

포스코 1월 이어 또 철강 t당 13만~20만원 인상

# 지역 車·조선·건설업 초비상

## 원자재난에 원가 추가 부담 '二重苦'

포스코가 원자재가 상승분을 일부 반영해 다음달 1일부터 주분 투입하는 철강제품의 가격을 인상하기로 하면서 자동차·조선·건설 등 철강제품을 많이 사용하는 광주·전남 지역업체들에 비상이 걸렸다.

특히 지난 1월 조선용 후판용을 제외한 철강제품을 t당 6만~6만5천원 올린데 이어 다시 13만~20만원 인상돼 가격폭이 원자재난에 시달리는 관련 업체들이 어려움을 겪고 있다.

24일 포스코에 따르면 열연은 t당 15만원, 냉연 16만5천원, 조선용 후판과 일반용 후판은 각각 13만5천원, 14만원씩 오른다. 또 생산원가가 높은

선재는 18만원, 슬라브와 블룸·빌렛 등 반제품과 주물선은 13만~20만5천원 비싸진다.

포스코 관계자는 "그동안 다른 국내 철강업체 제품이나 수입재 사이의 가격차가 20만~54만원 벌어져 있어 제품가격을 현실화할 수 밖에 없었다"고 이번 가격인상의 배경을 설명했다.

이에 따라 올해 34만대의 자동차 생산을 목표로 하고 있는 기아차 광주공장의 경우 냉연재 가격이 전년 대비 평균 20만원 이상 오르면서 500여 명이 넘는 원가 추가부담이 발생할 것으로 보인다.

현대삼호중공업 관계자는 "포스코 제품보다 훨씬 품질이 떨어지는 중국산 후판의 경우 올 초 벌써 t당 100만원을 넘어섰는데도 제품을 구하기 힘든 상태"라며 "포스코가 조선산업 육성차원에서 후판가격을 중국산보다 10% 낮게 책정해왔으나, 이번 조치로 삼호중공업을 비롯한 조선업체들이 원자재가 부담을 느끼지 않을 수 없을 것"으로 전망했다.

철근이 공사비용의 20~25%를 차지하는 건설업체들도 발등에 불이 떨어졌다.

광주 K건설사 관계자는 "지난해부터 올해까지 벌써 수차례 철근값이 올라 경영압박을 받고 있다"면서 "특히 자금이 부족한 군소업체들은 철근값이 더 오를 경우 위기상황까지 우려"라고 말했다.

포스코에서 열연강관을 받아 냉연강관을 만드는 중소 철강업체들도 발등에 불이 떨어졌다.

열연강관 가격에 인상을 그대로 최종 제품가격에 인상시키기가 어려운 상황이기 때문이다.

광주 B사 관계자는 "경영이 어려운 고객들에게 제품가격을 올려받기가 어려워 당분간 고전은 예상되나, 시간이 흐르면 인상을 제품가격에 반영할 수 없다"고 걱정했다.

또다른 C사 관계자는 "현재 H제철이 포스코보다 열연강관을 20여만t 올려받고 있어 포스코의 이번 조치는 어쩔 수 없는 일 아니냐"면서 "상대적으로 가격이 낮은 포스코 제품을 구하기 어려운 게 현실"이라고 말했다. /이종태기자 jtle@kwangju.co.kr



한우 싸게 팔아오 있다.

24일 광주축협이 광주시 북구 운정동에 개점한 한우직매장에 고객들이 물려 한우고기를 사고 있다. 한우직매장은 등급과 부위에 따라 시중보다 30~60% 값싸게 판매하고 있다. /이종태기자 mjna@kwangju.co.kr

# '한우 직매장·식당' 개장 바람

광주축협·강진군·함평축협 등 광주·전남 7~8곳

## 美 쇠고기 수입 대응·안전한 먹을거리 제공

미국산 수입 쇠고기 전면개방을 앞두고 이에 대응하기 위해 한우만을 취급하는 전문매장이 광주·전남지역에 잇따라 문을 열고 있다.

특히 이들 매장은 축협이 엄격한 관리를 통해 사육·공급하는 한우만을 식재료로 사용하고 있어 축산농가의 소득증대와 함께 우리 축산물에 대한 소비자들의 인식을 새롭게 해준다는 점에서 '개방위기'를 헤쳐나갈 전진기지로 떠오르고 있다.

광주축협(조합장 안명수)은 24일 광주시 북구 운정동에 420㎡ 규모의 식당과 한우매장을 갖춘 '광주축협 한우직매장 2호점' 개장식을 가졌다.

이날 개장식에는 박광태 광주시장을 비롯해 송광운 북구청장, 이덕수 농협전남본부장, 신성수 농협광주본부장, 공정한 광주소비자시민모임 회장과 축산농가 등 500여명이 참석해 광주축협이 생산한 한우고기의 우수성을 널리 알리고 소비촉진을 결의하는 다짐대회를 가졌다.

안명수 조합장은 "미국산 쇠고기 수입, 고유가, 사료비 상승 등으로 위기에 처한 축산농가를 살리고 소비자들에게 안전한 먹을거리를 제공하겠다는 차원에서 직매장을 개설하게 됐다"고 말했다.

광주축협은 지난해 10월 광주시 남구 행암동에 260㎡ 크기의 1호점을 개장한 뒤 소비자들의 반응이 좋아 이번에 2호점을 열었다.

이에 앞서 담양축협은 지난 1998년 담양읍 백동리에 541㎡ 규모의 식당과 매장을 개점, 광주·전남지역에서

한우전문매장시대의 출발을 알렸다. 또 강진군과 '강진들 황금한우암소사업단'은 지난 4월 강진군 군동면 호계리에 '강진들 황금 한우암소 먹거리촌'을 개설한 이후 전국적인 유명세를 타면서 하루 평균 4천만원의 매출을 올리고 있다. 이에 따라 사업단은 오는 8월 식당 2곳을 추가로 증축할 계획이다.

순천·고흥·구례 등 동부권 7개 축협이 만든 '지리산순한우' 역시 롯데쇼핑 등에만 납품해오던 다음달 초 순천시 별량면 등치리에 1천㎡ 규모의 판매장과 식당을 오픈할 예정이다.

함평축협도 오는 9월 1일 광주시 서구 삼무지구에 '함평천지' 브랜드 한우만을 취급하는 직영식당 1호점을, 12월에는 함평읍에 2호점인 '함평천지한우촌'을 개장하기로 했다. /이종태기자 jtle@kwangju.co.kr

## 광주시, 러시아 등 3국서 567만달러 수출 계약

광주시가 지난 16일부터 개편했던 CIS(독립국가연합)-유럽 시장개척단을 통해 567만달러의 수출계약 성과를 거뒀다.

광주시는 지난 16일부터 9일 동안 개편된 광주시 시장개척단이 러시아와 터키, 이집트 등 3개국에서 7건에

567만달러의 수출 계약 실적을 올렸다.

대표적으로 모바일 게임 업체인 인터세이브와 광통신 부품업체인 링크옵티스가 러시아에서 각각 50만달러, 평동산단의 한 금속공장 가공 기계업체도 2개국에서 265만달러, 디지털

영상장치 제조업체인 위드솔루션도 이집트 가정용 홈네트워크 유통업체와 200만달러의 수출계약을 체결했다.

또 일부 업체는 터키 금융업체 등과 모두 4건, 2천400만달러에 달하는 양해각서(MOU)를 체결했다. 국가별 수출 계약은 러시아 3건 102만달러, 터키 2건 217만달러, 이집트 2건 248만달러 등 모두 7건에 567만달러다. /윤영기기자 penfoot@kwangju.co.kr

## 주택 분양가 1~2% 오른다

### 건축비에 단품 슬라이딩제 도입 규칙안 내달 시행

국토부는 올들어 건설자재 급등

으로 인해 주택건설업체의 어려움이 가중되고 있는 것을 개선하기 위해 단품 슬라이딩제를 도입하기로 했다. 이는 주택 수요자에게는 분양가 부담이 늘어나는 결과이다. 국토부는 3월 1일 기본형건축비를 고시할 때에 비해 건설자재 가격이 15% 이상 오른 철근, 레이미콘, PHC파일, 동관 등 4개 품목(46개 세부품목)을 조정해 줄 계획이다.

단품 슬라이딩제 도입에 따른 적정 분양가 인상은 외부 연구기관에 용역을 진행중이어서 아직 확정되지는 않았다. 이와 관련, 국토부는 기본형 건축비가 3~4%가량 오를 것으로 보고 있다. 이에 따라 기본형 건축비가 분양가에서 차지하는 비중이 절반 정도 되는 것을 고려하면 분양가는 1~2%가량 오를 것으로 예상된다. /연합뉴스

## 광주 소매경기 3분기도 위축 전망

### 소매유통업 100곳 조사

전국 소매경기 하락세가 3·4분기에 이어질 것이라는 조사결과가 나온 가운데 광주지역 소매유통업 체감경기도 위축될 것으로 보인다.

광주상공회의소(회장 이승기)가 백화점·대형마트 등 광주지역 100개 소매유통업체를 대상으로 '2008년 3·4분기 경기전망'을 조사한 결과, 경기전망지수(RBSI, 기준치=100)는 '95'로 집계됐다.

이는 전분기 '102'를 크게 밑돌 뿐 아니라, 대한상가의 조사한 전국 평

균(97)에도 미치지 못했다.

이와 관련, 광주상의 관계자는 "최근 고유가, 원자재 급등, 물가 상승, 인플레이션 우려에 따른 금리인상 등이 복합적으로 작용하면서 소비심리가 급격히 냉각되고 있기 때문"으로 분석했다.

업체별로는 백화점·대형마트와 전자상거래 등은 기준치를 웃돌 것으로 전망됐으나 편의점(94), 방문판매(53), 수퍼마켓(92) 등은 어려운 것으로 나타났다.

/이종태기자 jtle@kwangju.co.kr

## 귀뚜라미그룹, 새 CI '귀뚜라미홈시스' 홍보

귀뚜라미그룹(총괄대표 김규원)이 최근 CI(기업이미지)를 변경하는 등 '토탈 홈시스템' 기업으로의 도약을 선언했다.

24일 귀뚜라미그룹에 따르면 새 CI인 '귀뚜라미홈시스(Kiturami Homsys)'를 널리 알리기 위해 새로운 광고 마케팅에 들어갔다.

이번 광고는 새 CI를 강조하면서 사도 기업의 특성을 소비자들에게 명확하게 전달할 수 있도록 "바꾸자! 새 집으로 귀뚜라미홈시스"라는 슬로건을 도입했다



게 회사측의 설명이다.

회사 관계자는 "이번 광고는 '귀뚜라미'가 기존의 보일러 사업은 물론, 에어컨·유통사업 모두를 포괄하는 기업임을 알리는 데 초점을 맞췄다"고 말했다.

/최경호기자 choice@kwangju.co.kr

# 동양의 향연이

# MINAN

제주, 보타, 민생 ₩ 899,000~

712, 730, 832, 878, 879, 879, 879

구분	구분	구분	구분	구분	구분
1. 제주	2. 보타	3. 민생	4. 제주	5. 보타	6. 민생
7. 제주	8. 보타	9. 민생	10. 제주	11. 보타	12. 민생
13. 제주	14. 보타	15. 민생	16. 제주	17. 보타	18. 민생
19. 제주	20. 보타	21. 민생	22. 제주	23. 보타	24. 민생

심신건강, 광주·전남 · 목 · 광명회복사 권역, 광주MBC 문화방송 사후실

☎ 문화전환 ☎ 225-8070