

# 광주 제조업체 64% “글로벌 리스크로 피해 입었다”

**광주상의, 지정학 리스크 영향조사**  
 “에너지·원자재 조달비 증가” 52%  
 “대비 필요하나 대응책 없어” 75%  
 “정책자금·시장개척 지원 확대 필요”

광주지역 제조업체 10곳 중 6곳은 최근 지속되고 있는 미·중 갈등, 러시아-우크라이나 전쟁, 중동분쟁 등 글로벌 지정학적 리스크로 인해 피해를 입은 것으로 조사됐다.

17일 광주상공회의소에 따르면 지정학적 리스크로 인한 기업들의 피해 및 대응 현황 등을 파악하기 위해 광주지역 130개

제조업체를 대상으로 ‘2024년 지정학적 리스크 관련 기업 영향조사’를 실시했다.

조사 결과, 응답 업체들의 64.6%가 지정학적 리스크로 인해 ‘실적 저하 등 피해를 입었다’고 답했다. 반면 34.6%는 ‘큰 영향이 없었다’, 0.8%는 ‘일부 반사이익을 얻었다’고 답변했다.

지정학적 리스크로 인해 주로 경험한 피해와 관련해 기업들은 ‘에너지·원자재 조달비용 증가(52.4%)’를 가장 많이 꼽았으며, ‘환율변동·결제지연 등 금융 리스크(34.5%)’, ‘원자재 수급 문제로 인한 생산 차질(33.3%)’, ‘해외시장 접근 제한 및 매출 감소(25.0%)’, ‘재고관리 차질

및 물류비 증가(23.8%)’, ‘현지 사업 중단 및 투자 감소(8.3%)’ 등의 피해를 입은 것으로 나타났다.

응답 기업들의 71.5%는 지정학적 리스크의 영향이 ‘지금과 비슷하거나 더욱 빈번해질 것’이라고 내다봤으며, ‘예측이 불가능하다’는 26.9%, ‘지금보다는 완화될 것이다’는 1.5%를 차지했다.

최근 글로벌 지정학적 리스크로 발생하는 문제들에 대해 응답 기업들의 75.4%가 ‘대비가 필요하나 아직 대응책을 마련하지 못했거나 모색 중’이라고 답했으며, 나머지 24.6%는 ‘별다른 대응 필요성이 없다’고 응답했다.

지정학적 리스크 장기화에 따른 실제 대응현황에 대해서는 가장 많은 43.8%가 ‘별다른 운영상의 변화는 없었다’고 답했으며, 기업 운영에 변화가 있었던 기업들은 ‘기존 수출시장 외 신규 대체시장 발굴(40.8%)’, ‘해외조달 부품·소재의 국내 조달 전환(20.0%)’, ‘대외 지정학 리스크 대응조직 신설(5.4%)’, ‘해외 생산시설 축소 또는 철수(3.1%)’ 순으로 대응한 것으로 조사됐다.

또한 지정학적 리스크에 대응하기 위해 현재 마련했거나 고려 중인 방안으로 가장 많은 기업은 ‘비용 절감 및 운영 효율성 강화(65.4%)’를 가장 많이 꼽았으며, 이

어 ‘대체시장 개척 및 사업 다각화(39.2%)’, ‘공급망 다변화 및 현지 조달 강화(29.2%)’, ‘환차손 등 금융리스크 관리(17.7%)’, ‘글로벌 사업 축소(2.3%)’ 순으로 나타났다. ‘대응방안이 없다’는 9.2%였다.

광주상의 관계자는 “글로벌 경기 불확실성 지속 및 그 여파에 따른 경영비용 상승, 생산 차질 등으로 지역 제조업체들이 경영 상 많은 어려움을 겪고 있다”면서 “지역 기업들이 대내외 여건 변화에 신속히 대응할 수 있도록 정책자금 확대, 시장개척 지원 등 정부·지자체 차원의 적극적 지원책이 필요한 시점이다”고 밝혔다. **최권범 기자**



17일 개막한 광주식품대전에 마련된 보해양조-완도금일수협의 ‘다시, 마주’ 부스 모습. **보해양조 제공**

## 보해양조, 광주식품대전 ‘지역상생’ 홍보 부스 운영

**20일까지 완도금일수협과 협업 ‘다시, 마주’ 시음·시식코너 진행**

주류 전문기업 보해양조가 17일부터 20일까지 광주 김대중컨벤션센터에서 열리는 광주식품대전에 참가해 완도 특산물인 다시마를 이용해 로코노미의 대표 제품으로 인정받은 ‘다시, 마주’를 소개한다.

이번 행사에서 보해는 완도금일수협과 함께 홍보 부스를 운영하며 ‘바다를 통해 다시 마주한 우리’라는 주제로 방문객에게 제품을 소개하고 지역 상생활동을 펼칠 예정이다.

‘다시, 마주’는 보해양조와 완도금일수협의 협업으로 탄생한 세계 최초 다시마 소주로, 다시마 특유의 깊고 부드러운

맛을 소주에 담아낸 것이 특징이다. 보해는 그동안 완도 지역에서 주로 판매되던 제품을 광주식품대전을 통해 보다 넓은 지역 소비자들이 체험할 수 있도록 한다.

보해와 완도금일수협의 공동 홍보 부스는 1층 B홀 행사장 입구 지역대표기업 구역에 위치하고 있으며, 방문객들을 위한 다양한 이벤트가 마련된다. 부스 이벤트에서는 업사이클링 텀블러 등 다양한 굿즈를 경품으로 제공한다. 시음·시식 공간에서는 ‘다시, 마주’와 함께 완도금일수협이 준비한 청정 바다 완도산 전복을 무료로 맛볼 수 있다. 또, QR 코드를 이용해 신선한 해산물을 현장에서 직접 주문할 수 있는 서비스도 갖췄다.

보해양조 관계자는 “이번 행사 참가로

지역 특산품을 활용한 신제품 ‘다시, 마주’와 지역의 건강한 먹거리를 완도금일수협과 함께 소비자들에게 널리 알릴 수 있게 돼 매우 기쁘다”며 “앞으로도 지역 사회와의 상생과 지속 가능한 발전을 위해 노력할 것”이라고 밝혔다.

한편, 광주식품대전은 약 450개의 부스를 통해 지역 농·수산물, 푸드테크, 음료·디저트, 건강·기능식품 등 다양한 제품들을 선보인다. 이번 행사는 ‘푸드테크, 광주 미래 신성장 산업 육성’을 주제로 국내외 300개 이상의 식품업체와 푸드테크 관련 기관이 참여해 다양한 전시와 프로그램을 진행할 예정이다. 또한 광주주류박람회와 광주김치축제 등 여러 박람회가 동시에 개최돼 많은 방문객이 찾을 것으로 예상된다. **최권범 기자**

## 삼성전자, 업계 최초 ‘24Gb GDDR7 D램’ 개발

삼성전자는 업계 최초로 12나노급 ‘24Gb GDDR7(Graphics Double Data Rate) D램’ 개발을 완료했다고 17일 밝혔다.

‘24Gb GDDR7 D램’은 업계 최고 사양을 구현한 제품으로, PC, 게임 콘솔 등 기존 그래픽 D램의 응용처를 넘어 AI 워크스테이션, 데이터센터 등 고성능 제품을 필요로 하는 분야까지 다양하게 활용될 것으로 기대된다. 이번 제품은 24Gb의 고용량과 40Gbps 이상의 속도를 갖췄고, 전장 대비 용량, 성능, 전력 효율이 모두 향상됐다.

삼성전자는 이번 제품에 12나노급 미세 공정을 적용해 동일한 패키지 크기에 셀 집적도를 높였고, 전장 대비 50% 향상

된 용량을 구현했다. 또한 ‘PAM3 신호 방식’을 통해 그래픽 D램 중 업계 최고 속도인 40Gbps를 구현했으며, 사용 환경에 따라 최대 42.5Gbps까지의 성능을 자랑한다.

삼성전자는 이번 제품부터 저전력 특성이 중요한 모바일 제품에 적용되는 기술들을 도입해 전력 효율을 30% 이상 크게 개선했다. 또한 고속 동작 시에도 누설 전류를 최소화하는 ‘파워 게이팅 설계 기법’을 적용해 제품의 동작 안정성도 향상됐다.

삼성전자는 이번 ‘24Gb GDDR7 D램’을 연내 주요 GPU 고객사의 차세대 AI 컴퓨팅 시스템에서 검증을 시작해 내년 초 제품을 상용화할 계획이다. **박소영 기자**

## 현대자동차, 상품성 강화 ‘더 뉴 캐스퍼’ 출시

**고객 선호도 반영 안전 사양 보강**

현대자동차가 상품성을 대폭 강화한 엔트리 SUV, ‘더 뉴 캐스퍼(The new CASPER)’를 18일 출시한다고 밝혔다.

더 뉴 캐스퍼는 2021년 출시 이후 3년여 만에 새롭게 선보이는 상품성 개선 모델로, 캐스퍼의 강점인 아이코닉한 디자인을 계승하면서 고객들이 선호하는 안전·편의사항을 알차게 담아 상품성을 더욱 향상시킨 것이 특징이다.

더 뉴 캐스퍼는 기존 모델의 아이코닉한 디자인 위에 SUV만의 단단함을 부각한 외장 디자인과 고급감이 더해진 실내 디자인을 입혀 한층 세련된 이미지를 구



현했다.

더 뉴 캐스퍼는 △시야나 오렌지 메탈릭 △어비스 블랙 펠 2종을 새롭게 포함해 △아틀라스 화이트 △톱보이카키 △언블리치드 아이보리 △비자림 카키 매트 등 총 6종의 외장 컬러를 운영한다.

실내 색상은 기존 △블랙원톤(직물/인조가죽) △다크 그레이 2종에 △베이지/

오렌지 브라운 투톤 실내 컬러 패키지를 추가해 고객 선택의 폭을 넓혔다.

현대차는 고객의 목소리를 담아 더 뉴 캐스퍼에 다채로운 안전·편의사항을 보강해 경차를 뛰어넘는 안전성과 고객 편의성을 제공한다.

현대차는 더 뉴 캐스퍼 10월 출고 고객 전원에게 IPX(구 라인프렌즈) ‘조구만’ 캐릭터 콜라보 열쇠고리를 증정하고, 같은 달 계약 및 출고 고객 중 150명을 추첨해 텀블러와 전화번호판 등이 포함된 ‘조구만’ 콜라보 기프트 박스를 전달할 계획이다.

더 뉴 캐스퍼의 판매가격은 기본 모델 △스마트 1460만원 △디 에센셜 1680만원 △인스퍼레이션 1980만원이며, 밴 모델 △스마트 1450만원 △스마트 초이스 1550만원이다. **박소영 기자**

## 재테크 칼럼

## 위기의 삼성전자 “초심으로 돌아가라”

대한민국을 상징하는 기업이자 한국인들에게 절대적인 믿음의 대상인 삼성전자가 최근 여러 분야에서 위험신호가 감지되고 있다.

급기야 전영현 부사장이 ‘기대에 미치지 못하는 실적을 내 죄송하다’는 이례적인 사과까지 했다. 초격차 기술을 앞세우며 세계 메모리 반도체 시장의 최강자로 떠오른 20여년 동안 삼성전자는 후퇴 없는 전진을 해왔고 시장의 예측을 능가하는 신기술로 시장의 믿음에 보답해 왔

다. 하지만 최근 삼성전자의 행보는 시장에서 불안감과 실망감을 안겨주고 있다.

우선 수년 전부터 파운드리 반도체 시장의 최강자인 대만의 TSMC를 능가하겠다는 전력을 기울였지만 오히려 파운드리 반도체 시장에서 TSMC와의 점유율 격차는 더욱 커졌다. 아성인 메모리 반도체 시장마저 HBM 메모리 반도체 개발에 만년 2위인 SK하이닉스에 뒤집으로써 HBM 반도체 시장을 통째로 SK하이닉스

에 바치고 말았다.

뒤늦게 HBM 반도체를 개발했지만 무슨 이유인지 아직까지도 엔비디아의 성능 시험을 통과하지 못하고 있다. 스마트폰 시장도 고가 폰은 애플에게 저가 폰은 샤오미 등 중국기업에게 밀리면서 고전하고 있다.

지금의 삼성전자를 보면 인텔의 몰락이 생각난다. 경영인 크르자니크의 실수로 CPU 반도체 시장의 황제로 자리 잡았던 절대강자 인텔은 지금 수조 원의 적자에



송호 **경제 칼럼니스트**

허덕이는 신세로 내몰렸다. 절약을 강조하며 재무에 눈을 돌리고 기술에 잠시 한눈을 팔아 경쟁자들의 추격을 허락해 버린 것은 돌이킬 수 없는 결과로 이어졌다. 크르자니크 취임 전, 스마트폰 칩 개발을 하찮게 넘겨버렸던 일화도 인텔의 추락에 한 몫을 했지만 시장은 크르자니크를 인텔 추락의 주범으로 보고 있다.

확인된 바는 없지만 삼성전자도 최근

몇 년 전부터 공을 들여 채용했던 AI 관련 기술 인재 등이 많이 퇴사해버리고 몇 명 남지 않았다는 소문이 있다. 삼성전자는 포브스 선정 세계 최고의 회사 1위를 수년간 차지했었는데 올해는 3위로 밀렸다고 한다.

삼성전자는 기술의 삼성을 외치던 초심으로 돌아가야 한다. 기술로 먹고사는 회사는 한사라도 인재를 소홀히 해서는 안 된다. 인재를 아끼고 소중히 하는 기업은 그만큼 보답을 받는다는 사실은 누구보다도 삼성전자가 잘 알고 있을 것이다. 늦기 전에 초심으로 돌아가는 것, 그것이 국민 기업 삼성전자가 할 일이다.