

# 반도체·디스플레이 등 6대 산업, “수출 계속 하락세 이어져”

## 경중, 국가첨단전략산업 수출시장 점유율 분석 결과 반도체, 대만에 역전...디스플레이, 獨·대만·美에 좁혀

반도체와 디스플레이 등 우리 첨단산업 수출 점유율이 갈수록 약화되고 있는 것으로 나타났다.

21일 한국경영자총협회가 발표한 '6대 국가첨단전략산업 수출시장 점유율 분석 및 시사점'에 따르면, 반도체·디스플레이·이차

전지·미래차·바이오·로봇 등 6대 국가첨단 전략산업의 수출액은 1860억달러로, 지난 2018년 1884억 달러 대비 1.2% 감소했다. 전 산업 수출에서 6대 산업이 차지하는 비중은 같은 기간 31.1%에서 27.2%로 줄었다.

한국의 6대 산업의 수출시장 점유율

은 2018년 8.4%에서 지난 2022년 6.5%로 25.5%(1.9%포인트) 하락했다. 이에 따라 우리나라는 지난 2018년 주요국 중 중국(14.5%)에 이어 수출시장 점유율이 두 번째로 높았지만, 2022년에는 독일(8.0→8.3%), 대만(5.9→8.1%), 미국(7.7→7.6%) 등에 역전 당했다.

산업별로 살펴보면 디스플레이(9.9→10.3%·4.8%↑), 바이오(0.7→0.8%·12.2%↑)는 상승했으나 독일, 미국 등 경쟁국에 비해 상승 폭이 낮거나 격차

가 여전히 컸다.

또 반도체(13.0→9.4%·32.5%↓), 이차전지(12.7→7.6%·50.9%↓), 미래차(7.2→7.0%·3.2%↓), 로봇(9.7→5.9%·49.6%↓)은 하락했다.

특히 우리 6대 산업 중 수출 규모가 가장 큰 반도체는 2018년 1293억달러에서 2022년 1285억달러로 수출액이 감소했지만, 대만은 같은 기간 반도체 수출액이 크게 증가(1110억→2107억달러)하며 한국을 추월했다.

경중은 “반도체를 비롯한 우리 첨단 산업

의 수출시장 점유율이 약화되고 있는 것은 글로벌 기술 패권 경쟁 시대에 우리 첨단산업의 경쟁력이 뒤처지고 있음을 시사한다”고 밝혔다.

이어서 “최근 미국 인플레이션 감축법(IRA), 유럽연합(EU) 디스플레이법 등 주요국들이 첨단산업 육성 지원에 적극 나서며 기술 경쟁이 한층 치열해지고 있는 상황”이며 “정부는 규제 완화, 투자·R&D 세제 지원 확대와 같은 대책들을 더 적극적으로 추진해야 한다”고 강조했다.

김수권기자

## 롯데백화점, ‘설 선물 기프트’ 본판매 돌입...“이색 세트 구성비 높여”

오늘부터 다음 달 8일까지 32개 전 점에서 판매



롯데백화점이 ‘설 선물 기프트(GIFT)’ 본판매에 나선다.

롯데백화점은 22일부터 다음 달 8일까지 32개 전 점에서 축산·수산물·청과 등 차별화한 설 선물 세트를 판매한다고 21일 밝혔다.

올 설 선물세트는 최근 3년간의 판매 동향을 분석해 전통적인 명절 선물 중 선호 품목을 10% 이상 확대하고, 고객들의 변화하는 라이프스타일을 반영한 이색 설 선물 세트 구성비도 높인 것이 특징이다.

이에 롯데백화점이 제안하는 올해 설 선물

은 ‘홀 홀리데이’, ‘스몰 프리미엄’, ‘스페셜 큐레이션’ 세 가지 키워드로 압축된다.

먼저 명절에 외식 대신 집에서 즐기는 ‘홀 홀리데이(Home Holiday)’ 수요가 확대되면서 이에 맞춘 상품을 강화했다.

한우는 구이용 세트 상품을 전년 대비 10% 늘리고, 수산물 선물은 전국 유명 맛집을 직접 찾아 기획했다. 청과 선물은 명절 스테디 품목과 이색 과일을 섞은 혼합세트를 20% 확대했다.

대표 상품으로는 구이용 한우 부위만 모은 ‘한우 티본 토마호크 스테이크 기프트(39만원,

1.6kg)’, ‘한우 특수부위 스테이크 기프트(62만원, 2.0kg)’가 있다.

수산에서는 ‘장수전 무항생제 양어 기프트(18만원)’, ‘민영활여공장 생(生) 참치회 기프트(19만 9천원)’, 청과세트로는 ‘프레스티지 사과·배·샤인·에플망고 기프트(25만5000원~27만5000원)’를 100세트 한정 판매한다.

품목은 줄이면서 질 좋은 상품을 찾는 ‘스몰 프리미엄(Small Premium)’ 수요에 따라 1++등급의 최고의 마블링 스코어를 기록한 암소 한우로 구성된 ‘프레스티지 암소 No.9 명품 기프트(3000만원)’, ‘프레스티지 암소 No.9 특선 기프트(150만원)’를 100세트 한정 판매했다.

청과에서는 국내 1호 과일 소들리에 조향란 대표가 엄선한 ‘올프레쉬 사과·배·하라봉 기프트(16만~18만원)’, ‘과일산업대전 사과·배·샤인 기프트(19만5000원~22만5000원)’ 등을 선보인다. 대상 및 수요를 세분화한 ‘마이크로 큐레이션(Micro Curation)’ 품목도 확대했다. 바이어가 1년간 고객·상품 분석을 통해 엄선한 ‘바이어 추천’ 상품이 대표적이다.

축산에서는 1+등급의 한우 세트인 ‘로얄한우 로스 기프트(54만원)’, ‘로얄한우 혼합 기프트(39만원)’가 있고, 청과에서는 최상의 인기 사과만을 모은 ‘푸드에비뉴 사과 버라이어티 기프트(18만~20만원)’ 등을 선보인다.

주류 상품군에서는 블라인드 테이스팅에서 세계 1위 샴페인으로 선정된 아르망 드 브리냐의 스페셜 세트인 ‘아르망디 브리냐 LA 콜렉션(1250만원, 3세트 한정)’과 경북 의성의 사과로 빛을 2021년산 브랜드인 ‘금과명주(10만원, 500ml)’ 등을 단독 판매한다.

서선옥기자

## 설빙, ‘하겐다즈딸기설빙’ 시즌 한정 출시

식품 업계, 새해부터 소비자 공략 위해 협업 제품 선보여



뉴인 생딸기설빙 시리즈를 조합해 만들었다. 신선한 우유얼음과 생딸기 과육, 바삭한 시리얼, 진한 풍미의 치즈케이크 등이 어우러진 것이 특징이다.

특히 하겐다즈의 딸기 과육이 들어간 하겐다즈 딸기 아이스크림 한 스쿰으로 장식해 디저트 완성도를 높였다.

롯데웰푸드는 14대 대한민국 요리명장인 남대현 명장과 협업해 ‘쉐프두 명장 밀키트’를 선보였다.

이번에 선보인 메뉴는 남대현 명장의 레시피를 바탕으로 개발한 ▲한우 곱창 전골 ▲들깨 버섯 전골 ▲들깨 칼국수 ▲송탄식 부대찌개 ▲돼지고기 김치전골 ▲해물버섯 누룽지탕 ▲소불고기 전골 등 7종이다.

남대현 명장은 14번째 대한민국 요리명장으로 롯데호텔 시그니얼 총주방장 출신이다. 지난 35년간 롯데호텔에서 담담아 왔다.

다수의 청와대 국민 초청 행사는 물론이고 G20 정상회담, 평창동계올림픽 등 굵직한 국가행사를 도맡은 베테랑 셰프다. 현재는 롯데중앙연구소에서 기술자문으로서 롯데웰푸드와의 인연이 이어지고 있다.

오푸기는 제주 시트러스 라이프스타일 브랜드 ‘글메달’과 서울시 강남구에 위치한 복합문화공간 ‘롤리폴리 꼬꼬’에서 브랜드경험 공간을 운영하고 협업 메뉴를 기간 한정 선보인다.

이번 협업은 식문화에 대한 깊은 경험을 제공하기 위해 ‘글과 한라봉 등 시트러스의 다양성’에 대해 알아가는 시간을 주제로 기획했다.

브랜드경험 공간에선 글메달의 대표 제품인 착즙주스와 시트러스를 베이스로 한 ‘하라봉 부라타 치즈 샐러드’를 선보인다. 이외에도 시트러스와 주스 등을 활용한 식요리와 디저트를 제공한다.

오유나기자

## 전남도, 올해 농업예산 1조2576억 ‘역대 최대 규모’

농축산업 고품질화로 고부가가치 창출·농가 경영 안정

전남도가 올해 역대 최대 규모의 농업예산을 들여 농축산업 고부가가치 창출과 청년농업인 육성, 스마트화·디지털화 등 미래농업 대비에 집중 투자할 계획이다.

20일 전남도에 따르면 도는 세입 감소 등 어려운 재정 여건에도 불구하고, 올해 전년보다 0.57% 증가한 1조2576억 원 규모의 농업예산을 편성했다.

우선, 경영비 상승·농업 재해 등으로 힘든 농업인을 위해 소농직불금 단가 인상과 보장보험 대상 품목 확대 등 농업직불금 5종과 농업보험료 4종에 5793억 원을 지원해 농가 경영안정을 꾀할 방침이다.

농촌인력난 해소를 위해 광역청 인력중계센터 신설, 계절근로제 확대 등에 20억 원을 투입하고, 전국 최초 난임부부 친환경농산물 꾸러미 지원 등 행복시책에도 40억 원을 투입할 예정이다.

지방소멸과 농산업 인력구조 변화에 대비해 청년후계농 선발을 확대하고, 전남형 영농 스마트단지 신규 조성 등 청년농업인 육성에 154억 원을 지원하기로 했다. 스마트 원예단지 기반 조성과 스마트 축산 ICT시험단지 조성, 중소농 스마트팜 기반 신규 조성 등 농업의 디지털 전환에도 148억 원을 투입한다.

또 친환경농업 경쟁력 강화를 위해 가루살생산단지, 발작물 공동경영체 지원 확대, 가루살·농공 전라작물직불금 단가인상 등에 670억 원을 편성했고, 친환경농업 집적화와 생산비 절감에 517억 원이 별도 지원된다.

도민들에게 건강하고 안전한 먹거리를 보장하기 위해 제2차 푸드플랜 종합계획(2025~2029)을 수립하고, 농산물을 제값 받고 파는 유통구조 마련을 위해 지역 특화 농

산물 유통시설 지원과 농산물 산지유통 활성화에 64억 원을 투입할 예정이다.

아울러 농촌공간정비사업 등 농촌개발사업 예산을 전국 최초로 1000억 원 이상 편성하고, 저수지 안전관리, 대규모 경지정리, 소규모 배수개선 확대 등 농업생산 기반 정비에 1561억 원을 지원하기로 했다. 축산 환경 개선에도 115억 원이 투입된다.

국고 활용에도 역량을 집중해 인공지능(AI) 첨단농산업 융복합 조성, 향토음식진흥센터 설치 등 국비 2595억 원을 확보하고, 무기질비료 가격 지원 288억 원, 시설농가 면세유 유가보조 70억 원을 추가 반영했다.

정광현 전남도 농축산식품국장은 “올해 예산과 국고 확보로 농업·농촌정책이 한층 탄력받게 됐다”며 “예산 확보 사업이 실질적 성과를 내도록 신속·정확히 추진하고, 미래 농산업으로의 대전환에 소홀함이 없도록 최선을 다하겠다”고 말했다.

동부취재본부김승호기자

## “로봇청소기 최저가” G마켓·옥션, ‘설 빅세일’

G마켓과 옥션이 22일부터 다음 6일까지 ‘2024 설 빅세일’ 프로모션을 진행한다

대표상품으로, 최근 구매열풍을 일으키는 AI로봇청소기를 최저가에 선보인다. 나르왈 프레오x올트라 로봇청소기는 127만원에, 에코백스 T10올나는 69만9000원에 판매한다. 디지털제품은 ‘에어팟 프로2(충전케이스+스

트립)’ 14만원대, ‘갤럭시 워치6(40mm)’ 24만원대에 판매한다.

이 외에 삼성전자·LG전자·다이슨·LG생활건강·아모레퍼시픽·CJ제일제당 등 국내외 인기 브랜드사 총 80여 곳이 설 빅세일 브랜드관을 마련해 스테디셀러, 신제품 등을 선보인다.

여기에 매일 600여개 특가상품을 최대 85% 할인가에 판매한다. 이 중 카테고리별 8개의



인기 상품을 엄선해 밤 12시마다 업계 최저가 수준으로 선보인다.

뉴스스

## 아파트주민 75% “난방비 올해 더 나올 듯”

입주민 1421명 대상 설문조사 결과 발표

아파트 입주 10명 중 8명은 지난해보다 올해 난방비가 더 많이 나올 것으로 전망한다는 조사 결과가 나왔다.

엘리베이터TV 운영사인 커뮤니케이션 컴퍼니 포커스미디어코리아는 21일 아파트 입주민의 라이프 스타일을 연구한 ‘포커스미디어 아파트 입주민 트렌드 리포트: 겨울 난방편’을 발표했다. 포커스미디어 엘리베이터TV가 설치된 아파트, 주상복합, 오피스텔 입주민 1421명이 대상이다.

조사 결과, ‘작년보다 더 많이 나올 것 같다’는 응답은 75%로 압도적으로 높게 조사됐다. 예년보다 큰 추위가 적었지만 고유가로 전기·가스요금이 상승해 영향을 미친 것으로 풀이된다. ‘작년과 난방비가 비슷할 것 같다’는 응답은 20%, ‘적게 나올 것 같다’는 응답은 5%를 차지했다.

필수 난방 아이템으로는 추운 겨울에도 속편을 취하는데 도움 주는 ‘전기온열·온수매트’가 70%의 응답률로 1위에 꼽혔다. ‘무신사 히트패드’, ‘타넷 온에어’ 같은 발열내의가 39%로 2위를 차지했으며, 이외에도 ▲문풍지·뽀빠이 34% ▲전기히터 14% ▲난방 매트 10% 등이 뒤를 이었다.

아파트 입주민이 난방가전을 구입할 때 최



우선으로 고려하는 사항은 58%의 ‘소비전력 등급’이었다. 난방가전 특성상 장시간 사용하면 자칫 전기료 폭탄을 맞을 수 있기 때문이다. ‘강력한 난방 성능’과 ‘신뢰할 수 있는 브랜드’, ‘합리한 가격’, ‘사용자 후기’도 상위권에 올랐다.

난방가전제품 구입 장소는 삼성스토어, LG 전자 베스트샵처럼 ‘브랜드 공식 매장’이 가장 많은 것으로 조사됐다. 다음은 ▲롯데하이하마트, 전자랜드와 같은 가전양판점 23% ▲온라인 쇼핑몰 16% ▲대형마트 10% ▲백화점 6%이었다. 특히 대리점·양판점·대형마트 등 오프라인 매장 구입 비율이 84%로 높았다.

이비슬기자