에 따르면 미샤, 어퓨 등 브랜드를 전개하는 에이블씨엔씨는 올 3분기 연결 기준 매출액이 587억원으로 전년 동기 기간 대비 1.6% 성장했다. 이 기간 영업이익은 6억원으로 3분기 연속 흑자를 이어갔다. 매출 성장과 영업이익 흑자를 동시에 기록한 것은 2019년 4분기 이후 11분기 만이다. 에이블씨엔씨 관계자는 “기초와 색조, 한방과 더마 등을 아우르는 멀티 브랜드 강화와 해외 시장을 확대한 것이 실적 상승에 영향을 미쳤다”며 “앞으로 미국, 일본, 동남아 등 해외 시

장을 본격적으로 확대할 예정”이라고 말했다. 토니모리도 같은 기간 별도 재무제표 기준 매출액 220억원, 영업이익 6억원을 기록하며 11분기 만에 흑자 전환에 성공했다. 토니모리는 온라인과 올리브영 등 유통 채널을 확대하고 자회사 지분 매각 등의 체질 개선이 실적에 영향을 미쳤다. 네이처리퍼블릭은 3분기 1억3872만원의 영업이익으로 흑자 전환에 성공한데 이어 매출액도 지난해 같은 기간 307억385만원에서 382억2426만원으로 뛰었다. 클리오스는 3분기 연결기준 매출액과 영업이익이 679억원, 46억원으로 전년 동기 대비 각각 14.5%, 12.0% 증가했다. 특히 3분기 누적 매출액이 2000억원을 넘어서며 사상 최대치를 기록했다. 업계에서는 로드샵 브랜드들의 실적 개선 요인으로 브랜드·상품군 포트폴리오 강화와 유통 채널 다각화 등을 꼽고 있다. MZ세대를 타깃으로 새로운 브랜드를 론칭하고, 비용 절감 등 자구안을 마련한 것도 부진의 늪에서 빠져나올 수 있던 요소다. 업계 관계자는 “오랜 시간 침체를 겪은 로드샵 브랜드들이 사업 부문의 비효율적인 부분을 과감히 제거하고 최신 트렌드에 맞는 포트폴리오를 강화하고 있다”며 “각 업체들이 체질 개선과 리브랜딩으로 실적 반동을 이뤄낸 만큼 옛 명성을 되찾을 수 있을 지 기대된다”고 말했다. 김재환 기자

## 넥센타이어, ‘엔페라 슈프림 S’ 출시



넥센타이어는 고성능 프리미엄 차를 위한 플래그십 사계절 타이어 ‘엔페라 슈프림 S(N'FERA supreme S)’를 새롭게 출시한다고 21일 밝혔다. 이번 신제품은 타이어 소음을 대폭 줄여

수 있는 넥센타이어의 NRS(Noise Reduction System) 기술이 적용된 흡음재가 부착돼 주행 시 발생하는 공명음(소음)을 이전 모델보다 감소시켰다. 아울러 AI(인공지능) 빅데이터 기술을 활용하여 저소음 트레드 패턴 형상 설계가 적용됐고, 실내 유입소음도 저감됐다. 또 사이프(타이어 표면의 미세한 홈)와 그루브(타이어 표면의 굽은 세로 홈)도 최적화 설계돼 타이어가 50% 마모돼도 초기 패턴 형상을 유지할 수 있게 됐다. 여기에 기존 자사 제품 대비 강성도 보완하고 트레드 폭을 넓혀 도로와 접지 면적을 넓히는 동시에 하중을 고르게 분산시켰다. 타이어의 성능을 끌어 올릴 수 있는 4D 컴파운드도 적용돼 그립력과 주행성능을 향상시켰고, 표면이 매끄러운 사이드월 디자인을 통해 공기 저항을 낮춰 연비 효율도 높였다. 특히 이번 신제품은 최근 출시된 현대자동차 그랜저 7세대 모델인 ‘디 뉴 그랜저’에 신차용 타이어로도 공급됐다. 서선욱 기자

## 맘스터치, 축구 집관족 위한 특별 프로모션

### 오늘부터 내달 18일까지 인기 메뉴 합리적인 가격에 제공

맘스터치는 대한민국 축구 국가대표팀을 응원하는 프로모션을 실시한다고 21일 밝혔다. 22일부터 내달 18일까지 다양한 맘스터치 인기 메뉴를 합리적인 가격에 제공하는 ‘월드순살팩’ 2종을 한정 판매한다. 월드순살팩은 2인팩 또는 4인팩으로 선택할 수 있도록 구성한 제품이다. 월드순살팩 2인팩은 ▲후라이드치킨순살 ▲케이준양념감자(중) ▲감자찰떡 2개, 찜고구마찰떡 1개로 구성된다. 4인팩은 2인과 동일한 구성에 맘스양념치킨순살 한 박스를 추가한 제품이다. 이슬비 기자

대한민국 축구 대표팀 조별 예선 경기가 임박한 24일과 28일, 다음달 2일 오후 8시 이후부터는 내점 또는 포장 고객에 한해 싸이순살 신메뉴인 ‘꿀간장누룻기싸이순살’ 또는 ‘마늘톡겨자싸이순살’ 주문 시 싸이버거 단품을 무료로 증정한다. 맘스터치 관계자는 “순살치킨부터 겨울 한정 이색 찰떡까지 알찬 구성으로 남녀노소 누구나 즐기기에 좋은 맘스터치 월드순살팩과 함께 행복한 축구 관람을 하시길 바란다”고 말했다. 이슬비 기자

## hy, 잇츠온 샐러드 100만개 판매 돌파

유통전문기업 hy이 ‘잇츠온 샐러드(이하 샐러드)’ 판매량이 100만 개를 돌파했다고 21일 밝혔다. hy 샐러드 누적 판매량이 올해 1~10월 기준 120만 개를 기록했다. 전년 동기 대비 40%가량 증가한 수치다. 연말까지 150만 개 이상 판매할 것으로 예측된다. 매출액 또한 50억원을 넘어섰다. hy는 샐러드 판매 호조 배경에 대해 ‘헬시플레저’ 문화 확산과 ‘런치플레이션’이 판매에 영향을 끼쳤다고 분석했다. 자체 데이터 분석 결과 체중 관리에 신경 쓰는 하절기 샐러드 판매량은 동절기보다 40% 이상 많다. 가장 많이 팔린 품목도 ‘닭가슴살 샐러드’다. 주 구매층은 3040세대. 10월 누적 기준 전체 주문 수량의 56%를 차지한다. 세부적으로는 30대 여성이 18%로 가장 많았으며, 40대 여성이 17%로 뒤를 이었다. 2021년 대비 20대 구매 비율은 2% 늘었다. 또 물가상승이 본격화된 5월 판매량은 14만 개로 자체 월 판매량 최대치를 경신했다. 5월부터 7월까지 3개월간 판매량은 전년 같은 기



간과 비교해도 30% 이상 늘었다. 소비자물가 동향에 따르면 7월 신선식품지수는 동기 대비 13% 올랐다. 폭염과 폭우로 인하여 채소, 과일 등 농산물 가격이 급등한 바 있다. hy는 ‘프레시 매니저’가 원하는 장소로 무료 배송하는 방식과 구독 서비스도 샐러드 판매율 신장에 기여한 것으로 보고 있다. 실제 샐러드 판매 수량에서 정기 구독 비율은 71%인 것으로 나타났다. 뉴시스