

군복무 청년 대상 '목돈 마련' 돕는다

선택의 폭은 넓히고 혜택은 늘리고 정보는 쉽게, 한눈에

참여은행 2개

↓ 12개 ↑

참여은행 14개

적립한도 상향(20~40만원)

↑ 우대금리(5% 이상)

↑ 추가적립 인센티브 추진

↑ 다양한 부가서비스

복무 중 적립가능액

현재 최대 438만원

확대 최대 890만원

통합공시시스템 구축

적금상품 비교

연계 프로그램

입대 직후부터 안내를 통한 가입여건 조성

은행권이 군복무 청년의 전역 후 취업준비와 학업 등을 위한 목돈 마련을 돕기 위해 적금상품을 확대 개편한다.

22일 전국은행연합회는 올해 7월 중으로 병사 목돈 마련 신규 적금상품이 14개 은행에서 일괄 출시된다고 밝혔다. 기존 국방부 적금상품 사업자 2개 은행(KB국민은행, 기업은행)이 참여하던 데에서 12개 은행이 늘어났다.

이는 지난 3월 정부가 합동으로 발표한 '정년장병 취·창업 활성화

대책'의 일환이다. 은행연합회는 국방부와 기획재정부 등 관계부처간 협의를 통해 해당 적금상품을 운영하는 은행을 확대하고 추가 적립 인센티브를 부여하는 등 기본방향을 마련했다.

세부 내용으로는 먼저 목돈마련을 위해 육군 복무기간 21개월 가입 기준 8%의 우대금리를 제공하는 등 기존 은행별 월 적립한도도 10만원에서 20만원으로 상향한다. 병사 개인당 최대 월 적립한도도 기존의

기존 2개 은행서 14곳으로 확대...기본금리 5% ↑
개인당 월적립한도 20만→40만원...급여인상 감안

20만원에서 40만원으로 인상된다. 병사 급여인상 추이를 감안한 조치다.

또 재정지원을 통한 추가 적립 인센티브와 이자소득 비과세 혜택을 부여하는 방안도 입법 추진된다. 추가 인센티브는 조세특례제한법 등 관련법령 개정을 거쳐 내년 1월 1일 이후 만기가 도래해 이자를 지급하는 적금부터 적용될 예정이다.

은행연합회는 금리 5.5%에 추가 적립 인센티브 1%p, 비과세 등을 가정했을 때 21개월 적립 기준 만기 최대 수령액이 기존 438만원에서 890만원으로 증가할 것으로 추정했다.

은행연합회는 세제혜택 부여와 연계해 비과세 관리 및 파다가입 방식을 위해 병사별로 상품가입 현황 관리시스템을 구축한다. 병사 1인당 은행권 전체 연간 적금 납입한도를 설정해 관리하는 방식이다.

그밖에 금융거래 수수료 면제, 상해보험 가입, 각종 할인혜택 등

다양한 서비스를 추가 제공할 계획이다.

은행연합회는 다양한 은행상품을 비교하고 가입할 수 있도록 통합 공시시스템을 구축하고 훈련소 등에서 안내·홍보도 강화할 예정이다.

현역병 외에 상근예비역, 의무경찰, 의무소방대원, 사회복무요원 등도 가입할 수 있다.

가입하려면 국방부나 병무청에서 가입자격 확인서를 발급받아 참여 은행에서 가입절차를 진행하면 된다. 부모나 대리인이 위임장과 관련 서류를 지참해 대신 가입할 수 있다. 병사들의부대 밖 외출이 자유롭지 않은 상황을 감안했다.

은행별 세부 상품내용은 국방부와 협의해 거쳐 추후 확정된다.

한편 은행연합회는 적금 성실납입자 중 저신용자나 차상위 계층을 대상으로 서민금융진흥원의 미소금융 창업대출, 취업성공대출, 청년·대학생 햇살론 지원서 우대 금리를 제공할 계획이다.



르노 클리오

'해치백의 무덤' 한국 이번엔 인기몰이할까?

2030세대 겨냥 잇따라 출시

해치백의 무덤으로 불리는 국내 시장에 최근 실용성과 스타일을 주시하는 2030세대를 겨냥한 신형 해치백 스타일 차량이 잇따라 선보이고 있다.

해치백이란 차량에서 내부와 트렁크의 구분이 없고 트렁크에 문을 단 승용차를 가리킨다. 경차보다는 크기가 크지만 연비가 뛰어나 주로 실용성을 중시하는 유럽에서 인기가 많다.

22일 자동차 업계에 따르면 최근 출시된 르노 클리오는 전 세계적으로 이미 검증된 모델인데다 가격 경쟁력까지 겸비했다는 평가다. 1990년 출시된 클리오는 이미 전 세계적으로 1400만대 이상 팔려나간 르노의 베스트셀링 모델이다.

지난 15일 판매를 개시한 클리오에 대한 시장의 반응은 호의적이다. 르노삼성차에 따르면 사전 예약을 시작한 지 열흘 만에 1000대가 예약 판매됐다.

우선 2030세대의 '생애 첫 차'로 부담없는 가격대라는 게 가장 큰 장점이다. 두 가지 트림으로 출시된 클리오는 판매가격을 쉐프린 1990만원, 인텐스 트림 2320만원으로 잡았다.

프랑스 현지에서 판매하는 인텐스 트림과 동일한 사양일 경우 약 1000만원 이상 저렴하다는 게 르노삼성차의 설명이다.편의사양 역시 T맵, 이지파킹, 스마트폰 폴미러링, 후방카메라 등을 갖춰 젊은 세대들을 만족시켰다.

기존 르노삼성차의 엠블럼이 아닌 르노의 로장주 엠블럼을 사용하는 것 역시 수완차를 선호하는 젊은 세대에겐 만족감을 줄 수 있다.

방실 르노삼성 마케팅 담당 이사는 방실 르노삼성 마케팅담당

이사는 "국내 시장을 두고 해치백의 무덤이라고 하는데 이는 그동안 선택할 만한 차량이 없었기 때문"이라며 "클리오는 전 세계 1400만대 이상 팔리고 프랑스 내 20년간 판매 1위를 차지할 만큼 상품성이 뛰어나다. 젊은 소비자를 타깃으로 넓은 공간활용 460여개의 AS네트워크 등을 장점으로 내세워 시장을 키우겠다"고 자신감을 보였다.

현대차 역시 올해 초 신형 벨로스터를 출시하고 해치백 시장을 두드리고 있다. 현대차는 국내에서 벨로스터 1세대, i30 등을 출시했지만 큰 재미를 보지 못했다. i30 등은 오히려 해외에서 큰 인기를 얻고 있다.

지난 2월 출시된 벨로스터는 지난 2011년 처음으로 출시된 벨로스터의 풀체인지(완전변경) 모델이다. 3도어 형식의 1세대 디자인을 그대로 물려받으면서도 1.4터보, 1.6터보 엔진으로 주행 성능은 강화했다. 달리는 재미를 느낄 수 있는 차라는 게 현대차의 설명이다.

한국도요타 역시 글로벌 볼륨 모델 프리우스를 지난 3월 시장에 내놴다. 하이브리드 모델로 출시된 프리우스는 연비와 사이즈 때문에 젊은 세대에겐 큰 인기를 끌고 있다.

기아자동차 역시 풀체인지 모델로 큰 인기를 끌고 있는 K3 역시 해치백 형태로 라인업을 확장할 예정이다. 기아차는 K3를 해치백과 쿠페를 결합한 형태인 5도어의 '패스트백'을 내놓을 것으로 알려졌다.

해치백이 유독 부진했던 국내에서도 큰 인기를 끌었던 폭스바겐의 폴로 역시 내년 새로운 모델로 한국시장에 선보일 전망이다.

뉴스스

"광주 동네밥집, 포털사이트서 만나요"

네이버 내달 1일까지 '백반위크 in 광주' 진행

광주지역의 숨겨진 동네 밥집이 포털사이트 네이버를 통해 소개된다.

광주시는 22일 네이버 모바일 포털 메인에 통해 동네 밥집을 홍보하는 프로젝트 캠페인 '백반위크'가 서울, 경기도에 이어 맛의 고장 광주에서 진행된다고 밝혔다.

6월1일까지 진행되는 '백반위크 in 광주편'은 광주지역의 대표 맛집 지역 5곳을 중심으로 펼쳐진다.

블로거 추천과 인터뷰를 통해 선정된 밥집은 예술의 거리, 음식 문화거리&대인시장 조선대 후문, 양림역사문화마을, 말바우시장 인근 등 5개 지역 식당 65곳이다.

이번 백반위크 캠페인은 대인·말바우 시장상인회, 광주시

오매블로그 기자단과 협업을 통해 이뤄졌다.

시장상인회는 백반위크 기간 중 이용자들이 편리하게 즐길 수 있도록 시장 내 안내방송과 현수막 등을 통해 홍보하고 호남대 자원봉사단과 전남대, 조선대, 동강대 총학생회도 참여한다.

네이버는 이번 백반위크 프로젝트 캠페인에 이어 전국 세번째로 금남로에 스킨비즈와 창작자를 지원하기 위한 파트너스퀘어를 설립할 예정이다.

김용승 광주시 관광진흥과장은 "이번 협업을 통해 맛과 예술의 고장 광주의 위상을 알리고 지역 관광활성화에도 기여할 것으로 기대한다"고 말했다.

서은홍 기자

습기·더위에 제습기·에어컨 매출 '쑥'

제습기 매출 7배 이상 급상승

최근 지속된 습한 날씨와 이른 더위 등으로 제습기와 에어컨 수요가 급격히 늘어나고 있다.

22일 가격비교 사이트 '에누리' 가격비교에 따르면 습한 날씨가 계속된 지난 16~17일 제습기 매출은 5월 평균 매출(1~15일) 대비 643%(7.4배), 판매수는 634%(7.3배) 급상승했다.

에누리 측은 제습기의 경우 일반적으로 장마가 시작되기 전부터 수요가 증가해 7월에 집중 판매되지만, 최근 갑작스런 폭우와 함께 기온이 높아지면서 제습기 판매가 급상승한 것으로 분석했다.

이른 더위로 인해 에어컨 판매 시점이 앞당겨지기도 했다. 티몬에 따르면 올해 에어컨 판매량 상승 시점은 2월로 앞당겨 졌다.

본격적인 더위가 시작되는 시기에 에어컨을 구매하면 설치까지 한 달 이상이 걸린다는 점, 에어컨 판매 상승 시점이 매년 앞당겨지고 있는 점 등이 맞물렸다.

티몬은 2015년, 2016년에는 4월부터 에어컨 판매량이 상승했지만, 지난해에는 이 시점이 3월로 당겨졌다



고 전했다.

특히 올해 2월 에어컨 매출은 지난해 동기대비 548% 증가했고 3월에도 동기간 287% 상승했다.

이 같은 수요에 따라 티몬은 22일까지 '에어컨 초특가대진'을 진행하고 최대 37%까지 할인 판매한다. 전자랜드프라이스킹도 오는 31일까지 무이자 포인트 리빙, 캐시백 등의 혜택을 제공한다.

업계 관계자는 "제습기나 에어컨 판매는 날씨에 따라 구매하려는 소비 경향이 반영된다"면서 "최근에는 공기청정 기능이 더해진 제품까지 등장하면서 관련 제품 매출은 앞으로 호조세를 이어갈 것으로 보인다"고 말했다.

뉴스스

지역광고 마케팅 전문 기업
湖南新聞
전화 062/224-5800
팩스 062/222-5548

임산부 배려석, 누구를 위한 자리입니까?

세상에 올 소중한 생명을 위해 마련된 자리
따뜻한 마음으로 임산부와 아이에게 양보해주세요.
당신의 작은 배려가 더 큰 배려로 돌아옵니다.

한국언론진흥재단