수익형 부동산 대세 '지식산업센터', 특성화로 투자 새바람

부동산대책으로 주택 시장에 집중된 정부 규제 '최고조'

"'지식산업센터' 공급 꾸준한 이유는 '반사이익' 때문이다"

특성화트렌드반영 광주첨단2지구 '허드슨 1041' 분양화재

최근 계속되는 부동산대책으로 주택 시장에 집중된 정부의 규제가 최고조에 이르자 지식산업센터가 주목받고 있다.

최근 부동산 시장에서 지식산업센터 공급이 꾸준히 이뤄지고 있는 이유에 대해 많은 부동산 전문가들은 '반사이익' 때문이라는 분석을 내놓고 있다.

정부의 강력한 부동산 규제가 아파트 등 주택 시장에 집중되면서, 수익형 부동산으로 꼽히는 지식산업센터가 반사이익을 얻었다는 평가다.

지식산업센터는 제조업 외에도 인공지능, 빅데이터 등 지식산업 및 IT 사업체와 지원시설이 복합적으로 입주할 수 있는 집합 건축물로 4차 산업의 보금자리로 일컬어진다.

또한 오는 2022년까지 지식산업센터에 입주하는 기업에는 취득세와 재산세가 각 50%, 37.5%씩 감면되며총분양가의 최대 80%까지 대출이 가능하다는 점도 눈여겨볼 만하다.

시장의 주목과 다양한 장점을 바탕으로 지식산업센터 조성이 증가하면서차별화된 테마를 도입한,이른바 '특성화' 트렌드가 거세지고 있다. 더욱 치열해진 시장 경쟁 속에서 살아남기 위해 다양한 차별화 요소로 매력을 높이고 있는 것이다.

실제로 현대엔지니어링이 지난 2018년 경기 광명시 일직동에 공급한 'GIDC 광명역'은 디자인 특화 지식산업센터라는 테마를 내세워 계약 한 달 만에 완판을 기록했다.지난해 6월 다산신도시에서 분양된 '현대 프리미어캠퍼스'는 여가, 휴식, 오락, 주거를 한 곳에서 누리는 컨셉을 내세워 3개월 만에 완판된 바 있다.

최근에는 광주광역시에서 이러한 특성화 트렌드를 반영한 지식산업센터가 분양을 앞두고 있어 관심을 모으고 있다.

광주 첨단2지구에 삼일건설이 조성하는 지식산업센터 '허드슨 1041'이 그 주인공으로,광주광역시 북구 연제동 1041에 이 단지는 지하 3층 ~ 지상 15층, 연면적 37,879㎡ 규모로 들어설 계획이다.

'허드슨 1041'은IT?스타트업이 대거 밀집한 뉴욕의'워크 앤 라이프'를컨셉으로 내세웠다.첨단2지구 최초로 조성되는 지식산업센터로,뉴욕의 '허드슨 야드'의 분위기와 디자인을 도입해비즈니스와 삶이 공존하는 '허드슨 야드 라이프스타일'을 구현한다는 계획이다.

업무 공간인 섹션 오피스는 입주 사업체의 업종에 따라 선택할 수 있으며,오피스 층고는 최대 5.4m로 우수한 개방감이 기대된다. 이와 함께 지식산업센터 내 뉴욕 공유오피스를 벤치마킹한 공유오피스 등 커뮤니티 시설을 마련할 계획이다. 옥상정원과 완충 녹지를 활용한 공원(예정) 등의 휴식 공간 또한 조성되며, 삼성전자 비즈니스 사물인터넷(b.IoT)이 적용되어 쾌적한 업무 환경이 기대된다.

함께 조성되는 상업시설의 경우 뉴욕의 자유분방하고 세련된 분위기를 느낄 수 있는 디자인 '브릭 앤 메탈' 스타일의 스트리트몰로 설계됐다. 특히 상업시설 1층에 미디어 파사드를설치할 예정으로문화 예술이 결합된 복합 공간 조성을 통해 집객력을 높일 계획이다. 현재 광주 지역 최초의 락볼링장과 대형 피트니스 입점이 예정되어 있어 초반 상권 활성화에 대한 기대감이 높다.이와 함께 100% 자주식 주차시설이 완비되어 입주사와 고객들의 원활한 방문을 지원한다.

지식산업센터 '허드슨 1041'투시도(제공=삼일건설)

사통팔달 교통망도 주목할만하다. 사업지와 인접한 산월IC, 동림 IC를 통해 호남고속도로로 곧바로 진입할 수 있으며, 광주 도심 접근성도 우수하다.또한 광주지하철 2호선과 상무지구와 연결되는 상무-첨단산단 도로가 각각 2025년, 2026년 완공을 목표로 개발 중에 있는 만큼 교통망은 갈수록 좋아질 것으로 보인다.

한편,'허드슨 1041'의 분양홍보관은 광주지하철 1호선 상무역 근처인 광주광역시 서구 마륵동 165-14에 마련된다.

문의) 062-372-6666

김민정 기자

"답 안 나온다"…하염없이 떨어지는 유통 매출

오프라인 고전…반면 온라인 유통 매출 계속 늘어

코로나 재확산 이후 오프라인 유통이 고전을 면치 못하고 있다. 지난달 16일 서울과 경기에 사회적 거리 두기 2단계가 시행됐고, 지난달 23일엔 전국으로 확대됐다. 지난달 30일부터는 서울과 수도권에 사실상 3단계 거리 두기가 시작됐다. 단계가 올라갈수록 매출이 더 떨어지고 있는 것이다.

지난달 31일 업계에 따르면 지난 28~30일 롯데백화점 매출은 지난해 같은 기간 대비 44% 줄었다. 전주 주말(21~23일) 매출 감소폭은 25%였다. 일주일만에 19%포인트 떨어진 것이다. 신세계백화점도 비슷한 양상을 보였다. 지난달 28~30일 매출은 21.4% 떨어졌다. 전주 주말엔 15.4% 감소했었다. 같은 기간 현대백화점도 매출은 18.1% 하락했다. 전주 감소폭은 12.2%였다. 코로나 재확산이 막 시작된 광복절 연휴 직후만 하더라도 임시 공휴일 효과 등으로 매출에 큰 변화가 없었다.

업계는 코로나 재확산으로 한 달 앞으로 다가온 추석 성수기 장사를 망칠 가능성이 높아지자 당혹스러워 하고 있다. 코로나 사태로 예년에 비해 귀경을 자제하면서 선물세트 등 추석 관련 제품 수요도 어느 정도 감소할 것으로 예상됐으나 상황이 이렇게까지 될 줄은 몰랐기 때문이다.

백화점 관계자는 "추석이 다가오면 점포를 찾는 고객도 늘어나고 활기가 생기기 마련인데 올해 같은 한산한 추석은 처음이다. 답이 안 나온다"고 했다. 현재 백화점 매출 감소폭은 지난 3월 1차 대유행 때와 비슷한 모습을 보이고 있다. 당시 주요 백화점 3사(社) 주말 매출은 30~40% 줄었다.

이번 코로나 재확산이 수도권에서 벌어지고 있다는 점을 들어 상반기보다 하반기 매출이 타격이 더 클 것으로 보는 시각도 있다. 1차 대유행 때는 대구·경북 지역 확산세가 잦아들자 전국이 진정세에 진입했는데, 이번엔 수도권에서 전파돼 전국에서 동시다발적으로 확진 환자가 나오고 있어 피해 상황이 더 오래 지속될 것으로 전망된다. 지난 2분기(4~6월) 롯데쇼핑 영업이익은 전년 대비 98.5% 감소한 14억원, 신세계는 431억원 적자, 현대백화점 영업이익은 지난해보다 84% 줄어든 81억원이었다.

반면 온라인 유통은 매출 상승세가 이어졌다. 지난달 28~30일 마켓컬리 매출은 전년 대비 167% 늘었다. G마켓에선 라면(16%)·생수(23%)·즉석밥(23%)·간편조리식품(28%) 등은 전년 대비 모두 매출이 올랐다. 같은 기간 SSG닷컴 매출도 1년 전보다 21% 증가했다.

서선옥 기자

코로나 재확산에 국내선 탑승객 40% 증발

지난달 4주차 국내선 탑승객 87.5만명…2주만에 54만명↓

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 재확산에 국내 항공사들의 국내선 여객 수송량도 급감하는 것으로 나타났다.

세계적인 코로나19 유행으로 국제선 여객 수송량이 크게 타격을 받은데 이어, 홀로 선방했던 국내선 여객 수송량도 쪼그라든 것이다.

지난달 31일 국토교통부 항공정보포털시스템에 따르면 8월 4주차(8월24일~8월30일) 국내 항공사가 수송한 국내선 노선 탑승객은 87만4718명으로 집계됐다.

국내 항공사들의 국내선 여객 수송량은 8월 중순 코로나19가 재확산하며 줄어들기 시작했다.

4주차 국내선 여객 수송량은 이달 2주차(10일~16일) 141만4322명, 3주차(17일~23일) 133만1880명과 비교하면 각각 38.2%, 34.3% 감소한 수준이다.

주말 탑승객 추이만 살펴봐도 동일한 흐름이었다. 국내 코로나19 확산세가 주춤하고 여름 휴가 시즌이 겹쳤던 8월 첫 주말(1~2일) 국내선 여객 수송량은 41만3239명으로 1년 전(40만5796명)보다 오히려 7400여명 많았다.

주말 국내선 탑승객은 1주차 주말(9~10일) 42만1538명, 2주차 주말(15~16일)에는 45만448명까지 치솟았다.

그러다가 국내 코로나19 신규 확진자가 본격적으로 늘어난 3주차의 주말(22~23일)에는 36만492명, 4주차 주말(29~30일)에는 25만520명으로 빠르게 줄어들었다.

저비용항공사들의 숨통을 틔워줬던 국내선 노선 수송 실적은 코로나19 재확산세가 이어지면 다음달에도 반등이 쉽지는 않을 전망이다.

정승호 기자

'코로나 장기화' 광주·전남 중소기업…경기전망 '암울'

업황전망 지수 71…전월 대비 1.0p · 전년 동월 대비 14.18p 하락

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 충격 장기화로 광주·전남중소기업들의 경기 전망이 호전될 기미를 보이지 않고 있다.

지난달 31일 중소기업중앙회 광주전남지역본부에 따르면 9월 지역 중소기업 업황 전망 건강도지수(SBHI) 조사 결과 전월(72.0) 대비 1.0포인트, 전년 동월(85.1) 대비 14.1포인트 하락한 71.0으로 나타났다.

이번 조사는 지난달 13일~27일 지역 중소기업 188개사를 대상으로 실시했다.

SBHI는 100 이상이면 기업 경기를 긍정적으로 보는 응답 업체가 많고, 100 미만이면 그 반대를 뜻한다.

연속 기준치를 밑도는 전망 지수는 기업들이 정부의 다양한 경기부양 정책에도 불구하고 최근 코로나19의 전국적인 재확산과 광주·전남지역의 확진자 증가로 체감경기가 전년 보다 훨씬 둔화할 것으로 보는 업체가 많기 때문으로 풀이된다.

지역별로 광주는 7월 대비 3.1포인트 하락한 68.6, 전남은 7월 대비 2.9포인트 상승한 75.4로 나타났다.

업종별로 제조업은 7월 대비 0.3포인트 소폭 상승한 72.9로 나타난 반면, 비제조업은 7월 대비 2.0포인트 낮은 69.5를 보였다.

항목별로는 내수판매 전망(72.0→69.7), 자금사정전망(66.0→65.2)은 전월 대비 소폭 하락했고, 경상이익 전망(67.0→67.0)은 전월과 동일했다. 수출 전망(67.4→73.9)은 지난 3월부터 4개월 연속 큰 폭으로 하락했지만 7월부터 소폭 반등해 암울했던 상황에서 벗어날 전망이다.

고용수준 전망(105.8→104.5)도 7월대비 1.3포인트 소폭 하락했지만 인력 수요에 큰 변화는 없을 것으로 예상된다.

경영 애로(복수응답)는 내수부진(78.7%)이 여전히 가장 큰 비중을 차지했고, '업체간 과당경쟁(45.2%)', '인건비 상승(35.1%)', '자금조달 곤란(31.9%)', '판매대금 회수지연(27.7%)' 등이 뒤를 이었다.

7월 광주·전남지역 중소제조업 평균가동률은 전월대비 1.4%포인트 하락한 65.0%로 지난달 모처럼 반등한 후 다시 하향곡선을 그렸다. 지역별로는 광주는 전월 대비 0.4%포인트 상승한 65.2%, 전남은 전월 대비 4.13%포인트 상승한 64.7% 가동률을 보였다.

김미희 기자

광주전남, '주택특별공급' 알리미 도입'

광주전남지방중소벤처기업청이 중소기업 장기근속자들의 주거안정을 돕는 서비스를 시행한다.

광주전남중기청은 지역 중소기업 장기근속자를 대상으로 주택특별공급 신청·접수 알리미 서비스를 실시한다고 31일 밝혔다.

이 서비스는 '중소기업 장기근속자 주택우선공급제도'에 기반 해 제공한다.

정책수요자인 중소기업 근로자들이 주택 특별공급 추천 신청기한을 놓치지 않도록 돕기 위해 주택특별공급 신청·접수 공고시 이를 알리는 문자 서비스를 실시한다. 중소벤처기업부가 지원하는 주택 특별공급물량 우선공급제도는 근로자의 주거안정을 통한 인력유입과 장기재직을 유도하기 위해 마련됐다. 지원대상은 중소기업에 5년 이상 또는 동일기업에 3년 이상 재직 중인 무주택 세대 구성원이다.

부동산업, 일반유흥 주점업, 무도유흥 주점업, 기타 주점업, 기타 갬블링·베팅업, 무도장 운영업 등 6개 업종 근로자는 제외된다. 중소기업 재직자는 광주전남지방중소벤처기업청 누리집(www.mss.go.kr/site/gwangju/main.do)에서 공지사항을 확인 후 이메일로 신청하면 된다.