

“제2의 중동 붐’ 기대감 커졌다”...건설업계 ‘기대 반, 우려 반’

**유가 급등으로 올해 중동 건설시장 14.4% 성장 예상
“발주처 갑질 많아”...“올며 겨자 먹기”로 요구 수용
무리한 출혈경쟁 지양...“수익성 확보 선별 수주해야”**

국내 부동산 경기 침체가 계속되면서 건설사들이 해외 시장으로 발길을 돌리고 있다. 지난해 초 러시아가 우크라이나를 침공하면서 국제 유가가 또다시 급등하자, 사우디아라비아 등 중동 국가들이 막대한 규모의 발주가 이어지고 있기 때문이다.

특히 지난해 11월 세계 최대의 산유국 사우디아라비아의 무함마드 빈살만 왕세자가 방한하면서 ‘제2의 중동 붐’에 대한 기대감이 커졌다. 막대한 ‘오일 머니’를 벌어들인 사우디 등 중동 국가들이 각종 석유·화학 시설 등 대형 프로젝트를 연이어 발주하면서 국내 건설사들이 중동으로 활로를 넓히고 있다.

고급리 기조와 원자재값 상승 등으로 침체가 이어지고 있는 국내와 달리 해외 건설

시장 전망은 낙관적이다. 한국건설산업연구원은 올해 세계 건설시장이 지난해에 비해 4.0% 높은 약 14조달러 규모로 성장할 것으로 내다봤다. 중동의 성장률은 14.4%로 가장 높을 것으로 예상된다. 아프리카(8.2%)나 중남미(7.4%), 아시아(4.5%), 북미태평양(2.6%) 등 다른 지역에 비해 월등히 높다. 최근 중동 국가들이 탈석유화 등을 앞세워 대규모 경기 부양에 나선 것이 영향을 미친 것으로 보인다.

올해 중동지역 건설 수주가 급증했다. 해외건설종합정보서비스에 따르면 국내 건설사가 이월까지 수주한 올해 해외건설 수주액은 51억4300만 달러로 집계됐다.

이는 지난 2022년 같은 기간 대비 5% 하락

한 것이다.

중동지역 수주가 급증했지만, 아시아 지역 수주가 급감했기 때문이다. 중동 지역 해외 건설 수주액은 12억3900만 달러로, 전년 같은 기간 대비 2200% 늘었다.

제2의 중동 붐을 위한 가시적인 성과가 나오고 있다. 사우디가 추진하는 5000억 달러(약 650조원)짜리 네옴시티 프로젝트에 국내 건설사 중 상당수가 참여하고 있다. 네옴시티 프로젝트는 사우디 북서부 타북우 약 2만6500km² 용지에 미래형 산업·주거·관광특구를 조성하는 사업이다. 현대건설과 삼성물산은 조인트벤처를 설립해 네옴 프로젝트 중 하나인 ‘더라인’(170km에 이르는 직선형 도시를 만드는 사업) 프로젝트 일부를 수주해 공사를 진행 중이다.

또 대우건설은 리비아와 이라크 등에서 대규모 프로젝트를 수행하며 임지를 다지고 있다. 대우건설은 이라크 리비아 전력청이 발주한 멜리타·미수라라 패스트트랙발전 공사 계약을 체결했다. 리비아 멜리타 및 미수라라 지역에 가스화력 발전소를 건설하는 7억

9000만 달러(1조3500억원) 규모 공사다.

대우건설은 이라크 재건시장에서도 두각을 나타내고 있다. 이라크 정부가 추진 중인 2041년까지 407억달러(53조원)를 투입해 남부 바스라주 알포지역에 위치한 알포항을 세계 12대 허브항만으로 개발하는 ‘알포 신항만 프로젝트’에 참여하고 있다. 2014년부터 이 프로젝트에 참여해 지금까지 총 37억8000만달러(4조9200억원) 수주고를 올렸고, 향후 발주가 예상되는 항만 배후단지 개발 등 추가 수주도 가능하다.

다만 제2의 중동 붐에 대한 기대가 큰 만큼 위험도 크다는 게 건설업계의 전언이다. 한 대형건설사 관계자는 “중동지역 특성상 발주처의 계약서보다 임금이 더 크게 작용할 때가 많다”며 “건설사마다 계약을 어떻게 했느냐에 따라 다르지만, 발주처가 추가 공사를 요구하거나, 공사가 끝났는데도 최종 승인을 미루는 경우도 허다하다”고 말했다.

또 다른 대형 건설사 관계자는 “중동지역 발주처 중 일부는 계약서에도 없는 전기공사부터, 주변 도로 정비, 시설 보수 등에 과도한

요구를 하기도 한다”며 “발주처의 권한과 힘이 워낙 막강하기 때문에 올며 겨자 먹기로 발주처의 요구를 들어줄 수밖에 없다”고 토로했다.

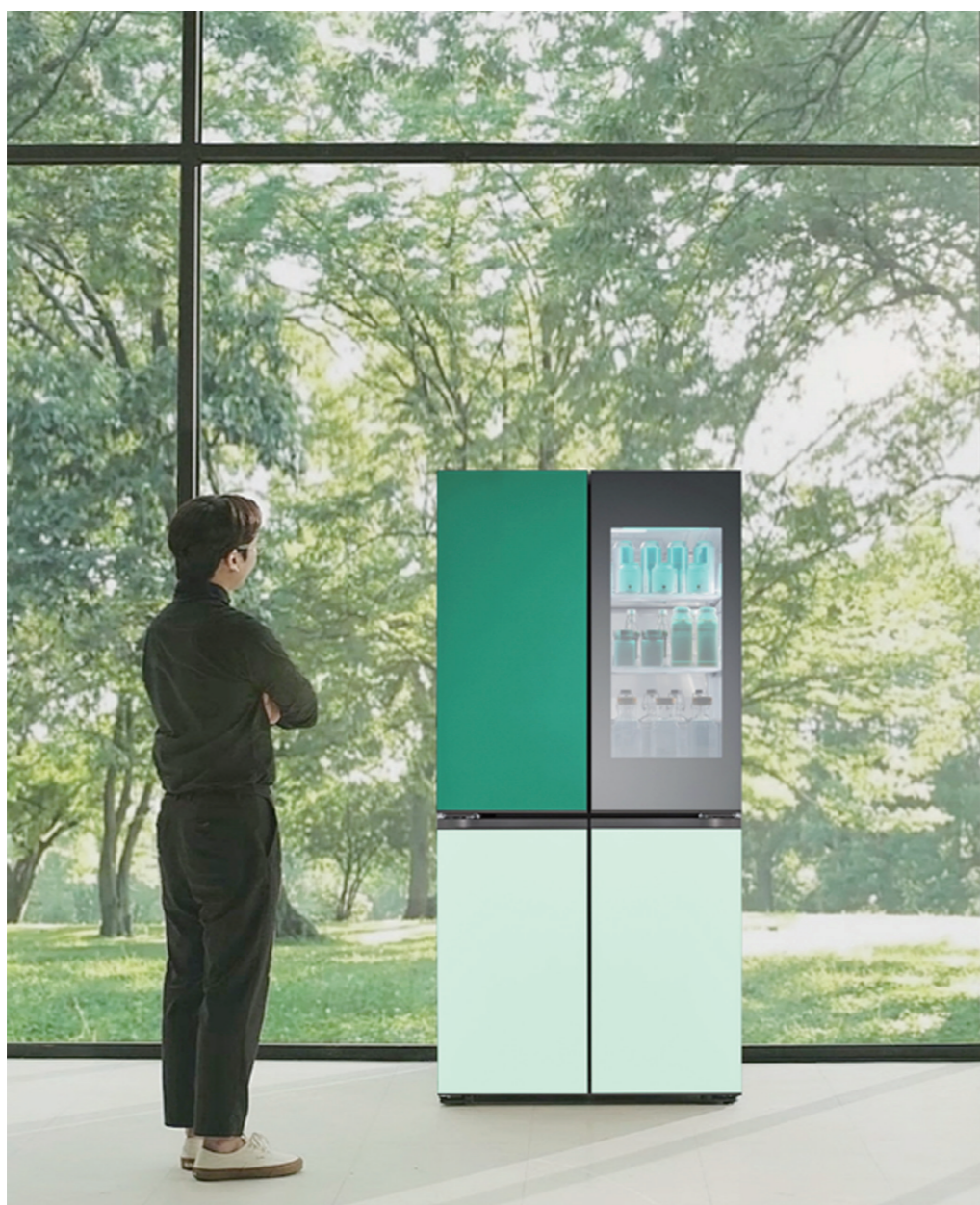
전문가들은 수익성이 확보된 사업을 중심으로 선별적 수주에 나서야 한다고 조언했다.

권대중 명지대 부동산학과 교수는 “유가 상승으로 산유국들이 경제 호황을 맞으면서 중동 지역으로 중심으로 해외 공사 발주가 늘고 있다”며 “공사 발주가 늘어날 수 있지만, 이런 중동 붐과는 시장 상황이 달라졌기 때문에 치밀한 수주 전략이 필요하다”고 설명했다.

권 교수는 “중동에서 수익성을 확보하기 위해서는 계약서에 공사 전 과정에 대해 구체적으로 표기하는 등 분쟁에 대비한 예방책을 마련할 필요가 있다”며 “국내 건설사 간 사업 수주를 위한 무리한 출혈경쟁을 지양하고, 수익성이 확보된 사업을 중심으로 한 선별적 접근 방식이 유리하다”고 덧붙였다.

최이슬기자

LG전자, ‘무드업’ 냉장고 신제품...대용량 모델 출시



LG전자가 스마트폰 앱을 통해 냉장고 색상을 자유롭게 바꿀 수 있는 ‘LG 디오스 오브제 컬렉션 무드업(MoodUp)’의 대용량 신제품을 출시한다고 22일 밝혔다.

LG 디오스 오브제컬렉션 무드업은 냉장고

4가지 신규 업그레이드 기능 추가

다. LG전자 H&A사업본부 키친솔루션사업부장 이현욱 전무는 “공간에 예술적 터치를 더하는 무드업 냉장고의 차별화된 고객가치를 다양하게 즐길 수 있도록 용량 선택의 폭을 넓히고 신규 업그레이드를 추가했다”고 말했다.

LG전자는 이번 신모델 출시와 함께 무드업 냉장고를 더욱 잘 활용할 수 있도록 ▲아티스트 컬렉션 ▲컬러 톤 미세 조절 ▲주변 밝기 센서 미세 조절 ▲노크온 패널 컬러 설정 등 신규 업그레이드 기능 4가지를 선보인다.

‘아티스트 컬렉션’ 기능은 무드업 냉장고에 작가의 작품을 모티브로 한 컬러, 효과, 음악을 적용해준다. LG전자는 이를 위해 김선우, 문형태, 하태일 등 무드업에 어울리는 7명의 인기 작가들과 협업했다.

또 고객이 문 색상을 21단계로 설정할 수 있는 ‘컬러 톤 미세조절’, 냉장고 주변 밝기 감지 센서를 20단계까지 조절할 수 있는 ‘주변 밝기 센서 미세조절’, 컬러 모드 사용 중에는 매직스페이스 내부가 보이지 않도록 하는 ‘노크온 패널 컬러 설정’ 기능도 제공한다.

LG 디오스 오브제컬렉션 무드업은 구입 후 신규 기능을 업그레이드로 추가할 수 있는 ‘UP가전’이다. 아티스트 컬렉션과 노크온 패널 컬러 설정은 신모델에 먼저 선보이며, 이외 기능들도 4월 중 순차적으로 적용될 예정이다.

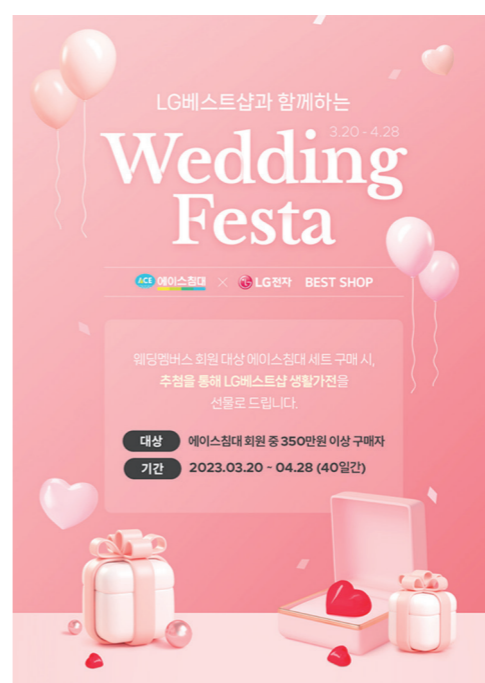
한편 LG전자는 무드업 구매고객이 5월31일까지 제품 설치 후 업그레이드된 공간 사진과 사연을 응모하면 총 400명을 선정해 작품을 증정하는 구매후기 이벤트 ‘무드 메이커(Mood Maker) 챌린지’를 진행한다.

오는 28일부터 내달 2일까지 창원컨벤션센터 제3전시장에서 지난해 서울에서 큰 주목을 받았던 ‘Made in Changwon’ 사진전도 갖는다. 유명 사진가 김용호씨가 무드업 냉장고와 창원 LG스마트파크 등을 활용한 사진을 전시한다.

서선욱기자

에이스침대·LG전자 ‘웨딩페스타’ 실시

LG 전자 베스트샵 인기 가전제품 등 혜택 준비



침대 브랜드 에이스침대는 봄 웨딩 시즌을

맞아 LG전자 베스트샵과 함께하는 ‘웨딩페스타’ 프로모션을 전개한다고 22일 밝혔다.

에이스침대는 “본격적인 결혼철을 앞두고 혼수 준비에 한창인 예비 신혼부부들에게 더욱 풍성한 혜택을 제공하고자 이번 프로모션을 기획했다”고 밝혔다.

총 13명의 고객에게 ▲LG 스탠바이미 TV(1명) ▲오브제 와인셀러 미니(2명) ▲LG 톤프리(10명) 등 LG전자 베스트샵 인기 가전제품을 증정한다. 기간은 4월28일까지다.

참여를 원하는 고객은 예비부부 맞춤형 멤버십 서비스인 ‘에이스 웨딩멤버스’에 가입하면 된다. 가입 후 행사 기간 동안 350만원 이상의 침대 세트를 구매한 고객을 대상으로 추첨을 통해 당첨자 10명을 선정한다.

에이스 웨딩멤버스는 기본적인 개인 정보와 결혼 관련 증빙만으로 간편하게 가입할 수 있다. 가입 및 상세내용은 에이스침대 홈페이지나 모바일 홈페이지를 통해 확인 가능하다.

오유나기자

레고로 만나는 ‘인디아나존스’...시리즈 3종류 내달 출시

영화 1·3편 주요 명장면 제작

레고그룹은 ‘인디아나 존스 시리즈’ 신제품 3종을 내달 1일 출시한다고 22일 밝혔다.

이번 신제품은 영화의 1편 ‘레이더스’와 3편 ‘인디아나 존스와 최후의 성전’의 주요 배경이 된 고대 문명과 탐험 장비를 재현했다. 합성영상 비밀 통로 등 각종 장치들 직접 작동시켜 영화 속 장면을 연출할 수 있는 기능도 있다.

1편의 유명한 오프닝 장면을 재현할 수 있는 레고 인디아나 존스 황금 우상의 사원’은 대형 제품이다. 총 1545개 브릭으로 신비롭고 웅장한 고대 사원의 모습을 표현했다.

‘레고 인디아나 존스 잃어버린 무덤에서의 탈출’은 1편에서 봉인된 성계를 찾기 위해 뱀이 들끓는 영혼의 우물로 떠난 존스 일행의 모

험을 담았다. ‘레고 인디아나 존스 전투기 추격전’은 3편에서 존스 부자가 전투기의 추격을 피해 구형 컨버터블 자동차를 몰고 결전을 벌이는 장면을 재현했다. 신제품 3종에는 트레이드 마크인 갈색 페도라와 책, 가죽 재킷을 착용한 인디아나 존스 미니피겨가 모두 포함됐다. 각 세트별 명장면에 등장하는 주요 캐릭터 미니피겨도 함께 소장할 수 있다.

레고 인디아나 존스 시리즈 3종은 내달 1일



온·오프라인 공식 레고스토어와 이마트를 통해 출시된다.

뉴시스



칭따오, 이마트 트레이더스서 ‘골라 담기 행사’

칭따오 맥주는 이마트 창고형 할인 매장인 트레이더스 홀세일 클럽(이하 트레이더스) 21개 전 매장에서 ‘칭따오 골라 담기 행사’를 실시한다고 22일 밝혔다.

이번 행사는 칭따오 맥주만으로 진행되는 첫 골라 담기 행사로, 내달 9일까지 약 3주 간 전국 트레이더스 오프라인 매장에서 실시한다. 오리지널 칭따오 라거(500ml 캔)는 물론, 스페셜 에디션인 ‘2023 계묘년 달토끼 리미티드 에디션 캔’(500ml 캔)과 칭따오 화이트 비어(500ml 캔), 칭따오 스타우트(500ml 캔) 등 4가지 중에서 선택하면 된다.

칭따오 골라 담기는 매장에서 행사를 위해 특별 제작된 ‘칭따오 MIX 패키지’를 수령한 후, 소비자가 원하는 종류의 칭따오 맥주 6개를 담고 직원에게 전달하면 편의점 행사보다 합리적인 가격에 구매 가능하다.

수입주류 전문 유통 기업 비어케이 관계자는 “이번 골라 담기 행사는 기존 편의점에서 진행되는 4천 1만1000원 행사보다 더 많이, 더 저렴하게 구매할 수 있는 기회다”며 “다양한 칭따오 제품을 부담없이 즐기며 가성비와 가성비 모두 챙기시기 바란다”고 전했다.

이슬비기자