‘포스트 코로나’ 기대감…中企 경기전망 2년 만에 최고치

광주전남 중기 대상 조사…5월 경기전망 99.5 기록·전월비 8.6P↑
제조업·비제조업 4개월만에 반등…원자재 가격 급등에 우려 남아

사회적 거리두기 조치가 해제되고 코로나19 사태가 진정세를 보이는 등 포스트 코로나에 대한 기대감이 높아지면서 지역 기업들 역시 긍정적인 경기전망을 내놓고 있다. 광주·전남지역 중소기업계의 경기전망은 코로나 사태가 촉발된 이후 최고치를 찍었고, 지역 기업경기 조사결과에서도 기업체감 경기가 모두 상승세를 기록했다.

28일 중소기업중앙회 광주전남지역본부가 지난 14일부터 20일까지 광주·전남지역 중소기업 211개사를 대상으로 ‘2022년 5월 경기전망조사’를 실시한 결과 중소기업 업황전망 경기전망지수(SBHI)는 99.5를 기록했다.

이는 전국 평균(87.6)을 훌쩍 뛰어 넘는 것으로 전월(90.9) 대비 8.6포인트나 오른 것이다. 지난해 같은 기간(93.7)에 비해서도 5.8포인트나 오르는 등 다음달 경기전망이 대폭 상승했다.

지역별로 보면 광주는 전월(89.3) 대비 9.3포인트나 오른 98.6로 전망됐고, 전남은 전월(93.0) 대비 7.5포인트 상승한 100.5로 나타났다.

특히 국내에서 코로나19가 발생한 2020년 1월 이후 최고치이기도 하다. SBHI는 100보다 높으면 경기 전망을 긍정적으로 보는 업체가 그렇지 않은 업체보다 더 많다는 뜻이고, 100보다 낮으면 그 반대를 의미한다.

업종별로는 제조업은 101.5로 전월(94.1) 대비 7.4포인트 올랐고, 비제조업도 97.7로 전월(88.1) 대비 9.6포인트 상승했다.

지난 18일부터 정부의 사회적 거리두기가 전면 해제되고, 새로운 정부가 출범을 앞두고 있는 등 기대감이 지역 중소기업 체감경기에 긍정적인 영향을 미친 것으로 보인다는 게 중기중앙회 측의 분석이다.

항목별 전망은 내수판매가 91.2에서 97.6로, 경상이익은 91.2에서 91.7로, 자금사정은 82.8에서 89.6로 전월 대비 상승세를 보였다. 다만 수출은 106.5에서 100.0으로 하락했다. 역계열 추세인 고용수준(94.7→93.1)은 전월에 비해 다소 개선 될 것으로 전망됐다.

한국은행 광주전남본부가 내놓은 ‘4월 광주·전남지역 기업경기조사 결과’ 자료에서도 지역 기업들의 경기개선 기대감이 높다는 게 확인된다.

해당 자료에 따르면 한국은행 광주전남본부가 지난 7일부터 20일까지 광주·전남 소재 585개 사업체(504개 응답)를 대상으로 조사한 결과 코로나19 진정세 등의 영향으로 4월 광주·전남지역 기업체감경기는 지난해 12월 이후 4개월 만에 반등했다.

광주·전남지역 4월 제조업 업황BSI(Business Survey Index)는 76으로 전월에 비해 5포인트 상승했고, 다음달 업황전망BSI도 81로 8포인트 상승했다.

지난해 12월 제조업 업황BSI가 78을 기록한 이후 3개월 연속 하락했다가 4개월 만에 반등한 것이다.

기업경기지수가 기준치(100) 이상인 경우에는 긍정응답 업체수가 부정응답 업체수보다 많음을 의미하고 이하인 경우에는 그 반대를 뜻한다.

4월중 제조업 매출BSI는 96으로 전월에 비해 8포인트, 다음달 매출전망BSI도 99로 9포인트 각각 상승했고, 제조업 신규수주BSI는 89로 전월에 비해 1포인트 올랐다. 다만 다음달 신규수주전망BSI는 89로 전월에 비해 3포인트 하락했다.

비제조업 업황BSI도 지난해 12월 76을 기록한 이후 3개월 연속 하락했다가 이달 84로 전월 대비 9포인트 오르며 반등했다.

매출전망BSI도 91로 11포인트 상승했고, 비제조업 자금사정BSI는 78로 전월 대비 8포인트, 다음달 자금사정전망BSI도 84로 7포인트 각각 올랐다.

이처럼 지역 기업들이 긍정적인 경기전망을 기대하고 있지만 여전히 원자재 가격 급등과 인력난, 인건비 상승 등은 우려로 남아있다.

중기중앙회가 조사한 자료를 보면 응답기업들은 지난달 광주·전남 중소기업의 주된 경영애로로 원자재 가격 상승(55.0%)을 가장 많이 꼽았다. 이어 인건비 상승(54.0%), 내수부진(50.2%) 등이 뒤를 이었다.

한국은행 광주전남본부 조사에 응답한 기업들도 제조업의 경우 원자재 가격상승(42.8%)과 인력난 및 인건비 상승(15.7%), 불확실한 경제상황(13.8%)을 꼽았고, 비제조업 역시 인력난 및 인건비 상승(24.5%), 원자재 가격상승(13.4%), 경쟁심화(12.1%) 등을 응답해 지역 기업들이 비슷한 고충을 겪는 것으로 파악됐다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

유튜브·TCR 대회 후원…금타, 차별 마케팅으로 경영정상화 박차

원자재 가격 상승 등 어려움에도
1분기 매출 증가·흑자전환 예상

금호타이어가 다양한 마케팅 활동에 나서며 매출증가를 이뤄내는 등 경영정상화에 박차를 가하고 있다.

28일 금호타이어에 따르면 최근 다양한 마케팅을 선보이며 소비자들로부터 호응을 얻고 있다. 새롭게 런칭한 신규 기업브랜드 TV광고 ‘세계를 달리다’ 편은 ‘금호타이어가 전세계 어디든 달리지 못할 길은 없다’는 핵심 메시지를 담고 있으며 금호타이어가 추구하는 가치를 전달하기에 충분했다는 평가를 받는다고 관계자는 전했다.

또 금호타이어의 유튜브 공식 채널인 ‘엑스타 TV’는 런칭 2년만에 국내업계 최초로 구독자 10만명을 돌파하며 유튜브로부터 실버 버튼을 받기도 했다. 2019년 4월 런칭한 ‘엑스타 TV’는 기업, 타이어, 자동차, 스포츠, 모터스포츠 그리고 또로로로 캐릭터 등 상대적으로 폭넓은 카테고리 구성을 통해 타이어나 자동차 등 관련 분야뿐만 아니라 스포츠, 트렌디한 문화까지 다양한 콘텐츠로 구독자들의 공감을 얻고 있다.

이밖에 유럽시장 공략을 위해 다음달 24일부터 3일간 독일 쾰른에서 열리는 국제 타이어 전시회 ‘더 쾰른 2022’(The Tire Cologne)와 다음달 25일부터 4일간 이탈리아 볼로냐에서 열리는 ‘오토프로모텍 2022’(Autopromotec)에 참가해 유럽지역 주요 거래선을 초청, 고객과 소통하고 브랜드 인지도를 높일 예정이다. 고성능, 여름용, 겨울용, 올시즌, TBR, 전기차 전용, 미래 컨셉 타이어들로 구성해 전시할 계획이다.

금호타이어는 또 세계 최고 수준의 TCR 대회인 ‘TCR 유럽’의 오피셜 타이어로 참가하며 국내외 시장에서 모터스포츠 기술력의 입지를 다질 방침이다. 오는 30일부터 2일간 포르투갈에서 진행되는 TCR유럽 개막전을 시작으로 TCR 덴마크, TCR 스페인, TCR 동유럽도 후원하게 되며, 금호타이어는 대회 참가 차량 전체에 레이싱 타이어 ‘엑스타(ECSTA) S700, W701’ 전량을 유상 공급한다.

이처럼 차별화된 마케팅 전략은 실적 개선에도 긍정적인 영향을 미치고 있다.

금호타이어 관계자는 “지난해부터 원자재 가격 상승, 물류비 증가 등 어려움이 있었지만, 고인치 타이어와 전기차 전용 타이어 등 고수익 제품 판매 확대로 올해 1분기 매출 증가는 물론, 흑자전환에 성공할 것으로 예상된다”며 “상반기 누적 실적도 지속적인 매출 확대와 영업 흑자를 기록할 것으로 기대하고 있다”고 말했다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

문화신협, 소상공인 지원 광주문화신협(이사장 고영철·가운데)은 최근 광주시 북구 신용동 한 미용실에 ‘소상공인 지원업체’ 현판을 달았다. 문화신협은 지난달부터 총 240개 소상공인에 금융상담과 점포 환경개선, 1억2000만원 상당 물품 지원을 하고 있다. 〈문화신협 제공〉

광주전남벤처협회 포럼 개최

광주전남벤처기업협회는 지난 27일 라마다플라자 광주호텔에서 ‘제17회 광주전남벤처포럼’을 개최했다. 〈사진〉

이번 포럼은 ‘2022년 최신 디지털트렌드 파악’을 주제로 열렸으며, 윤정호 유노파트너스 대표가 ‘이제는 디지털시프트로의 마인드 전환’을 주제로 강연에 나섰다.

윤 대표는 이날 4차산업혁명 시대 혁신기업을 통해 본 미래 성장 아젠다를 제시했다. 제조업의 서비스화, 생명공학, 디지털헬스케어, 바이오, 자율주행 등 미래융합 비즈니스와 혁신사례를 소개했다.

성균관대 MBA를 마친 윤 대표는 ROA컨설팅 수석컨설턴트, 소프트뱅크 리서치앤컨설팅 시니어컨설턴트를 역임했다. 삼성전자 등 주요기업의 자문위원으로도 활동중이다.

광주전남벤처기업협회 관계자는 “2년 넘게 이어온 코로나19로 자영업, 소상공인들이 큰 어려움을 겪었다”며 “사회적 거리두기에 따른 비대면, 온라인, 디지털전환 역시 중요한 화두가 됐는데 위기를 기회로 여겨 새로운 시장을 개척할 수 있을 것”이라고 말했다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

수자원공사 영·섬본부, 봄 가뭄 극복 총력

신안·완도 등에 급수차 지원

한국수자원공사 영·섬유역본부는 봄 가뭄을 겪고 있는 전남 섬들에 비상 급수를 하고 있다고 28일 밝혔다.

지난달 말까지는 신안과 완도, 화순에 병입 수돗물 약 5만병을 전달했다.

영·섬본부는 봄 가뭄이 끝날 때까지 진도 등에 병물 4만4000병과 15t 급수차 25대를 지속 지원할 방침이다.

이외 영·섬본부가 수원을 다변화해 자자체가 가뭄에 대비할 수 있도록 지원사업을 펼치고 있다.

나주 등 전남 6개 지자체를 대상으로 노후 우물시설을 개선하는 ‘나눔지하수 사업’을 진행하고 있다. 영광 안마도와 완도 보길도에서는 지하수저류지를 조성하고 있다.

김현식 본부장은 “수자원공사는 국민 물복지 향상이라는 사회적 책임을 다하기 위해 환경부와 함께 계속되는 가뭄 상황을 모니터링해 필요한 대책을 적극적으로 시행할 것”이라고 말했다.

이달까지 최근 3개월 동안 섬진강댐, 주암댐, 주암조절지댐, 장흥댐 등 영·섬본부가 관리하고 있는 4개 다목적댐 유역 강수량은 평년의 75.1%에 불과하다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr