

엷친데 덮친 철강업계... 소비수요 ↓ 원자재 가격 ↑

1~7월 철강재 명목소비 2860만톤
지난해 같은 기간에 비해 11.3% ↓

해외시장 수출 3년간 감소 추세

코로나19(신종코로나바이러스감염증) 팬데믹(세계적 대유행)으로 올해 최악의 실적을 내고 있는 국내 철강업계가 하반기 반등도 쉽지 않을 전망이다. 코로나19 재확산으로 자동차·조선 등 전방 수요 산업의 회복 전망이 어둡기 때문이다. 여기에 원자재인 철광석 가격까지 연일 고공행진을 하면서 철강업계의 보릿고개가 장기화될 것이라는 우려가 제기된다.

6일 한국철강협회에 따르면 올해 1~7월 국내 철강재(열연강판·냉연강판·후판 등) 명목소비는 2860만톤으로 지난해 같은 기간 3226만톤보다 11.3% 감소했다. 명목소비는 국내 철강재 시장의 내수와 재고를 합한 것으로, 내수 판매 추이



포스코 광양제철소.

를 가능할 수 있는 지표로 활용된다. 이에 따라 철강업계는 내수와 수출이 각각 11년, 7년 만에 최저치를 기록할 것으로 보인다.

올해 월평균 명목소비는 408만톤으로, 이런 추세라면 연간 명목소비가 11년 만에 5000만톤 아래로 떨어질 것으로 예상된다. 연간 철강재 명목소비는 2007년(5520만톤) 처음으로 5000만톤

을 넘어섰고 2010년부터 작년까지 계속 5000만톤을 웃돌았다.

그러나 철강 경기 하락세에 따라 2016년 5708만톤에서 2017년 5631만톤, 2018년 5371만톤, 2019년 5323만톤으로 3년 연속 감소세를 이어왔다.

해외 시장도 상황이 좋지 않다. 올해 1~8월 철강재 수출은 1901만톤으로 작년 동기 2033만톤보다 6.5% 줄었다. 월

평균 수출은 238만톤으로, 연간 수출역시 7년 만에 3000만톤을 밑돌 것으로 전망된다. 연간 수출은 2012년(3048만톤) 처음으로 3000만톤을 돌파한 뒤로 2014년부터 작년까지 꾸준히 3000만톤을 넘겼다. 하지만 2017년 3167만톤, 2018년 3044만톤, 2019년 3038만톤으로 최근 3년간 감소 추세다.

이같은 감소세는 업계 전망 수준보다 내려갈 것으로 전망된다.

포스코경영연구원은 지난해 말 내놓은 '국내 철강 수급 전망'에서 올해 철강 내수가 5320만톤, 수출이 3040만톤을 기록할 것으로 예상한 바 있다. 당시 전망치는 전반적인 철강 경기 하락세와 무역 규제 상황을 부정적 요인으로 고려한 것으로, 코로나19란 변수가 추가되면서 시장이 더욱 침체한 것으로 분석된다.

자동차, 조선 등 전방 수요산업이 코로나19로 인해 섰다운(공장 가동중단)을 하는 등 어려움을 겪으면서 철강 수

요 위축으로 이어진 것이다. 당초 업계는 3분기 들어 코로나19가 진정되고 시장이 회복되리라 예상했지만, 2차 팬데믹(대유행)이 현실화함에 따라 뚜렷한 반등 기미가 보이지 않고 있다.

여기에 원자재인 철광석 가격까지 급등하며 철강업계의 실적 부담을 키우고 있다. 이에 철강업계는 원가 상승분을 반영해 제품 가격 인상을 시도하고 있다.

포스코와 현대제철은 9월 유통사들을 대상으로 판매하는 냉연 가격을 톤당 2만~6만원 올릴 계획이다. 이를 근거로 추후 자동차 강판과 조선 후판 가격 협상에서도 인상 기조를 이어갈 것으로 예상된다. 그러나 자동차·조선 업황이 부진한 탓에 협상이 쉽지 않을 전망이다.

한편 국내 철강업계 1위 포스코는 상반기 영업이익 8730억원을 기록해 전년 동기 대비 62% 급감했다. 같은 기간 현대제철은 영업손실 157억원을 내며 적자 전환했다. /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

LG화학 “SK이노, 배터리 소송 정당히 임해야” “카니발 타고 편안한 추석 연휴 맞으세요”

특허소송 제재 요청에 날선 대립
“여론전 아닌 법적절차로 소명해야”

LG화학이 다시 한번 SK이노베이션에 ‘배터리 소송’ 관련 당부를 하고 나섰다.

LG화학은 6일 입장문을 내고, “제발 소송에 정정당당하게 임해달라는 것이 바로 LG화학이 하고 싶은 당부”라며 “이번 특허소송 제재 요청에 대해 협상용 카드를 운운하며 장외에서 여론을 오도한 경쟁사(SK이노베이션)가, 제재 요청 내용을 정확히 알리기 위한 당사(LG화학)의 정당한 활동을 오히려 비판하며 상호존중을 언급하는 것은 도저히 이해할 수 없는 처사”라고 비판했다.

앞서 LG화학은 SK이노베이션이 미국 국제무역위원회(ITC)에 제기한 특허 침해 소송 대상 특허(994 특허)가 L



LG화학 전기차용 배터리셀(파우치 타입).

G화학의 선행기술을 활용한 것이라고 주장하며 ITC에 제재를 요청했다.

LG화학은 이어 “영업비밀 소송에서 악의적인 증거인멸과 범법 모독으로 패소판결을 받은 데 이어, 국내 소송에서도 패소로 억지 주장이 입증됐는데 과연 SK이노베이션이 정정당당함을 언급할 자격이 있는지도 의문”이라며 “이번 특허 소송에 관한 주장도 장외 여론전이 아닌, 정해진 법적 절차에 따라 양사가 충실하게 소명해 나갔으면 한다”고 밝혔다.

아울러 LG화학은 “뒤틀린 독자기술이라면 SK이노베이션에서 발견된 LG

화학의 관련 자료와, 이를 인멸한 이유부터 소송 과정에서 명확히 밝히길 바란다. 억지 주장을 누가 하고 있는지는 소송 결과가 말해 줄 것이며, 결과에 책임져야 할 것”이라며 “핵심기술 탈취로 소송이 시작된 직후부터 자신의 사익을 위해 국익을 운운하는 일은 이제 그만 멈추길 간절히 바란다. 소송을 통해 시시비비를 명확히 가리고, 결과에 책임지는 모습을 보이는 것이 양사가 할 진정한 도리라고 생각한다”고 전했다.

한편 SK이노베이션은 지난 4일 입장문을 통해 “LG화학은 SK이노베이션이 개발한 특허에 앞서서 제품이 있으므로, SK이노베이션의 994 특허가 무효라는 주장을 하고 있다. 하지만 해당 특허는 SK이노베이션이 자체적으로 개발한 기술임을 분명히 밝힌다”고 강조한 바 있다.

/김수지기자 sjkim2935@

기아차 대규모 시승 이벤트 진행

기아자동차가 추석 연휴를 맞아 4세대 카니발 등 신형 차량을 체험할 수 있는 대규모 시승 이벤트를 진행한다.

기아차는 추첨을 통해 220명의 고객을 선정, 이달 29일부터 다음 달 5일까지 6박 7일간 차량을 지원할 계획이다. 6일 밝혔다. 지난달 출시한 4세대 카니발 100대를 포함해 쏘렌토 60대, K5 10대, 셀토스 10대, 스팅어 마이스터 20대, 니로EV 20대 등이 무상 대여 대상이다.

시승 이벤트는 7~20일 기아차 카카오톡플러스친구를 등록한 뒤 카카오톡 내 이벤트 페이지에서 신청하면 된다. 만 21세 이상 운전면허 소지자로 결격



기아차 4세대 뉴 카니발

사유가 없어야 한다. 당첨 결과는 23일 기아차 홈페이지에서 확인할 수 있다. 사회관계망서비스(SNS)에 시승 후기를 작성한 고객 중 10명을 선정해 모바일 상품권을 증정한다.

기아차는 특히 고객의 안전한 시승을 위해 시승 전 철저한 방역을 하고 마스크, 손세정제 등 방역용품을 제공할 계획이다. /양성운 기자

한화토탈, 어린이 대상 비대면 환경교육

환경교실·자원순환 캠페인 실시
플라스틱 분리배출 중요성 교육

한화토탈이 코로나19의 장기화에 따라 비대면 사회공헌활동을 통해 어린이들에게 플라스틱 분리배출 중요성 알리기 나선다.

한화토탈은 6일 자원 순환의 날을 맞아 초록우산어린이재단과 함께 어린이들을 대상으로 플라스틱 분리배출의 중요성을 알리는 비대면 ‘에코더하기 환경교실과 자원순환 캠페인’을 실시한다고 밝혔다.

에코더하기 환경교실과 자원순환 캠페인은 어린이와 중고생들에게 석유화학 제품에 대한 이해도를 높이고, 플라스틱 재활용을 위한 분리배출 습관을

길러주는 한화토탈의 대표적인 친환경 사회공헌활동이다.

한화토탈은 그동안 직원들이 직접 인근 아동기관을 찾아 환경교실을 열고, 어린이들에게 석유화학제품 재활용의 중요성을 알려주는 오프라인 위주의 교육 활동을 해왔다.

하지만 코로나19로 방문 및 집합교육이 힘들어지고, 특히 요즘 가정에서 보내는 시간이 많아진 어린이들에게 도움이 될 수 있는 방법을 고민하다 비대면으로 진행할 수 있는 교육과 캠페인 활동을 기획하게 됐다.

먼저 어린이들이 플라스틱 분리배출이라는 주제에 대해 친근하게 접근할 수 있도록 교육용 애니메이션을 제작했다. 영상은 어린이들의 이해를 돕기 위



한화토탈과 초록우산어린이재단 자원봉사자들이 아이들에게 나눠줄 놀이 키트를 포장하는 모습이다.

해의인화면 페트병 애니메이션 캐릭터를 활용해, 플라스틱 페트병의 제조과정과 올바른 분리배출 방법을 알기 쉽게 설명했다.

총 3편으로 구성된 영상은 유튜브를 통해 ‘한화토탈 에코더하기’로 검색하면 누구나 간편하게 시청할 수 있다.

/김수지 기자

현대차그룹, 온라인 채용박람회 개최

올해로 9년째, 280개 협력사 참여

현대자동차그룹 협력사 채용박람회가 온라인으로 개최된다.

6일 현대차그룹에 따르면 코로나19로 위축된 자동차산업 고용에 새바람을 불어넣어 협력사들과 코로나시대의 새로운 동반성장 모델을 구축하기 위해 이번 온라인 채용 박람회를 기획했다.

올해로 9년째를 맞이한 이번 행사는 코로나 감염 확산 예방에 적극 동참하기 위해 온라인 형태로 3주간(9월 7일~25일) 개최된다. ▲부품 협력사 ▲자동차 정비 협력사 ▲설비·원부자재 협력사 등 전국적으로 총 280여개의 협력사가 참여한다.

2012년 시작한 현대차그룹의 협력사 채용박람회는 대기업이 지원하는 국내 최초 협력사 채용박람회로, 채용상담 등을 통해 실제 채용으로 연결되도록

현대자동차그룹이 행사 기획 및 운영에 이르기까지 재정적인 지원 등을 전담하는 국내 대표 동반성장 프로그램이다.

구직자는 온라인 채용박람회 홈페이지를 통해 회원가입 및 온라인 지원서를 접수하면 된다.

접수 후, 합격자에게는 별도 통보를 거쳐 홈페이지상에서 온라인 면접을 진행하게 된다. 또 자동차부품사 협동조합인 ‘자동차산업협동조합’의 ‘자동차산업 퇴직인력 재취업 지원사업’과도 연계해 경력직 채용 온라인 상담도 진행될 계획이다.

특히 1회성으로 그치는 여느 채용박람회와 다르게, 온라인 박람회 종료 이후 해당 홈페이지를 일부 개편해 자동차부품사 등 자동차 관련 기업들의 특화된 상시채용 정보를 구직자들에게 연중 지속적으로 제공하고, 협력사 상시 채용에 적극 활용할 예정이다.

/양성운 기자