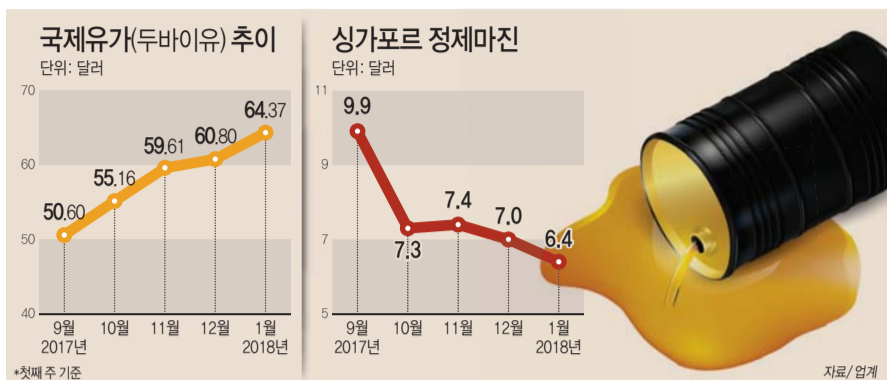


# 천정부지 유가에 쪼그라든 정제마진... 정유업계 긴장

국제유가 70달러 인상 전망 속 정제마진 9달러서 6달러로 하락  
중석유제품 수출규제 완화 영향



지난해 유례없는 호황을 누린 정유업계가 천정부지로 오르는 국제유가에 긴장하고 있다.

10일 국제유가는 서부 텍사스산 원유(WTI), 북해산 브렌트유, 중동 두바이유 등 3대 유종 가격이 모두 뛰어올랐다. 한국석유공사에 따르면 WTI는 전일 대비 배럴당 1.23% 오른 62.96달러를 기록했고 북해산 브렌트유는 1.04% 상승한 68.82달러에 마감했다. 국내 수입 원유의 대부분을 차지하는 두바이유는 0.72% 상승해 65.81달러를 기록했다.

당초 업계는 국제유가가 60달러에서 고점을 찍은 뒤 다시 하락해 연말까지 50~60달러 박스권을 형성할 것이라고 관측했다. 하지만 국제유가가 60달러를 훌쩍 뛰어넘자 70달러까지 오를 수 있다는 전망도 나온다. 이러한 국제유가 변동에 정유업계가 촉각을 기울이고 있다. 국제유

가 상승이 정유업계 이익을 줄이는 방향으로 흘러가고 있기 때문이다.

통상 점진적인 유가 인상은 정유사 수익에 긍정적인 요소다. 중동에서 원유를 구입하더라도 한국으로 이송하고 정제 과정을 거친 뒤 일선 주유소에 전달되기까지 45일 정도의 시간이 걸린다. 따라서 구입 시기와 도입 시기 사이 시세 차이가 발생한다. 가령 국제유가가 배럴당 50달러일 때 원유를 사들이면 한국에 들어올 때는 배럴당 55달러의 가치를 인정받는 셈이다. 이를 재고평가이익이라 부른다.

그러나 현재 정유사들의 수익은 감소세에 있다. 원유를 정제해 휘발유·경유·등유·나프타 등으로 만들었을 때 생기는 수익을 정제마진이라 부른다. 재고평가 이익이 정유사 수익에 간접적인 영향을 끼친다면 정제마진은 직접적인 영향을 주는데 최근 정제마진이 눈에 띄는 하락을 보였다.

치솟는 국제유가와 달리 정제마진은 지속 하락했다. 아시아로 수입되는 원유가 거래되는 싱가포르 시장의 복합 정제마진은 지난해 9월부터 올해 1월까지 매달 첫 주 기준 배럴당 9.9달러에서 7.3달러

로, 7.4달러, 7달러, 6.4달러로 하락했다. 증권가에서는 정제마진 1달러가 떨어질 때 정유사의 분기당 영업이익의 2000억원이 줄어드는 것으로 보고 있다. 지난해 4분기 대비 올해 1분기에 각 사별 영업이익이 2000억원 가량 줄어든 셈이다.

국내 정유사들의 정제마진 손익분기점은 4~5달러 사이로 알려졌다. 아직 적자를 걱정해야 할 상황은 아니지만 정제마진이 추가로 감소할 수 있다는 우려도 나온다.

정제마진이 줄어드는 것은 무엇보다 중국 정부가 올해부터 석유제품 수출 규제를 완화한 영향 탓이다. 중국발 공급증가가 현실화될 경우 정제마진은 더욱 떨어지게 된다.

미국 정유사들의 공장 가동 확대도 정제마진 축소에 영향을 주고 있다. 미국 정유사들은 지난해 8월 허리케인 하비로 인해 피해를 입고 설비 보수에 나섰기 때문에 매년 2월 진행하던 정기보수가 올해엔 생략될 가능성이 높다.

또한 중동 산유국들이 아시아에 원유를 판매하는 판매가격(OSP)도 3년 만에 최고치로 높아졌다. 국제유가에 OSP를

더한 금액을 지불해야 원유를 받을 수 있는 것인데 사우디아라비아는 OSP를 배럴당 1달러 올려 1.7달러로 책정했고 아랍에미리트(UAE)는 0.28달러, 카타르는 5.65달러 등을 인상했다. 겨울이 된 아시아에서 수요가 늘어났다는 이유다.

이는 결과적으로 국내 도입하는 유가를 올리는 요인으로 작용한다. 국제유가가 상승하는 상황에서 국내 도입가가 더 높아지면 단기적으로는 재고평가이익을 누릴 수 있지만 장기적으로는 높은 가격 탓에 수요 감소 효과를 불러일으킨다. 휘발유, 경유 등의 가격이 지나치게 오르면 승용차 대신 버스와 지하철을 타는 비율이 늘어 제품 판매가 줄어드는 것. 이는 다시 정유사 마진인 정제마진을 줄여들게 만든다.

정유업계 관계자는 “글로벌 경기호조와 미국 한파 등의 영향으로 국제유가가 인상한 측면이 있고 국제유가 인상이 석유제품 수요를 줄일 가능성이 있다”면서 “정제마진이 줄어들겠지만 큰 폭은 아닐 것으로 기대한다. 시장 상황을 유심히 지켜보고 있다”고 말했다.

/오세성 기자 sesung@metroseoul.co.kr

## ‘렉스톤 스포츠’ 출시기념 드라이빙 스쿨

쌍용차, 가족고객 대상 교육 실시



쌍용자동차가 렉스톤 스포츠 출시를 기념해 춘천에서 가족 고객들을 대상으로 드라이빙 스쿨을 개최한다.

10일 쌍용차에 따르면 렉스톤 스포츠 출시 기념 ‘스노 드라이빙 스쿨’은 오는 27일 춘천 소남이섬에서 가족고객 200개 팀을 대상으로 개최할 예정이며, 신차 렉스톤 스포츠와 G4 렉스톤을 활용하여 겨울철 오프로드를 포함한 모든 주행 환경에서의 주행 실력 향상을 위한 드라이빙 교육을 실시한다.

자연지형과 구조물을 활용한 ▲급 경사로 ▲모굴 ▲사면 ▲언덕 경사로 ▲변피 ▲슬라럼 등 오프로드 코스 드라이빙 교육과 더불어 ▲열기구 체험 ▲RC카 체험 ▲척고 방향제 만들기 ▲렉스톤 스포츠 페이퍼토이 만들기 체험 등 가족 참가

자들을 위해 다채롭고 이색적인 시설 및 프로그램도 함께 운영한다. 렉스톤 스포츠 출시를 기념해 열리는 이번 ‘스노 드라이빙 스쿨’ 참가 신청은 18일까지 쌍용차 공식 페이스북을 방문, 소정의 양식을 작성하면 된다. 추첨 결과는 19일 발표하며 당첨자에게는 개별 통보한다. /양성운 기자 ysw@

## 평창 찾은 황창규, KTX ‘LTE-R’ 점검

<KT 회장>

<철도통합무선망>

KT, 올림픽 준비 직원 격려행사



10일 오전 강원도 평창 스키점프센터 앞에서 황창규 KT (앞줄 왼쪽) 회장이 현장직원에게 ‘발열조끼’를 입혀주고 있다. /KT

황창규 KT 회장이 2018 평창동계올림픽 준비에 여념이 없는 현지 직원들을 격려했다. KT의 대학생 서포터스 ‘모바일 퓨처리스트(MF)’ 100여명도 평창을 방문해 대회 성공개최를 위한 홍보 캠페인의 시작을 알렸다.

KT는 황창규 회장이 10일 오전 강원도 평창에서 평창동계올림픽 중계망 및 5G 시범망을 준비 중인 직원들을 격려했다고 밝혔다. KT는 평창동계올림픽에서 대회통신망과 방송중계망 운영을 맡고 있으며, 평창 및 강릉 일대에 5G 네트워크를 구축해 세계 최초 5G 시범서비스를 준비하고 있다.

이번 평창 방문에서 황창규 회장은 방한 효과가 높은 ‘발열조끼’를 평창, 강릉 등지에서 대회를 준비하고 있는 KT 및 그룹사, 협력사 직원 900여명에게 전달했다. 이번에 제공한 발열조끼는 최고 18시간 발열 효과가 지속된다.

황창규 회장은 평창에서 직원 격려행사 참석에 앞서 서울에서 평창(진부)까지 이동하며 KTX를 이용했다. 서울-강릉 사이 KTX에서 네트워크 품질 점검과 함께 KT에 의해 원주-강릉 구간에 적용된 철도통합무선망(LTE-R)을 직접 확인하기 위해서다.

KT는 평창동계올림픽 개막에 앞서 개통한 KTX에서 원활한 무선서비스 제공

을 위해 인천공항-강릉 KTX 구간에 약 700개의 기지국, 중계기 등을 신설 및 증설했다. LTE 기술에 기반한 ‘LTE-R(Railway)’은 열차-열차, 열차-지상(역사), 지상-지상을 무선으로 연결해주는 시스템이다. 원주-강릉 구간에 구축된 LTE-R은 가로채기, 우선권부여 등 MCPTT 무전단말 서비스를 국제표준에 기반해 세계 최초로 적용했다. /김나인 기자 silkni@

## “U+ 우리집 AI로 방탈출 게임하세요”

LG유플러스, 게임 체험 이벤트



LG유플러스가 지난 주말 여의도 IFC몰에서 진행한 U+우리집AI 방탈출 게임 이벤트 현장 모습. /LG유플러스

LG유플러스는 고객들이 ‘U+우리집AI’ 서비스를 쉽게 이해하도록 ‘U+우리집AI 방탈출 게임 이벤트’를 여의도IFC몰에 이어 서울 잠실 롯데월드몰 아트리움 광장에서 실시한다고 10일 밝혔다.

방탈출 게임이란 특정 공간에서 숨겨진 도구와 힌트 등을 찾아내 제한된 시간 안에 밖으로 나오는 게임이다. 이번 이벤트는 11일부터 14일까지 4일간 진행된다.

LG유플러스는 U+우리집AI의 지식검색, 외국어 번역, 콘텐츠검색, 홈IoT 동시 실행 등 주요 기능 체험을 통해 미션 완료에 필요한 힌트를 발견할 수 있도록 했다. 4개의 테마 별로 최단시간에 미션을 완료한 참가 팀에게는 U+우리집AI 스피커 ‘프렌즈+’를 무료로 제공한다. 다른 참여 팀들에게도 네이버 캐릭터 ‘라인프렌즈’ 열쇠고리를 증정한다.

이 밖에도 추첨을 통해 프렌즈+ 스피커(10명)와 라인프렌즈 스티커(소진 시까

지)를 제공하는 SNS인증샷 이벤트, U+우리집AI 가입상당 시 라인프렌즈 솜사탕 제공 이벤트, U+우리집AI 스피커를 이용한 마술쇼 등을 열 예정이다. /김나인 기자

## 한화 L&C, 북미 인테리어 스톤시장 공략 나선다

주방·욕실 전시회 ‘KBIS’ 참가



북미 최대 주방·욕실 전시회 ‘KBIS 2018’에 참가한 부스전경. /한화L&C

한화L&C가 북미 최대 주방·욕실 전시회 ‘KBIS 2018’에서 인테리어 스톤 신제품을 선보이며 본격적인 북미 시장 공략을 시작했다고 10일 밝혔다.

지난 9일부터(현지시간) 사흘간 미국 플로리다주 올랜도에서 열린 KBIS는 매년 600여개 이상의 건축자재 관련 업체 및 12만명 이상이 찾는 세계 최대 규모 주방·욕실 전시회다.

9년째 참가하고 있는 한화L&C는 인테리어 표면 마감재 칸스톤 9종 및 인조 대리석 하네스 100여종을 선보였다. 그중 작년 캐나다 온타리오주에 추가 구축한 제2생산라인에서 제작된 칸스톤 제품은 로봇 신기술이 적용된 유광, 무광, 반광

등 다양한 광택으로 관람객들의 주목을 받았다.

99% 순도의 석영을 사용한 칸스톤은 천연석 그대로를 사용한 듯한 패턴과 색상과 뛰어난 경도로 뛰어난 표면 긁힘과 파손의 위험성이 낮은 특징이 있다. 또 수분 흡수율이 낮아 세균번식 예방과 음식

물 얼룩이 생기지 않는 장점이 있다. 또 화이트와 라이트 톤으로 구성된 부티크 컬렉션은 다른 가구 및 인테리어 소품과도 어울려 큰 인기를 끌었다. 색상의 선택 폭을 넓히고 자연스러운 공간 연출로 관람객들의 큰 호응을 얻었다. /임현재 기자 ihj@