

제조업 부진에도 소비·서비스업 개선

KDI, 10개월만에 경기 부진 철회... “일부 지표 경기 부진 완화 가능성”

전산업 생산 -0.2→1.2% 증가 전환... 서비스 2.5% vs 광공업 -0.8%

한국개발연구원(KDI)이 10개월만에 '경기 부진' 표현을 철회했다. 제조업 부진에도 불구하고 소비와 서비스업 생산이 개선되면서 경기 선행지표도 좋아졌다는 분석이다.

KDI는 9일 이같은 내용을 담은 'KDI 경제동향 1월호'를 발표했다. 지난해 11월 전산업 생산의 전년 동월비 증가율은 1.2%로, 5월(1.3%) 이후 최고치다.

보고서는 "일부 지표가 경기 부진이 완화될 가능성을 시사하고 있으나, 아직까지 우리 경제는 낮은 성장세에 머물러 있다"고 밝혔다. 지난달까지 9개월동안 '최근 우리 경제는 경기가 부진한 모습'이라는 표현을 실었던 데에 비해서는 다소 표현이 누그러진 셈이다.

KDI는 소매판매와 서비스 생산 증가가 주요 이같은 흐름을 이끌고 있다고 봤다.

소비를 의미하는 소매판매액의 전년비 증가율은 11월 3.7%로 전월 2.0%보다 높아졌다. 지난해 1월(4.3%) 이후 가장 높았다.

유형별로 내구재는 승용차(전년비 7.6% 증가)에 힘입어 전년비 3.9% 증가했다. 비내구재는 화장품(25.3%)을 중심으로 5.3% 증가했다. 준내구재는 전월 증가율이 -5.8%이었던 데 비해 11월엔 0.1%로 증가 전환했다.

이에 따라 소비자 심리지수는 12월 100.4로 11월에 이어 2달 연속 100을 넘겼다. 소비자 심리지수가 100을 넘는다는 건 소비자들이 앞으로의 상황을 좋게 보는 경향이 더 많다는 의미다.

소매 판매와 함께 서비스업 생산도 크게 증가했다. 서비스업 생산의 전년비 증가율은 11월 2.5%로 전월 0.8%보다 크게 개선됐으며 지난해 들어 가장 높았다.

전년비 증가율을 품목별로 보면 보건·사회복지(9.4%), 금융·보험업(4.8%)이 높았고 도소매업과 숙박·음식점업은 감소폭이 축소됐다.

특히 금융·보험업과 부동산업은 전월 -1%수준에서 5%내외로 증가 전환했다. 다만 12월 강력한 부동산담보대출 억제정책이 나오기 직전 조사 결과이기 때문에, 정

책 효과가 나타나는 12월부터 해당 품목 증가세는 다소 꺾일 것으로 전망되고 있다.

이에 따라 11월 전산업 생산은 전년동월대비 1.2% 상승해 전월 -0.2%에서 증가세로 전환했다.

광공업생산은 전년비 -0.3%로 감소세였다. 자동차 생산은 -11.2%, 전자부품은 -15.6%로 감소폭이 더 커졌으나 반도체는 전월 11.7%에서 30.9%로 증가폭이 커졌다.

11월 설비투자는 항공기 등 일시적 상승요인 등으로 전월 -3.6%보다 높은 보합(0.0%)을 보였다. 선박과 항공기를 제외한 설비투자 증가율은 2.3%로 전월 -2.5%과 유사한 흐름이다.

건설투자를 의미하는 건설기성의 전년비 증가율은 11월 -4.7%로 전월 -3.7%에 비해 더 나빠졌다. 토목부문은 9.4%로 개선세가 이어졌으나 건축 부문은 -9.3%로 감소폭이 확대됐다.

건설투자 선행지표인 건설수주(경상) 증가율은 11.5%로 전월 50.0%보다는 작았지만 증가세가 유지됐다.

12월 수출 증가율은 -5.2로 반도체와 대중국 수출 감소세가 둔화하면서 전월 -14.4%보다는 개선됐다. 반도체 수출 증가율은 -17.7%, 중국에 대한 수출 증가율은 3.3%였다.

이같은 추세에 따라 현재 경기 흐름을 보여주는 동행지수 순환변동치는 11월 기준 99.3로 전월 99.4보다 조금 떨어졌고, 약 3~6개월 뒤의 미래 경기를 의미하는 선행지수 순환변동치는 99.2로 전월 98.8보다 다소 상승했다. 선행지수 수치는 지난해 들어 가장 높았다.

순환변동치가 100 이하라는 건 여전히 미래 경기 전망이 부정적인 쪽에 가깝다는 것을 의미하지만 수치가 계속 오르는 점이 긍정적으로 해석될 수 있다는 분석이다.

김성태 KDI 경제전망실장은 "경기 부진"이라는 표현을 뺐 것은, 지금 경기가 부진하지 않다는 건 아니지만 이제는 긍정적인 시그널이 많이 보인다는 취지"라며 "몇 달 전에는 조금 암울했다면 이제는 터널의 끝이 보인다는 의미"라고 설명했다.

이어 "선행지수는 100보다 낮지만, 부진한 상태에서 올라가고 있는 상태"라며 "이번 지표 개선은 소비 증가가 주요 원인이었다"고 덧붙였다.

“강남의 쏘나타’ 벤츠 안타요”



람보르기니 아벤타도르 SVJ 로드스터.

3억~4억 슈퍼카 ‘쾌속 질주’

지난해 국내 수입차 시장이 3년 만에 역성장을 기록했지만 람보르기니, 롤스로이스 등 럭셔리·슈퍼카 브랜드들의 판매량은 경종 뛰었다. 수익원대를 호가하는 가격에 고려하면 유의미한 성장세다.

9일 한국수입자동차협회(KAIDA)에 따르면, 지난해 국내에서 판매된 수입차는 총 24만4708대로 집계됐다. 전년 동기(26만705대) 대비 6.1% 감소한 수치다.

수입차 시장은 지난 2016년 디젤게이트 때 22만5279대로 밀린 이후 매년 두 자릿수 성장을 기록해 왔다. 지난해에는 26만대로 역대 최고 실적을 기록하기도 했다. 하지만 지난해는 상반기 인증 지연에 따른 물량 부족, 하반기 일본

판매량 증가로 한국은 람보르기니의 중요 시장이 됐다. 지난해 8월부터 11월까지 4개월 연속 람보르기니 서울 전시장은 전세에서 가장 많이 람보르기니를 판매한 단일 전시장으로 기록되기도 했다.

최저가 모델 가격이 4억원대에 이르는 슈퍼 럭셔리 브랜드 롤스로이스의 성장세도 뚜렷하다. 롤스로이스는 지난해 연간 161대 판매하며 전년 대비 30.9% 판매량이 증가했다. 지난 2018년 123대로 한국 시장 진출 역대 최고실적을 1년 만에 다시 경신한 것이다.

롤스로이스의 판매량 역시 지난해 초 출시된 자사 최초의 SUV 컬리넌이 견인했다. 1~11월까지 컬리넌(4억7600만원)은 55대로 전체

수입차 역성장 속 람보르기니 1473% 급증...롤스로이스도 31% ↑

개성 추구 소비패턴 변화... ‘혼한’ 獨프리미엄차보다 럭셔리카 선호

차 불매운동 여파 등이 판매량에 영향을 미쳤다.

반면 자동차 시장 불황 속에서도 슈퍼카 또는 럭셔리카로 불리는 최고급 수입차 브랜드들은 급성장했다. 특히, 람보르기니, 롤스로이스 등의 성장세가 두드러졌다.

슈퍼카의 대명사로 불리는 람보르기니는 지난해 연간 판매량 173대를 기록했다. 지난해 판매량이 11대에 불과했던 것과 비교하면 괄목할 만한 성장이다. 람보르기니가 한국 시장에서 연간 판매량 100대를 넘은 것은 지난 2015년 집계를 시작한 이후 처음이다.

전체 판매량은 람보르기니가 지난해 5월 출시한 자사 최초의 스포츠유틸리티차량(SUV) ‘우르스’가 견인했다. 우르스의 판매 시작 가격은 2억5000만원이다.

판매 비중의 약 37%를 차지한다.

업계에서는 벤츠, BMW 등 독일 프리미엄차들이 보편화된 상황에서 희소성을 추구하는 소비자들이 럭셔리 브랜드로 옮겨가고 있다고 내다 봤다. 실제 이탈리아 럭셔리 브랜드 마세라티의 공식 수입원 FMK 자체조사 결과, 마세라티 구매자의 51%는 독일 프리미엄 브랜드 3사(벤츠·BMW·아우디) 차량을 보유한 경험이 있는 것으로 집계됐다.

수입차 업계 관계자는 “지난해 벤츠가 8만대 가까이 팔리는 등 이제 수입차 시장에서 프리미엄차보다 한 단계 더 높은 최고급 브랜드를 찾는 경향이 심화되고 있다”며 “이런 경향이 국내 경기와는 무관하게 최고급 차량 판매량이 꾸준히 늘어나는 결과로 작용했다”고 말했다.

“펭수 참치 나왔다”...동원 ‘남극펭귄참치’ 한정판 출시

DHA 함량 높여...수익금 일부 남극 환경보호 기부



동원 F&B가 펭수와 손잡고 ‘남극펭귄참치’ 패키지 한정판은 오는 16일 출시한다. 남극참치는 참치 마니아인 펭수가 펭수 즐겨먹는다고 밝혔던 참치캔이다. 남극참치는 원래 동원참치를 패러디한 가상의 제품이었지만, 이번 협업을 통해 실제 제품으로 구현해 출시했다.

9일 동원F&B에 따르면 일반 살코기 참치캔보다 아이들의 뇌 발달에 좋은 DHA 함량을 늘려 영양성분을 강화했다. 판매 수익금 일부는 펭수의 고향인 남극의 환경보호를 위해 W재단의 글로벌 기후협약 실천 캠페인 HOOXI(후시)에 기부된다.

남극참치 패키지는 남극참치 5캔과 펭수 캐릭터가 그려진 ‘펭수참치’ 1종으로 구성돼, 원하는 디자인의 펭수참치를 눈으로 보고 골라낼 수 있다. 펭수참치는 펭수의 귀여운 표정과 재미 있는 어육이 담긴 총 15종의 디자인 제품이다. 살코기참치캔 135g 6캔 묶음으로 가격은 1만1480원이다.

출시를 기념해 남극참치나 펭수참치 인증샷에 필수 해시태그(#투게더 #펭수의고향을 지켜주세요)를 달아 SNS에 업로드하는 ‘펭수와 함께하는 투게더 캠페인’을 진행한다.

동원F&B 관계자는 “남극참치는 협업 소식이 알려진 이후, 고객들로부터 출시 요청이 제일 많았던 제품이었기 때문에 적극적으로 제품 구현에 나섰다”며 “최근 그룹 차원에서 지속가능한 어업과 필(必) 환경 경영에 적극적으로 나서고 있는 만큼 단순한 산제품 출시를 넘어 환경보호에 기여할 수 있게 돼 의미가 깊다”고 말했다.

살기 좋고, 기업하기 좋은

광주에 투자하십시오

광주, 대한민국 미래로

최고의 성장으로 광주

GWANGJU

- 🚗
친환경 자동차·에너지·문화산업 육성
- 🏭
에어가전 및 공기산업 클러스터 구축
- 🧠
AI 중심 산업융합 집적화 단지 조성
- 👥
풍부한 우수인력 및 연구개발 적극 지원