

조선3사, 고부가선박 전략... 올해 355억 달러 수주 '순항'

HD한국조선해양 181척 수주 연간 목표치 초과 총 205.6만 달러
삼성중공업 33척 수주, 68억 달러 목표액 연간 97억 달러 수주 자신감
한화오션 42척, 81.5억 달러 수주 작년 실적 35.2억 달러의 두배 넘겨



HD현대중공업이 건조해 인도한 17만4000㎥ 급 LNG운반선. /HD현대

국내 조선업계가 2024년을 한 달여 남긴 시점에서 연말 수주 확보에 총력을 기울인다. 특히 고부가가치 선박 중심의 선별 수주 전략을 펼쳐 연간 수주 목표치를 모두 달성한다는 자신감을 내비치고 있다.

4일 업계에 따르면 조선 3사(HD한국조선해양·삼성중공업·한화오션)는 올해 들어 총 256척, 355억달러 규모의 수주를 확보했다.

HD한국조선해양은 조선 3사 중 가장 먼저 연간 수주 목표치를 넘겼다. HD한국조선해양은 총 181척, 205억

6000만달러를 수주하며 연간 목표치(135억달러)를 초과 달성한 것으로 알려졌다. 최근에는 아시아 소재 선사 컨테이너선 4척에 대한 건조 계약을 체결한 바 있다.

삼성중공업은 33척, 약 68억달러를 수주해 연간 수주 목표액(97억달러)의 70%를 채웠다. 다만 삼성중공업은 해를 넘기기 전 목표치를 채울 수 있다는

의지를 보이고 있다. 향후 발주가 지속될 것으로 전망되는 액화천연가스(LNG) 운반선 및 부유식 천연가스 액화·생산설비(FLNG), 친환경 선박을 중심으로 올해 수주 목표치를 채울 수 있다는 설명이다.

한화오션 또한 수주 확보에 집중하는 분위기다. 물론 한화오션은 올해부터 수주 목표치를 내놓지 않기로 결정했

다. 수주 목표를 무리하게 맞추기 위해 저가 수주가 이어지지 않도록 하기 위함이다. 현재까지 총 42척, 81억 5000만달러를 수주하며 작년 실적(35억 2000만달러)의 두 배를 넘는 성과를 거두었다.

국내 조선사들이 우수한 수주 실적을 보인 이유로는 고부가가치 선박에 집중하는 선별 수주를 통해 수익성을 높인 점이 꼽힌다. 저탄소·탈탄소 가속화로 LNG 추진 선박 도입이 늘며 국내 조선사들이 LNG운반선, 암모니아 운반선(VLAC) 등 고부가가치 선박 수주에 힘을 쏟는 것이 적절하다는 판단에서다.

영국 LNG선박협회 SEA-LNG에 따르면 지난 10월 전 세계에서 운항 중인 LNG 추진선은 590척으로 전체 선박의 2% 가량을 차지했다. 이는 지난 2022년 354척 대비 66% 증가한 수치다.

업계에서는 오는 2025년부터 국내 조선사의 실적 성장세가 두드러질 것으로 기대하는 분위기다. 고부가가치 선조

건조비중 확대와 후관가격 등 비용 하향 등이 요인으로 지목되고 있다.

조선·해운시황 분석업체 클락슨리서치에 따르면 현재 신조선가는 지난 2021년 대비 24% 상승했으며 한국의 선박 수주잔량은 지난 2021년 대비 69% 증가했다. 설계 포함 선박 건조기간이 평균 2년인 점을 고려했을 때 2022~2024년에 고선가로 수주한 고부가가치 선박들의 건조비중은 내년부터 점차 증가할 것으로 전망된다.

FLNG 추가 수주도 기대된다. 모잠비크 프로젝트 수주 예상과 더불어 미국 LNG업체 텔핀과도 협상이 진행되고 있어서다.

업계 관계자는 "국내 조선사들은 고부가가치 선박 중심의 수주 확대를 통해 실적 성장을 이룰 것으로 기대된다"며 "더욱이 글로벌 시장에서의 친환경선 수요 증가와 함께 조선사들의 경쟁력도 강화될 것으로 전망된다"고 말했다.

/차현정 기자 hyeon@metroseoul.co.kr

라면·과자 중심 K-푸드 올해 수출 90.5억 弗 '역대최대'

농식품부, 전년대비 8.1% 늘어
 라면 10억 弗 수출, 전년비 30% ↑
 과자류 16.5%, 음료 14.9% 성장

올해 1~11월 K-푸드 수출액이 90억 달러를 넘어섰으며 역대 최대를 갈아치웠다. 라면과 과자·음료·쌀 가공식품의 경우 최고 실적이 두드러졌다.

4일 농림축산식품부에 따르면 지난 달 말 기준 K-푸드 수출 누적액은 전년대비 8.1% 늘어난 90억 5000만 달러로 집계됐다. 이는 15개월 연속 성장세이자 1~11월 기준 역대 최대 실적이다. 특히, 수출 상위 품목인 라면, 과자류, 음료, 쌀 가공식품 등이 모두 11월 역대 최고 실적을 보였다.

사상 최초로 10억 달러 넘게 수출된 라면은 지난해보다 30.0% 상승한 11억 4000만 달러가 수출됐고, 6억 달러 이상의 실적을 거둔 과자류·음료도 각각 16.5%, 14.9% 성장했다.



K-푸드 해외박람회 행사장 내 한국관 모습. /농식품부

냉동김밥·즉석밥·떡볶이 등의 쌀 가공식품은 미국·중국 등 대형 유통매장에 입점되고 인기가 지속되면서 39.3% 증가한 2억 8000만 달러가 수출됐다. 커피·크리머·인스턴트커피 등 커피 조제품은 전년대비 2.8% 성장해 누적 3억 달러를 돌파했다.

지난 10월 인도네시아로 인스턴트커피

피 신제품이 수출됐다. 그간 제조업체 대상 커피 원료 중심의 수출에서 소비자용 커피 수출로 시장이 확대됐다. 소주, 리큐르는 미국의 주류 전문매장 입점과 중국 내 수요 증가로 전년대비 각각 3.7%, 6.1% 증가했다.

수출 규모는 아직 작지만 브라질에서는 대형 유통매장 연계 판촉을 통해

리큐르가 전년보다 216% 급증했다. 몽골에서는 한국 편의점 내 맥주와 라면의 짝궁식품 마케팅을 통해 맥주가 72% 증가했다.

신선식품은 전년보다 0.4% 증가했는데, 김치, 유자, 포도 등이 성장세를 보이고 있다. 특히 김치는 전년대비 3.9% 늘었는데, 미국·유럽에서 대형 유통매장 입점 및 판촉 행사를 통한 수요가 꾸준히 늘고 있다. 포도는 생육관리를 통해 수출물량이 안정적으로 확보됐고, 인도네시아, 싱가포르 등 수출 시장을 다변화하면서 전년대비 20.2% 증가했다.

수출시장별로 보면, 대(對) 미국 수출은 14억 4000만 달러로 전년대비 20.0% 증가했다. 대 중국 수출은 13억 8000만 달러로 7.0% 증가세를 보였다. 미국의 경우, 올해 대형 유통매장에 신규 입점되면서 연말까지 지속 성장할 것으로 예측됐다. /세종=김연세 기자 kys@

삼성전자 DS 산하에 'AI센터' 박순철 신임CFO 선임 정기 인사·개편 완료

삼성전자가 2025년 정기 임원인사 및 조직개편을 완료했다. 경영지원실장·최고재무책임자(CFO)와 반도체(DS)부문 미주총괄에 새로운 인물을 선임했다.

인공지능(AI) 기술력 강화를 위해 DS부문 산하에 'AI 센터'도 신설했다. 이로써 주요 요직을 모두 채우고 새로운 조직까지 신설한 만큼, 앞으로 어떻게 대내외적 위기를 타개할 지 주목된다.

4일 재계에 따르면 삼성전자는 이날 오후 후속 임원인사 및 조직개편을 모두 완료하고 사업부별 조직개편 설명회를 진행했다.

삼성전자는 전임 CFO인 박학규 사장의 뒤를 이어 박순철 디바이스경영(DX)부문 경영지원실 지원팀장(부사장)을 신임 CFO에 선임했다.

앞서 박학규 사장이 사장단 인사에서 사업지원TF로 합류해 CFO 자리가 공석이 되면서 어떤 인물이 선임될 지가 초미의 관심사였다.

1966년생인 박순철 부사장은 삼성전자 미래전략실 출신이며 네트워크 사업부, 모바일경영(MX) 사업부 지원팀, 사업지원TF 등에서 근무했다. 그는 삼성전자의 매출과 이익을 비롯해 각종 투자, 자금 계획 등 전사적인 재무를 관리할 예정이다. 또 각 부서 및 계열사들의 전략까지 총괄해 의사결정에도 참여한다.

그간 삼성전자 CFO 자리는 미래전략실 출신의 재무 경력이 있는 임원이 맡아 왔던 만큼, 박순철 부사장이 적임자로 판단한 것으로 보인다. 최근까지도 재무 관련 경력이 있는 미전실 출신 부사장급 임원들이 잇따라 물망에 오르기도 했다.

/구남영 기자 koogija_tea@

비상사태 철저 대비... 네이버·카카오, 비상계엄 '이상무'

네이버, BCP 통해 긴급상황 대처 댓글 서비스는 잠시 비상모드 제한 카카오, 비상경영회의서 영향 점검

45년 만에 선포된 6시간의 비상계엄에도 불구하고, 우리나라 대표 포털인 네이버와 메신저 카카오톡이 정상 서비스 상태를 유지했다. 이는 양사가 비상사태에 대비한 철저한 보고 체계와 긴급 연락망을 구축했기 때문이다.

4일자 <메트로경제> 취재에 따르면, 전국민적 연락망으로 활용되는 카카오톡과 네이버 포털 서비스는 비상계엄 상황에서도 정상적으로 운영되었다. 두 포털 서비스는 비상계엄령 선포 직후인 오전 9시경, 이용자가 몰리면서

약 10분간 트래픽 급증으로 일부 서비스 지연이 발생했으나 신속히 복구됐다. 카카오톡은 별다른 서비스 장애 없이 운영됐다. 이러한 빠른 정상화는 양사의 데이터 다중화 및 분산 시스템과 비상 대응 체계로 가능했다.

네이버는 BCP(Business Continuity Plan, 업무 연속성 계획)를 통해 긴급 상황에 대처하고 있다. BCP는 각종 재해 상황에서도 서비스를 지속하기 위한 대응 절차를 매뉴얼화한 체계다. 네이버 관계자는 "3일 트래픽 폭증 당시 검색과 뉴스 서비스는 문제없이 제공됐으며, 댓글 서비스는 잠시 비상모드로 제한되었다"며 "보고 체계와 긴급 연락망을 기반으로 서비스 고도화를

지속하고 있다"고 말했다.

네이버는 판교 SK C&C IDC에서 약 2만 2000대의 서버를 운영하며, 7단계에 걸친 서비스 및 인프라 이중화 체계를 적용하고 있다. IDC(Internet Data Center)에서 문제가 발생하면 트래픽을 제한하고, 자동 또는 수동으로 다른 IDC로 트래픽을 우회해 서비스 연속성을 유지한다.

네이버 관계자는 "IDC 이중화를 위해 여러 데이터센터에 서버를 분산 배치하고, GSLB(Global Server Load Balancing)를 활용해 트래픽 상태를 지속적으로 확인하고 있다"며 "문제 발생 시 자동으로 해당 IDC를 차단하고 다른 IDC로 트래픽을 전환한다"고 설

명했다.

카카오는 비상계엄 직후 비상경영회의를 열고 비상계엄 선포로 인한 경영활동 영향을 점검했다. 전국민이 카카오톡을 이용해 연락을 주고받으며 특히 비상 상황에서는 트래픽이 폭증하는 만큼 심각한 사태를 대비할 필요가 있다는 판단에서다. 모바일인덱스 통계에 따르면 9월 기준 카카오톡 월간활성이용자수(MAU)는 4498만 2002명에 달한다.

카카오 측은 "과거 2016년 9월 경주에서 일어난 리히터 규모 5.1의 지진이 발생했던 때, 서버로 연결을 뺐으려는 트래픽이 평소 대비 40~50배까지 올랐으며 카카오톡 정상까지는 2시간 이상이 걸렸다"며 "당시 경험을 토대로 비상 상황을 자동으로 감지할 수 있는 기능을 보강했다"고 설명했다. /김서현 기자 seoh@