

전공정 스마트 설비...‘전남형 그린도시’ 완성

■ 금호타이어 ‘함평 신공장’ 시동

EV 전용 등 고부가가치 제품 집중 생산 증장기적 글로벌 경쟁력 강화 핵심 역할

금호타이어는 9일 미래형 생산체제로 전환을 통해 함평신공장을 스마트 제조설비 및 친환경 공정을 갖춘 공장으로 짓겠다는 구상을 밝혔다.

함평신공장 건설 1단계에는 6609억원이 투자된다. 연간 타이어 530만본 생산

과 이를 뒷받침할 정전고무 700만본 규모의 생산 능력을 확보한다는 계획이다.

전 제조공정에 스마트 자동화 설비를 도입하고, 친환경 생산체계를 구축해 생산 효율성과 품질 경쟁력을 대폭 강화한다. 전기차(EV) 전용, 저소음·고연비 타

이어 등 고부가가치 프리미엄 제품을 집중 생산해 글로벌 시장에서의 경쟁력을 한층 높일 방침이다.

생산 효율성과 품질 경쟁력 강화를 통한 제조 역량 고도화 뿐만 아니라, 지속 가능한 성장 기반을 확보함으로써 금호타이어의 증장기적 글로벌 경쟁력을 강화하는 데 핵심적인 역할을 할 것으로 기대된다.

다불어 지역 경제 활성화와 고용 창출에도 기여할 수 있을 것으로 보인다.

함평군 또한 친환경 앵커기업인 금호타이어 함평공장을 통해 함평에 위치한 빛그린산단이 초광역 K-모빌리티의 중심

으로 도약할 것으로 내다보고 있다.

특히 광주의 미래차 소부장 특화단지가 빛그린산단 함평구역까지 확대되면서 지역에 발생하는 긍정적인 파급효과와 함께 RE100산단, 일자리, 정주까지 모두 담은 ‘전남형 그린 디지털 도시’를 꿈꾸고 있다.

금호타이어뿐만 아니라 미래차 부품, 데이터센터 임직원과 가족이 정착할 ‘주거·교육·문화 복합지구’가 조성되면 지역 경제도 살아날 것으로 기대하고 있다.

금호타이어는 함평신공장 건설과 함께 전략적 비중이 가장 큰 핵심 시장인 유럽 현지 생산기지 확보도 동시 추진한다.

앞서 지난 1일 유럽신공장 부지를 폴란드 오폴레(Opole) 지역으로 최종 확정했다. 투자 승인과 인허가 절차를 거쳐 오는 2028년 8월 연 600만본 규모로 첫 가동을 시작할 예정이다.

한편 금호타이어는 지난 5월 17일 광주 공장 화재가 발생한 이후 자체 수습과 함께 지역 주민들의 피해를 선제적으로 보상하는 등 노력해 왔다. 이에 더해 지역사회와 시민단체 등 민관의 진심 어린 도움으로 사상 초유의 사고로 인한 리스크를 안정적으로 돌파해 나가고 있다.

정현아 기자 aura@gwangnam.co.kr

온누리상품권강 3배 과징금 전통시장법 개정...부정 차단

온누리상품권으로 이른바 ‘상품권강’을 하다 적발되면 최대 부당이득금의 3배의 과징금을 받게 된다.

중소벤처기업부는 9일 이런 내용을 담은 ‘전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법’(전통시장법) 개정안이 국무회의에서 의결됐다고 밝혔다.

개정안에 따르면 물품 판매나 용역 제공 없이 받은 상품권을 환전하거나 실제 매출액 이상의 거래를 통해 받은 상품권을 환전하는 ‘상품권강’이 적발되면 부당이득금의 3배까지 과징금이 부과된다.

‘상품권강’에 대한 제재 기준이 기존 2000만원 이하 과태료 부과에서 이번 개정으로 부당이득금의 3배까지 회수할 수 있도록 강화됐다.

개정안은 부정유통 행위도 새롭게 명시했다. 대표적으로 가맹점이 등록된 점포 외부에서 상품권을 수취한 뒤 환전하는 행위, 수취한 상품권을 다른 가맹점에서 재사용하는 행위, 제3자와 공모해 상품권을 부정하게 유통하는 행위, 비가맹점의 상품권 취급 및 사용자의 재판매 행위 등이다.

가맹점 등록이 취소된 경우 적용되는 지원 중단 기간과 재가맹 제한 기간이 기존 최대 3년과 1년에서 각각 최대 5년으로 확대돼 반복적인 부정유통을 시도하는 사례를 차단할 수 있게 됐다.

송대용 기자

다가구 센서스 첫 조사...광주·전남 주택 15만호 늘어

기존에 건물 단위로 집계하던 다가구 주택을 독립된 거주 공간별로 구분한 결과 광주·전남 주택 수가 15만호 이상 늘어난 것으로 나타났다.

국가데이터터치가 9일 발표한 다가구주택 구분 거처를 반영한 주택 수 부가자료에 따르면 지난해 11월 기준 다가구 구분 거처를 반영한 광주·전남 주택 수는 157만2000호로 집계됐다.

광주는 56만8000호에서 66만9000호로, 전남은 84만7000호에서 90만3000호로 증가했다.

다가구 주택 구분 거처수가 많은 시군

	총주택 (기준) (A)	다가구 주택 (건물 단위)	총주택 (부가자료) (B)	다가구 주택 (구분거처 반영)	차이 (B-A)
전국	19,873	772	22,940	3,839	3,067
수도권	9,285	329	10,720	1,763	1,434
서울	3,170	178	3,908	915	737
광주	568	29	669	130	101
전남	847	15	903	72	56

자료제공·국가데이터터치

구분 보면 서울 관악구가 9만8000호로 가장 많았다. 이어 서울 광진구(6만

1000호), 경북 구미시(5만9000호), 대구 달서구(5만8000호), 서울 중랑구

국가데이터터치, 다가구 구분 거처 반영 광주 66만9000호·전남 90만3000호

(5만8000호) 순이었다. 광주 북구는 4만4000호로 13위를 기록했다.

전국 주택 수는 기존 집계(1987만호)보다 307만호 늘어난 2294만호로 집계됐다.

이번 부가 자료는 주거 현실을 정확하게 반영하기 위해 매년 7월 발표되는 주택총조사(등록센서스) 결과에 건축물대장 등 행정자료와 조사자료를 활용해 다가구 주택 구분 거처를 첫 반영했다.

다가구 주택은 원통 건물이나 이중집 등으로, 빌라 등 다세대 주택과는 구분된다. 다가구 주택은 한 채 단위로 매매

되기 때문에 기존 주택 총조사에서는 건물 단위로 산정됐다.

지역 단위 주거 현황을 세밀하게 파악하기 위해 다가구 주택의 구분 거처를 반영한 주택 수가 필요하다는 정부 부처·학계 등 이용자 수요를 반영한 것으로, 시군구 단위로 제공된다.

데이터터치 관계자는 “주택 수 부가자료 제공을 통해 지방자치단체별 정확한 기본 통계를 작성할 수 있다”며 “지역별 주거 현황 파악 시 적극 활용되기를 바란다”고 말했다.

송대영 기자 sty1235@gwangnam.co.kr



전남개발공사가 9일 순천 전남테크노파크 대강당에서 열린 ‘2025 전남지역 공공구매박람회’를 성공적으로 마무리했다.

전남개발공사, 공공조달로 중기 판로 넓혔다

전남 공공구매박람회에 50개 기업 참여...기관별 1대 1 상담

전남개발공사가 9일 순천 전남테크노파크 대강당에서 열린 ‘2025 전남지역 공공구매박람회’를 성공적으로 마무리했다.

공공조달 시장 진입 장벽이 높은 지역 중소기업을 대상으로 실수요 기반의 맞춤형 상담을 제공하며 공공판로 확대의 실질적 통로 역할을 했다는 평가다.

이번 행사는 전남개발공사와 전남테크노파크, 광주지방조달청, 광주·전남지방 중소벤처기업청이 공동 주최했으며, ‘Open 혁신조달, With 전남미래’를 슬로건으로 지역 기업의 공공시장 진출을 지

원하기 위한 취지로 마련됐다. 참여 기업은 총 50개사로 전년 40개사보다 확대됐고, 우수조달제품·친환경 제품·혁신기업·창원기업 등 다양한 분야의 제품과 서비스가 전시됐다. 기관별 구매 담당자들은 필요 물품과 기술을 중심으로 참여 기업과 1대 1 상담을 진행하며 실제 수요에 기반한 매칭이 이뤄졌고, 공공구매 제도 안내 부스와 기업지원 상담도 함께 운영돼 기업들의 높은 관심을 끌었다.

행사에 참여한 한 중소기업 대표는 “공공기관 실무자들과 직접 연결될 기회가 많지 않은데, 이번 박람회는 실질적인 판

로 확보에 도움이 됐다”고 말했다.

전남개발공사는 이번 박람회를 통해 공공기관과 지역 기업 간 비즈니스 연계를 촉진하는 데 그치지 않고, 최근 ‘2025 혁신제품 공공조달 경진대회’ 대상 수상과 중소벤처기업부 장관 표창 등 공공조달 혁신 성과를 연이어 거두며 전국적인 주목도 높이고 있다.

장충모 사장은 “2021년 10개 사회적 기업으로 출발했던 박람회가 5년 만에 동부권의 50여개 신규 기업이 참여하는 전남 대표 교류의 장으로 성장했다”며 “앞으로 더 공공조달 기반의 중소기업 지원과 지역경제 활성화를 위해 선도기관 역할을 강화하겠다”고 말했다.

이현규 기자 gnnews1@gwangnam.co.kr

기아, 북중미 월드컵 브랜드 캠페인

공인구 전달 어린이 선발

국제축구연맹(FIFA)의 공식 후원사인 기아는 2026 북중미 월드컵을 맞아 글로벌 브랜드 캠페인을 실시한다고 9일 밝혔다.

기아는 경기 시작 전 공인구를 심판에게 전달하고 선수진과 함께 입장하는 ‘오피셜 매치볼 캐리어’(OMBC) 프로그램에 참여할 어린이를 선발할 계획이다.

OMBC에 선발된 어린이들을 대상으로

글로벌 유스 축구 대회인 ‘OMBC컵’도 개최한다. 10개국에서 선발된 유소년 선수들이 세계 무대에서 잠재력을 시험하는 무대가 될 전망이다.

이와 관련해 기아는 최근 캠페인 티저 영상 3편을 공개했다. 영상에는 세계적인 축구스타 티에리 앙리가 월드컵 조 추첨에서 49번째 참가팀으로 OMBC팀을 공개하는 모습, OMBC로 선발된 어린이를 경기장에 데려다주며 응원하는 모습 등이 담겼다.

아울러 기아는 월드컵 공식 그래픽 디자인을 담은 ‘FIFA 월드컵 2026™ 디스플레이 테마’를 공개했다. 개막 전까지 한국, 개최국, OMBC 컵 참가국 등 총 17종의 디스플레이를 순차적으로 배포할 계획이다. 디스플레이 테마는 ccNC 인포테인먼트 시스템이 적용된 차량에서 이용할 수 있으며, 기아 커넥트 스토어에서 기간 한정으로 무료로 다운로드가 가능하다.

류창승 기아 고객경험본부장은 “기아는 이번 캠페인에 브랜드 메시지 ‘영감은 우리 모두를 연결합니다’를 담아 팬들에게 특별한 경험과 영감을 제공할 것”이라고 말했다.

정현아 기자 aura@

www.hdhitac.co.kr

HYUNDAI HI-TEC Industry

신뢰와 기술을 토대로 세상을 이끌어 가는
Global Top Mobility Body Maker 현대하이텍

1991년에 설립된 현대하이텍은 Mobility Body Maker로 인화단열, 근면성실, 주인의식이라는 사훈과 품질향상, 기술혁신, 신용확대 라는 경영방침 아래 모든 역량을 집중하여 축적된 기술력을 바탕으로 지속적인 성장을 거듭하고 있습니다.

앞으로도 저희 현대하이텍은 Global Top Mobility Body Maker로 발전시키기 위해 그동안의 기술과 경험을 바탕으로 최고가 되기위해 최선을 다할것이며, 일직원을 존중하고 함께하는 경영을 추구하여 보다 비전있고 가치있는 회사가 되도록 전진하겠습니다.

(주)현대하이텍 · (주)넥스오트
회장 김용구

고객과의 신뢰 강화와 ESG 경영으로 사회적 책임을 다하며 지속 가능한 미래로 나아가겠습니다.

현대하이텍 본사

현대하이텍 제2공장 기업부설연구소

제일사 · 주식회사 넥스오트

HD (주)현대하이텍
HYUNDAI HI-TEC Industry Co., Ltd.

· 본사/제1공장/주: 광주광역시 광산구 하남산6번로 47 (오산동) · 제2공장/부연구소: 광주 광산구 평동산5번로 81
· TEL: 062-953-2240 · FAX: 062-952-2186 · e-mail: kg24@daum.net · Homepage: www.hdhitac.co.kr