

‘사상 최장’ 추석연휴에 기업들 체감경기 ‘하락’

영업일수 줄어든 영향...자동차 업계 ‘신차효과’ 등으로 나홀로 상승

사상 최장 기간인 열흘 간의 추석 연휴를 보낸 기업들의 10월 체감경기는 좋지 않았던 것으로 나타났다.

한국은행이 31일 발표한 10월 기업경기실사지수(BSI) 및 경제심리지수(ESI)에 따르면 전산업 업황 BSI는 78로 제조업과 비제조업 모두 하락해 전월 대비 3p 하락했다. 제조업 업황 BSI는 81로 전월보다 2p 하락했다. 지난 4월까지 수출 호조에 힘입어 가파른 상승세를 보였으나 지난 5월 하락한 뒤 석달째 제자리 걸음을 하던 9월 반등한 바 있다.

BSI는 전국 331개 법인기업(응답 2853개)을 대상으로 지난 16~23일까지 조사한 결과로 기준치 100을 놓고 그 이상이면 긍정적인 응

답을 한 업체가 많다는 것이고, 100 이하면 반대를 의미한다. 체감경기가 다시 주춤해진 것은 장기 연휴로 영업일수가 줄어든 영향으로 풀이됐다.

업종별로 1차 금속 BSI가 80으로 전월보다 13p 하락했고, 전기장비도 73으로 전월(84)보다 큰 폭의 하락세를 보였다. 반면 자동차 BSI는 70으로 전월보다 5p 올라 비교적 높은 상승세를 나타냈다. 한은은 “자동차의 경우 신차효과가 크게 작용했고 대중국 부품 수출에서 회복 움직임이 나타났기 때문”이라고 설명했다.

기업규모별로는 대기업과 중소기업이 각각 2p 줄어 86과 72로 집계됐다. 판매경로별로는 수출기업은 90으로 전월과 동일한 수준이 유지

됐으나, 내수기업은 75로 전월보다 3p 하락해 차이를 보였다.

비제조업 업황 BSI도 한 달 전보다 3p 떨어진 76으로 나타났다. 영업일수가 줄어들면서 거래량이 줄어 도소매업(72)이 전월보다 11p 급감했다. 정부의 부동산 규제로 찬바람이 불던 부동산업의 체감경기는 10월 76으로 전월보다 4p 좋아졌다. 지난 5월 이후 5개월 만에 처음으로 상승 전환했다.

다음 달에는 경기가 좋을 것으로 전망하는 기업들이 많았다. 제조업의 11월 업황전망 BSI는 84로 전월 전망보다 5p 상승했고, 비제조업도 지난달 전망보다 1p 상승한 79로 나타났다.

뉴시스

내일부터 스마트폰서 “금융상품 한 눈에”

다음달 1일부터 스마트폰 등 모바일 기기에서도 금융상품을 한 눈에 볼 수 있게 된다.

금융감독원은 지난해 1월 PC 버전(finlife.fss.or.kr)으로 개설한 금융상품 비교공시사이트 ‘금융상품 한 눈에’를 모바일 버전(m.finlife.fss.or.kr)으로 출시했다고 30일 밝혔다.

‘금융상품 한 눈에’는 개설 이후 소비자 1400만명 이상 금융상품 비교공시를 조회하는 등 관심이 높은 상황이다. 특히 스마트폰 등을 통해 접속하는 소비자가 전체의 41.7%로 많은 비중을 차지하고 있다.

그러나 PC 버전이 그대로 모바일 화면에 적용돼 글씨가 작고 나열식으로 제공, 시인성이 떨어진다는 지적을 받아왔다.

모바일 화면에 최적화된 모바일 버전은 메인화면 상단에 ▲예적금·펀드 ▲대출·카드 ▲연금·보험 ▲일일미당 등 총 4개의 핵심 메뉴를 배치했다.

핵심메뉴 선택 시 나타나는 화면 중앙에는 핵심메뉴별 4~6개 금융상품을 아이콘 형식으로 나열했다.

또 핵심메뉴별 금융상품을 선택하면 세전이자율, 최고우대금리 등이 높은 순으로 금융상품이 표시되도록 했다.



전라미향 수출컨소시엄, 中 시장 본격 진출

청두 중국국제건강산업박람회 참가 통해 870만불 수출계약

중소벤처기업부 광주전남지방청은 중기부에서 지원하고 있는 전라미향 수출컨소시엄이 중국 청두시에서 개최된 국제건강산업박람회에 참여하여 870만불의 수출계약 등 괄목할만한 성과를 거두었다고 밝혔다.

전남지역의 20개 농수산식품 제조업체로 구성된 전라미향 수출컨소시엄은 지난 9월 국내에서 열린 중국 바이어를 초청하여 업체를 일일이 방문토록 하여 950만 달러 수출계약을 한데 이어, 중국의 초청으로 중국 청두시에서 개최된 국제건강산업박람회에 참여하여 유자차

(고흥), 건전복(완도), 김(장흥), 냉동굴(여수), 함초소금(신안) 등 지역 특산 가공식품에 대해 870만불의 현지 수출 계약을 이끌어내었다. 박람회장에서의 수출계약 외에도 온라인을 통한 제품 홍보·판매를 위해 사전 청두시의 보세구역 매장과 납품계약을 진행하고 청두 시내에만 20개 체인망을 가지고 4만명의 유통회원을 확보하고 있는 유기농매장(Suryuki)과 제품입점 계약을 체결하여, 향후 대중국 수출 증대의 기반을 구축하였다.

서은홍 기자

쌀쌀해진 날씨에 편의점 겨울상품 매출 ‘好好’

호빵 · 군고구마 · 커피 · 어묵 · 보습제품 인기



최근 며칠새 부쩍 추워진 날씨에 편의점에서 호빵, 군고구마, 커피, 어묵, 보습제품 등 동절기 상품을 찾는 고객이 늘어나고 있다. 지난 30일 서울 기준 최저기온이 2.5°C까지 내려가는 등 쌀쌀한 날씨가 이어지면서 편의점 업계에선 겨울상품의 인기가 이어질 것으로 예상하고 있다.

31일 GS리테일이 운영하는 편의점 GS25에 따르면 이달 10일부터 30일까지 전년 대비 동절기 상품 매출 증가율을 살펴본 결과, 원두커피(커피25) 297.4%, 보습마스크팩 47.7%, 호빵 38.1% 등 동절기 많이 찾는 상품의 매출이 크게 증가한 것으로 나타났다.

실제로 기상청에 따르면 이달 10일부터 30일까지 21일간 서울 기준 최저기온 12°C 이하였던 날이 17일, 그중 10°C 이하는 10일로 쌀쌀한 날이 이어지면서 동절기 상품 매출이 크게 증가한 것으로 풀이된다.

쌀쌀한 날씨가 이어지자 다양한 동절기 상품 판매도 이어지고 있

다. GS25는 디즈니와 손잡고 디즈니컵수프 3종(양송이, 큰치즈, 체다치즈)을 선보였다. 유어스디즈니컵수프는 밀가루를 넣지 않고 버터에 볶는 정통 루(Roux) 방식을 응용해 깊고 진한 풍미를 느낄 수 있는 상품으로 수프와 함께 들어 있는 바삭한 크루통이 식감과 맛을 더한다.겨울철 대표 간식 꼬치 어묵과 군고구마도 판매한다. 사전 준비를 통해 유명한 어묵 전문기업 삼진어묵과 손잡고 1000여 점포에서 꼬치어묵을 판매한다.

쌀쌀해진 날씨에 많이 찾는 군고구마와 함께 올해 처음 군밤과 구운 계란도 선보인다. 전국 200여 개 GS25에서 구매할 수 있는 군고구마는 해남 일대의 고구마 산지에서 공급받은 생고구마를 점포 내의 전기구이 기기를 통해 직접 구워 판매한다. GS25 관계자는 “지난 해 동절기 군고구마를 운영한 결과 전년 동기 대비 48.7%나 증가하는 등 고객들의 호응이

이어졌다”며 “올해는 병장 공급받는 약단밤과 계란을 점포에서 직접 구워 판매하게 됐다”고 밝혔다.

세븐일레븐과 CU도 쌀쌀한 날씨 탓에 즉석 원두커피, 대표적 온장고 음료인 두유, 겨울철 별미 간식인 군고구마 역시 큰 인기를 끌고 있는 것으로 나타났다. 아울러 스타킹, 립케어 제품, 팔뚝, 감기약 등의 매출도 크게 늘었다. 한편 편의점 3사는 동절기 대표 간식 호빵도 특색있게 내놨다.

GS25는 양념치킨호빵·고기만두호빵·새우만두호빵, 미니언즈 캐릭터 호빵에 이어 모리나가 아이스크림이 고객들의 호응을 얻으면서 모리나가 대표 원료인 카라멜(양궁)을 활용한 모리나가 호빵을 선보였다. 모리나가호빵은 카라멜 특유의 진한 향과 달콤함을 느낄 수 있는 호빵이다.

CU는 매콤불고기·고추잡채·고기부추·볶음김치 등 47지 맛의 ‘백종원 전향’ 시리즈를 선보였다. 차별화된 맛을 내기 위해 백종원 요리연구가가 직접 레시피 개발에 참여했다.포장형태로 선보여 찜이 없이 전자레인지만을 이용해 먹을 수 있어 간편하다는 점도 장점이다.

세븐일레븐은 포켓몬 인기 캐릭터를 활용한 차별화 호빵인 ‘포켓몬 캐릭터 호빵’ 시리즈를 선보였다. 포켓몬 호빵은 지난해에 이어 올해는 개별 상품을 강화해 출시했다. 지난해 출시한 ‘피카츄 호빵’에 ‘잠만보 호빵’, ‘몬스터볼 호빵’ 등이 추가돼 총 3종으로 구성됐다.

뉴시스

다이소X롯데제과, ‘빼빼로 DIY 이벤트’ 공동 진행

균일가 생활용품업체인 다이소가 생산업이 11일 빼빼로데이를 맞아 롯데제과와 ‘빼빼로데이 DIY 이벤트’를 진행한다.

다이소 빼빼로데이 DIY 이벤트는 빼빼로 박스를 이용해 나만의 빼빼로 포장방식을 인증하는 이벤트로, 내달 1일부터 10일까지 다이소 공식 페이스북과 인스타그램에 인증샷을 업로드 하면 참여할 수 있다.

다이소에서 판매하는 상품에는 고유 가격표가 부착되어 있어, 다이소에서 구입한 롯데 빼빼로로 응모 시 당첨확률이 높아진다.

이벤트 참여는 다이소 공식 페이

스북 이벤트 게시글에 좋아요를 누른 후 댓글로 빼빼로 박스 DIY 인증샷을 업로드하고 친구를 태그하거나 본인 계정의 인스타그램에 빼빼로 박스 DIY 인증샷을 #다이소롯데제과 빼빼로데이와 함께 업로드한 후 친구를 소환하면 된다.

추첨을 통해 총 33명에게 롯데백화점 상품권 5만원 및 다이소포인트 1만원 등 총 45만원 상당의 경품을 증정한다. 당첨자는 내달 17일 발표될 예정이다.

다이소 홍보실 관계자는 “빼빼로데이를 조금 더 독특하고 재미있게 즐길 수 있도록 이번 빼빼로박스



DIY 이벤트를 준비하게 됐다”며 “다이소와 함께 평소 접하지 못한 사랑과 우정을 나만의 DIY 박스로 전달할 수 있을 것”이라고 말했다.

부풀리고 조작된 가짜뉴스는 사라져야 합니다

가짜뉴스가 사회를 혼란스럽게 하고 있습니다.

자극적이거나 의심스러운 뉴스는
공신력있는 기관을 통해 한번 더 검증해보는 현명함으로
가짜뉴스를 근절시켜 정직하고 바른사회를 만들어 갑시다.



한국언론진흥재단
Korea Press Foundation