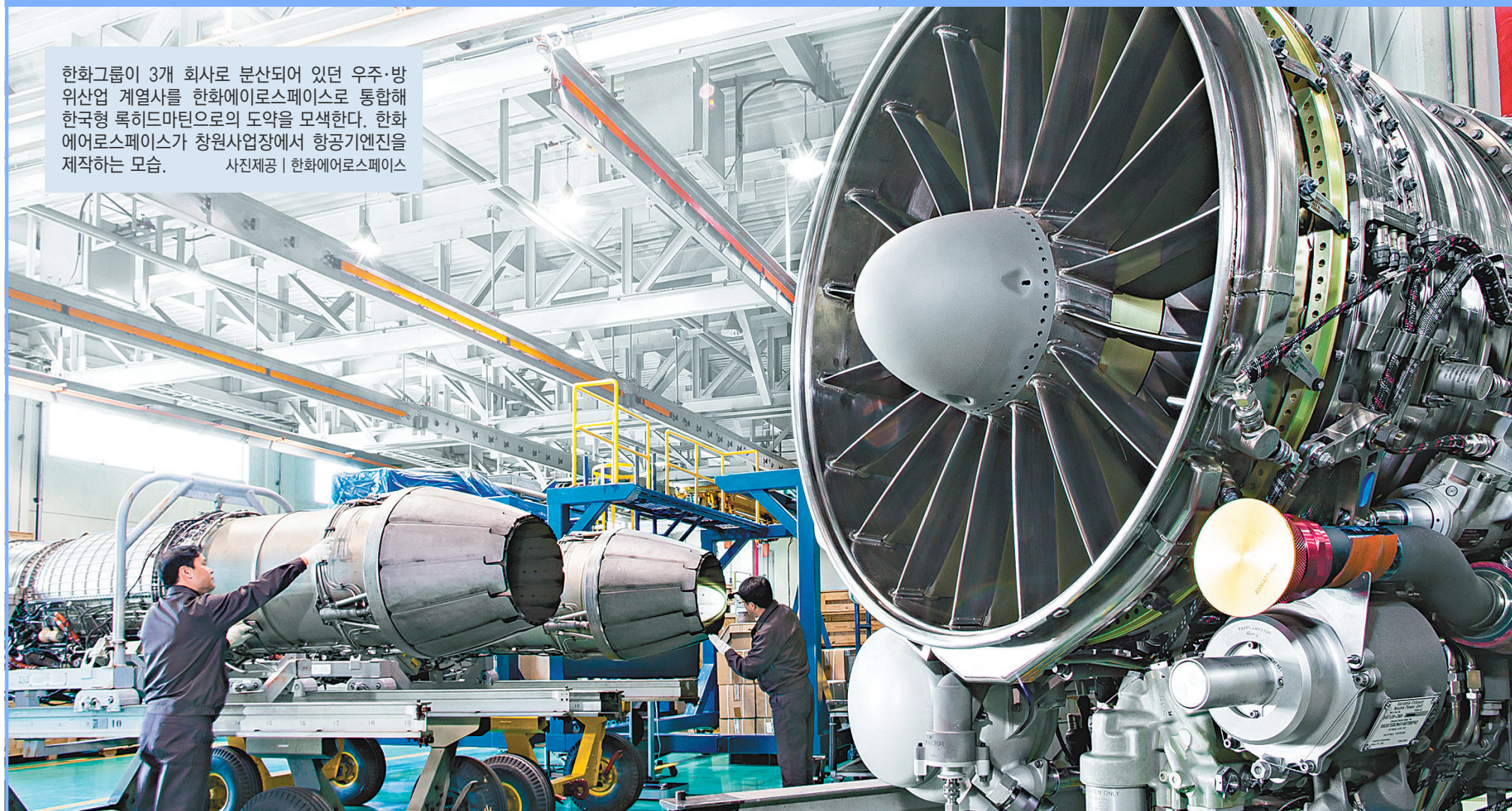


한화그룹이 3개 회사로 분산되어 있던 우주·방위산업 계열사를 한화에어로스페이스로 통합해 한국형 록히드마틴으로의 도약을 모색한다. 한화에어로스페이스가 창원사업장에서 항공기엔진을 제작하는 모습. 사진제공 | 한화에어로스페이스



지상부터 우주까지...‘한국형 록히드마틴’ 되나

우주·방위산업, 한화에어로로 통합
각 계열사의 핵심 기술 결합·개발
방산종합 연구소 설립...시너지 UP
AI 등 미래전 위한 기술 확보 적극
‘육·해·공·우주’ 패키지 수출 추진

한화그룹이 3개 회사로 분산되어 있던 우주·방위산업 계열사를 한화에어로스페이스로 통합해 한국형 록히드마틴으로의 도약을 모색한다.

록히드마틴은 미국의 세계 최고 방위산업 기업이다. 미국의 군용기 제조사 록히드와 마틴 마리에타가 1995년에 합병해 탄생했다. 지상 무기부터 전투기, 항공 우주까지 아우르는 기술력을 보유하고 있다. 보잉, 노스롭그루먼과 함께 미국의 3대 항공우주산업체로도 구분된다.

한화그룹은 (주)한화화과 한화디펜스로 분산되어 있던 그룹 방산사업을 한화에어로스페이스에 통합한다고 29일 밝혔다. 한화에어로스페이스는 (주)한화에서 물적분할된 방산부문을 인수하고, 100% 자회사인 한화디펜스를 흡수합병해 지상에서부터 항공우주에 이르는 명실상부한 종합방산 기업으로 도약한다는 계획이다.

●‘글로벌 디펜스 솔루션 기업’ 만든다

한화에어로스페이스는 규모의 성장과 함께 제품을 다양화해 ‘한국형 록히드마틴’으로의 진화를 계획하고 있다.

각 사에 분산되어 있던 글로벌 사업역량을 통합하면 해외 수출 경쟁력도 한층 강화될 전망이다. 한화에어로스페이스는 이번 인수·합병을 통해 회사를 2030년까지 ‘글로벌 방산 톱10’ 기업으로 키우겠다는 비전도 공개했다.

한화에어로스페이스는 국내에서 유일하게 항공기 가스터빈 엔진 제작 기술을 가진 항공·우주 전문기업이다. 지난 달 발사에 성공한 누리호의 모든 엔진을 제작한 것도 한화에어로스페이스다.

여기에 우주 발사체 연료기술·항법장치·탄약·레이저 대공무기 기술을 보유한 (주)한화/방산, K9 자주포와 원격사격 통제체계·잠수함용 리튬전지체계 기술, 5세대 전투장갑차 레드백 등을 보유한 한화디펜스를 결합해 방산 전 영역을 아우르는 ‘글로벌 디펜스 솔루션 기업’을 만들겠다는 계획이다.

F-16과 F-35 전투기 등 뛰어난 항공 기술이 주력이었지만, 패트리어트 미사일(PAC-3), 이지스레이더(AN/SPY-1) 등을 함께 개발하면서 세계 1위 종합방산 기업이 된 록히드마틴의 사업 모델과 유사하다.

한화에어로스페이스 관계자는 “글로벌 트렌드에 맞춰 기업 규모를 키우고 제품을 다양화해 ‘한국형 록히드마틴’을 만들겠다는 구상”이라고 설명했다.

인수·합병을 통해 기업의 규모를 키우고 세계 시장에서 인지도를 높이는 것은 방산업계의 세계적 추세라는 설명도 덧붙였다. 미국 방산기업 레이시온은 2019년 유나이티드 테크놀로지를 인수해 세계에서 2번째로 큰 방산기업이 됐고, 노스롭그루먼은 2017년 오비탈ATK를 인수해 세계 3위 방산기업으로 도약했다.

●선제적 R&D 투자로 차세대 핵심기술 확보

한화는 이번 인수·합병을 통해 미국·영국·독일 등 북미·유럽 중심이던 한화에어로스페이스의 수출 판로가 크게 넓어질 것이라고 밝혔다.

(주)한화·방산과 한화디펜스는 호주·튀르키예(터키)·인도·이집트 등 8개국에 K9 자주포를, 인도네시아·말레이시아·베트남 등에 장갑차를, UAE에 천궁 발사대 등을 수출해왔다. 이를 더하면 한화에어로스페이스의 수출 국가는 20개국으로 확대된다. 한화에어로스페이스는 넓어진 수출 판로와 다양한 제품을 보유한 종합방산회사의 장점을 적극 활용해 육·해·공·우주를 아우르는 ‘방

산 패키지’ 수출도 적극 추진하기로 했다.

내부적으로는 각 계열사가 보유한 기술력의 시너지를 높이기 위한 방산종합 연구소 설립 등을 추진한다. 한화에어로스페이스는 누리호 엔진을 제작한 ‘우주 발사체 엔진 기술’과 (주)한화 방산부문이 보유한 ‘우주 발사체 연료기술’의 결합에 큰 기대감을 나타내고 있다. 엔진 기술과 연료 기술이 합쳐지면 앞으로 더 발전된 형태의 ‘미래형 누리호’를 만들 때 큰 도움이 될 전망이다.

또한 한화에어로스페이스는 무인화·자동화되는 미래전도 본격적으로 준비하기로 했다. 신현우 한화에어로스페이스 대표는 “국방에 인공지능과 드론, 로봇 등 4차 산업혁명 기술이 도입되는 추세에 대응하기 위해, 선제적 R&D 투자로 무인화 자율주행 기술·에너지 저장 기술·전장상황 인식 기술 등 차세대 핵심기술을 확보해 나가겠다”고 말했다.

한편, 한화그룹의 사업 재편 소식에 한화에어로스페이스 등 한화그룹주는 일제히 상승했다. 7월 29일 한화에어로스페이스는 전 거래일 대비 1만700원(19.93%) 오른 6만4400원에 거래를 마쳤고, 한화는 7.83% 오른 2만7550원에 마감했다.

원성열 기자 sereno@donga.com

에스오일, FCI와 수소 연료전지 연구개발 연구·실증 및 사업화 추진...“인프라·노하우 결합”



에스오일 후세인 알 카타니 CEO.

에스오일은 연료전지 기반으로 청정 에너지 솔루션을 제공하는 에프씨아이(FCI)와 연구개발 협력체계 구축 업무협약을 체결했다고 1일 밝혔다.

두 회사는 차세대 에너지원으로 주목받는 수소 연료전지 연료 다변화 연구와 실증 및 사업화를 추진한다. 이를 위해 암모니아 분해를 통한 수소 생산공정 개발, LNG·LP·G·암모니아·수소 등 연료 맞춤형 고체산화물 연료전지(SOFC) 제품 기술, 연료전지를 활용한 이산화탄소 포집과 재이용 기술 등을 확보하기 위해 국내외 실증 프로젝트와 국제 공동연구를 수행한다.

에스오일 관계자는 “서울 마곡 소재 에스오일 기술개발(R&D)센터 등 회사가 보유한 인프라와 노하우를 효과적으로 결합하여 경쟁력 있는 친환경 수소, 연료전지, 신사업 에너지 사업을 선도하기 위한 연구개발 협력 체계를 구축할 계획”이라고 말했다.

원성열 기자

요즘 면세점 핫템 ‘위스키’...매출 450% ↑

매출 중 2030세대 34% 차지...담배·향수보다 인기



위스키가 면세점의 새로운 핫 아이템으로 떠오르고 있다.

롯데면세점에 따르면 최근 3개월 기준 롯데면세점의 내국인 위스키 매출이 지난해 같은 기간보다 450%나 성장했다. 롯데면

세점 관계자는 “같은 기간 담배(250%), 화장품·향수(220%), 주얼리와 시계(210%)의 매출 성장률을 크게 웃도는 수치”라고 설명했다.

집에서 카테일 등을 즐기는 홈텐딩(홈+바텐딩)과 코로나로 인한 홀출 문화가 MZ세대 사이에 새 주류 트렌드로 자리 잡으며 위스키 소비가 늘어났다는 분석이다. 이런 가운데 수요 급증과 글로벌 물류난으로 인기 위스키들이 시중서 품귀 현상을 빚자 젊은 구매고객들이 면세점으로 몰리고 있다. 실제로 롯데면세점의 올해 내국인 위스키 매출 중 20, 30대 비율은 34%에 달했다. 코로나 이전인 2019년에 24%였던 것을 감안하면 3년 사이에 10%포인트나 증가한 것이다.

면세점측은 매출 급증의 요인으로 ‘착한 가격’을 꼽는다. 수입 주류에 높은 세율의 세금이 붙다 보니 이런 세금이 면제되는 면세점은 시중 대비 최대 70%까지 저렴하다. 여기에 최근 정부가 주류 면세 한도를 2리터, 2병까지로 확대해 앞으로 위스키 면세품 인기는 더 높아질 것으로 예상되고 있다.

김제법 기자 oldfield@donga.com

새 건기식 브랜드 ‘닥터하이’ 8월 정식 론칭



건강기능식품 브랜드 닥터하이(가)가 8월 시장에 정식 론칭한다. 자체 개발 제품들을 통해 단독상품을 제공하고, 저렴한 특가상품을 개발하는 등 소비자중심의 다양한 프로모션 및 마케팅을 진행할 예정이다. 첫 출시제품인 닥터하이

비오틴 판토텐산(사진)은 비오틴을 베이스로 비타민B군이 고루 들어있는 식약처인증 11종 기능성원료 위주의 배합이다. 부원료로 엘라стин, L시스테인함유되어있고 비오틴과 함께 모발건강에 도움을 줄 수 있는 맥주효모를 함유했다.

한국술가, 31일까지 ‘썸머세일’ 진행

비타민 전문 기업 한국술가는 31일까지 ‘썸머세일’을 진행한다. 한국술가의 건강기능식품 통합몰 ‘솔라이프’에서 최근 출시한 ‘면역 비타민D3 2000 위드 아연’을 비롯해 ‘엽산 400’, ‘비타민B 콤플렉스 100’ 등 한국술가 제품 6종과 건강기능식품 브랜드 소비스 제품 2종을 대상으로 진행한다. 7일까지 멤버십 고객에게 10% 추가 할인쿠폰을 증정하는 ‘솔라이프7데이’ 이벤트도 함께 실시한다. 쿠폰은 한국술가, 소비스, 북미 건기식 브랜드 ‘네이처스 바운티’까지 적용 가능하다.

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

SKT, 황선우 등 국가대표 유망주 4명 후원 계약

황선우·박혜정·손지인·조현주 후원
3년 동안 훈련지원금 등 지원 제공
브레이킹 스포츠 등 후원 확대 예정

SK텔레콤은 1일 서울 을지로에 위치한 SKT타워에서 아마추어 스포츠 유망주에 대한 공식 후원 계약을 체결했다.

후원 선수는 도쿄올림픽을 통해 한국 수영의 간판스타로 떠오른 황선우(19)를 비롯해 ‘포스트 장미란’으로 불리며 한국 역도의 미래를 책임질 박혜정(19), 리듬체조 최연소 국가대표 손지인(15), MZ세대 중심으로 큰 사랑을 받고 있는 스케이트보드의 조현주(15) 등 네 명이다.

SK텔레콤은 2007년 수영 종목의 박태환을 시작으로 아마추어 스포츠 유망주에 대한 후원을 통해 한국 스포츠 경쟁력 강화에 조력자 역할을 해왔다.

SK텔레콤은 후원 계약을 맺은 선수들



오정식 SKT 스포츠마케팅 담당, 조현주(스케이팅보드), 손지인(리듬체조), 박혜정(역도), 황선우(수영), 김희섭 SKT 커뮤니케이션 담당(왼쪽부터).

사진제공 | SK텔레콤

에게 향후 3년 동안 훈련 지원금 및 국제 대회 성적 인센티브를 지급하고 멘탈 케어·컨디션 관리 등 최고 수준의 지원을 제공할 계획이다. 내년 열리는 항저우아시안게임과 2024년 파리올림픽 등 국제 대회에서 선수들이 최고의 경기력으로 대한민국 스포츠의 위상을 높이는 데 기여한다는 방침이다.

SK텔레콤은 향후 다양한 종목과 선수에 대한 후원을 확대할 계획이다. SK텔레콤은 지난해 ‘대한민국 스포츠 육성 T F’를 발족했다. 또 기존 팬싱협회 후원과 더불어 브레이킹(비보잉) 스포츠와 e스포츠협회 등을 새롭게 후원하는 등 MZ세대와 교감할 수 있는 다양한 형태의 스포츠 발굴 및 투자에 앞장서고 있다.

김희섭 SK텔레콤 커뮤니케이션 담당은 “SK텔레콤이 후원하는 4명의 선수는 장차 대한민국을 대표할 미래의 스포츠 스타들로 성장하게 될 것이다”며 “선수들이 여러 국제 대회에서 대한민국 스포츠 위상을 높이도록 물심양면으로 지원하겠다”고 말했다.

김명근 기자 dionys@donga.com