애견숍·미용실 현금영수증 의무화…국세청, 10개 업종 추가

독서실·옷 가게·스마트폰 매장 등도 포함
10만원 이상은 고객 요구 없어도 발급해야
"고객 번호 몰라 발급 못 해" 핑계 안 먹혀
위반 시 20% 가산세…신고자 20% 포상금

애완동물 용품 판매점과 미용실, 옷·신발 가게 등 10개 업종이 '현금 영수증 의무 발행' 대상에 새롭게 포함된다.

국세청은 15일 "애완동물 및 관련 용품 소매업 등 생활 밀착형 현금 수입 업종 10개를 현금 영수증 의무 발행 업종에 추가했다"고 밝혔다.

나머지 9개는 ▲전자 상거래 소매업 ▲두발 미용업 ▲의복 소매업 ▲신발 소매업 ▲통신기기 소매업 ▲컴퓨터 및 주변 장치·소프트웨어 소매업 ▲독서실 운영업 ▲고시원 운영업 ▲철물 및 난방 용구 소매업이다.

구체적으로 보면 미용실, 옷·신발 가게, 스마트폰 판매점, 독서실, 고시원, 철물점 등이 모두 포함됐다. 올해 사업자 등록 기준 약 70만 명에 해당한다.

이들은 내년 1월1일부터 건당 10만원 이상 현금 거래 시 소비자가 요구하지 않더라도 현금 영수증을 의무 발급해야 한다.

이를 어겼다가 적발되면 거래 대금의 20%를 가산세로 내야 한다.

거래 상대방의 인적 사항을 모르는 경우에는 거래일로부터 5일 이내에 국세청 지정 번호(010-000-1234)로 발급하면 된다. 현금 영수증 발급은 대다수의 신용카드 결제 단말기에서 할 수 있다.

불가능하다면 국세청 홈택스를 이용하면 된다. 경로는 '조회/발급→현금 영수증 발급→홈택스 발급 신청→승인 거래 발급'이다.

소비자와 가격 할인을 전제로 현금 영수증을 발급하지 않기로 약정한 경우에도 법 위반에 해당한다.

업체와 건당 10만원 이상(부가가치세 포함) 거래한 뒤 현금 영수증을 받지 못한 소비자는 계약서·영수증·무통장 입금증 등 거래 사실을 확인할 수 있는 서류를 첨부해 거래일로부터 5년 안에 홈택스·우편 등을 통해 이를 신고할 수 있다.

국세청은 미발급 사실을 확인한 뒤 그 금액의 20%에 해당하는 포상금을 신고자에게 지급하고, 현금 영수증 소득 공제 혜택을 적용한다.

단, 포상금 지급 한도는 거래 건당 50만원, 동일인 기준 연간 200만원이다.

소비자의 경우 현금 영수증 발급에 이용한 전화번호를 홈택스에 등록해야 소득 공제 혜택을 받을 수 있다. 반드시 연말정산 전에 등록해야 한다.

국세청은 "신고 포상금제를 계속 홍보하는 한편 현금 영수증 발급 의무 위반자를 집중적으로 관리하겠다"면서 "의무 발행 업종 사업자는 의무를 어겨 불이익을 받지 않도록 현금 영수증을 성실이 발급해 달라"고 당부했다.

기동취재본부

韓 수출 회복 이끄는 반도체…ICT 수출 6개월 연속↑

시스템반도체 39%↑…역대 최고치

지난달 정보통신기술(ICT) 수출이 반도체 강세에 힘입어 6개월째 증가세를 이어갔다.

15일 산업통상자원부 자료를 보면 11월 ICT 수출액은 165억6000만 달러로 전년 대비 15.8% 늘었다.

하루 평균 수출액은 18.3% 증가한 7억2000만 달러로 집계됐다. 이 기간 조업일수는 지난해와 비교해 0.5일 적었다.

수입액은 14.2% 확대된 103억8000만 달러이며 무역수지는 61억8000만 달러로 흑자를 냈다.

품목별로 보면 반도체는 전년 대비 16.1% 늘어난 86억7000만 달러어치를 수출했다. 반도체 수출은 지난 7월부터 상승 흐름을 이어오고 있다.

특히, 시스템반도체 수출액이 29억8000만 달러로 39.2% 증가하면서 역대 월간 최고 수출액을 갈아치웠다. 메모리반도체 수출은 7.3% 증가한 51억9000만 달러다.

디스플레이 수출액은 21억8000만 달러로 27.7% 증가했다. 모바일 수요 확대에 따른 유기발광다이오드(OLED) 패널·부분품 수요 증가가 호재로 작용했다.

휴대폰 수출액은 11억8000만 달러로 24.9% 증가하면서 4개월 만에 플러스로 돌아섰다. 완제품(4억2000만 달러, 20.9%)과 부분품(8억6000만 달러, 26.9%) 모두 수출 강세를 보였다.

컴퓨터·주변기기 수출액은 4.6% 늘어난 10억4000만 달러다. 솔리드스테이트드라이브(SSD) 등 보조기억장치 수출이 7.3% 증가한 6억9000만 달러를 기록하면서 14개월 연속 오름세를 이끌었다.

지역별로는 중국으로의 수출이 77억2000만 달러로 전년 대비 8.1% 증가했다. 반도체와 휴대폰 수출액이 각각 51억7000만 달러, 5억9000만 달러로 8.3%, 88.4% 확대됐다.

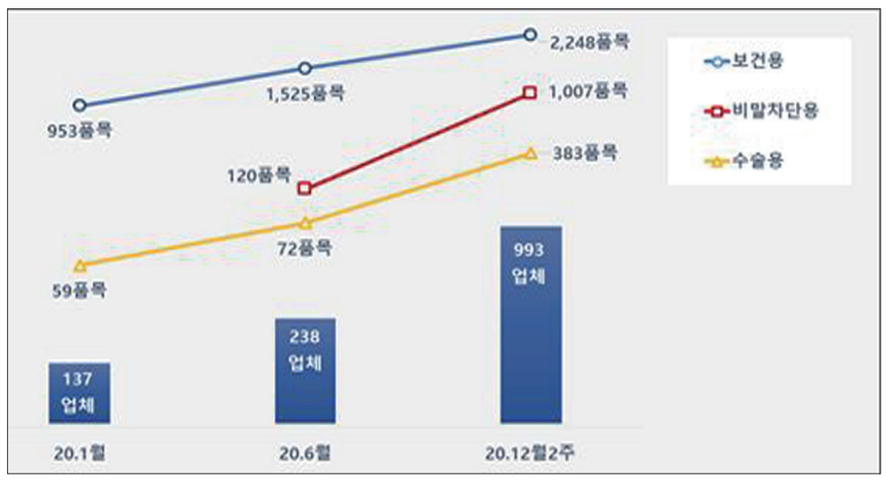
대(對)미국 수출액은 18억7000만 달러로 19.4% 상승했다. 최근 11개월째 수출이 늘어나는 추세다. 반도체(6억1000만 달러, 2.4%), 휴대폰(2억1000만 달러, 13.4%) 품목을 중심으로 호조세를 보였다.

베트남으로의 수출은 35.2% 확대된 28억3000만 달러로 집계됐다. 디스플레이(12억6000만 달러, 89.0%), 반도체(9억6000만 달러, 39.7%) 등 주요 품목이 선전했다.

유럽연합(EU)으로는 24.9% 증가한 10억8000만 달러어치를 수출했다. 반도체(6억1000만 달러, 2.4%), 휴대폰(1억7000만 달러, 77.9%), 컴퓨터·주변기기(1억5000만 달러, 24.6%) 등에서 고른 성장세를 보였다.

반면 일본으로의 수출액은 3억3000만 달러로 13.8% 감소했다. 주요 품목인 반도체(9000만 달러, -28.7%), 디스플레이(1000만 달러, -37.1%) 등이 부진했다.

서선옥 기자



마스크 제조업체 1월보다 7배 증가…가격 안정세

12월 2주 생산량 1억7275만개

의약외품 마스크 제조업체가 올해 1월보다 7배 이상 늘었다. 의약외품 마스크로 허가받은 품목 수는 3배 넘게 증가했다.

식품의약품안전처는 이 같은 내용의 마스크 생산 등 수급 정보를 15일 공개했다.

제조업체 수는 13일 기준 993개소로 지난 1월(137개소) 보다 7배 넘게 늘었다. 품목 허가 수는 3638개 품목으로 1월(1012개 품목) 이후 계속 증가했다.

현재 마스크 품목 허가를 위해 ▲보건용 724건 ▲수술용 216건 ▲비말차단용 485건의 심사가 진행 중이다.

12월 2주에 생산된 의약외품 마스크는 총 1억7275만개다. 원활히 공급되고 있다.

가격 역시 온라인·오프라인 모두 안정세가 유지되고 있는 것으로 통계청의 마스크 가격 조사 결과에서 확인됐다.

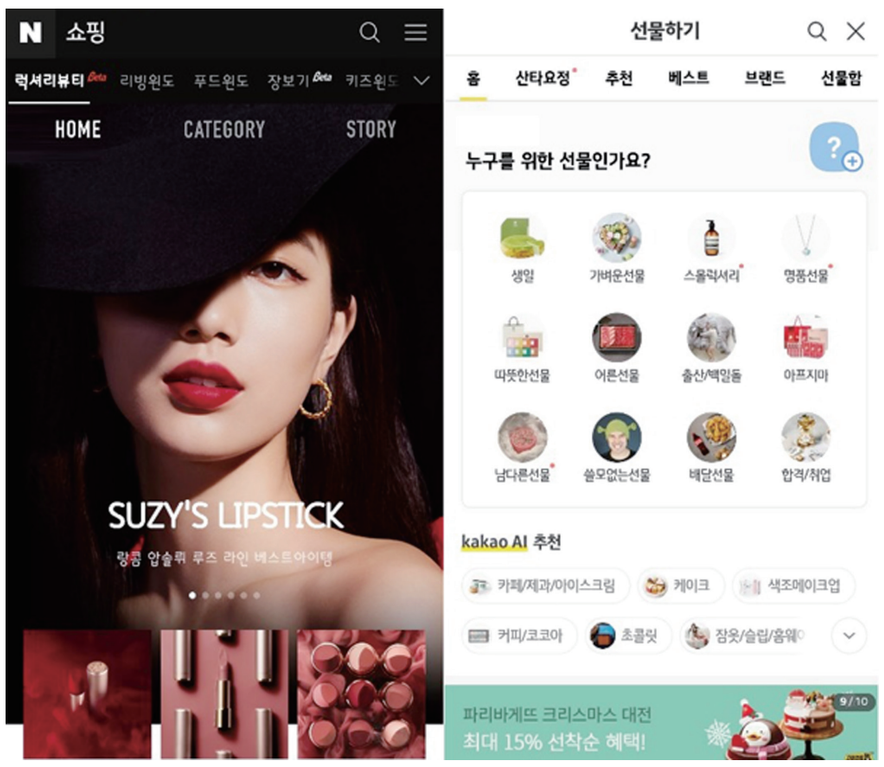
온라인에서의 보건용 마스크(KF94)는 약 749원으로, 비말차단용 마스크는 약 544원으로 소폭 하락했다.

식약처는 "앞으로도 마스크 가격, 생산량 등 시장 동향을 모니터링하는 한편, 시장 질서를 어지럽히는 매점매석, 사재기 등 불공정 거래 행위에 대해서는 엄중하게 조치하겠다"고 했다.

김민정 기자

네이버쇼핑, 명품화장품 전용 메뉴 개설…카카오에 '맞불'

'럭셔리뷰티' 지난 10일 베타서비스 돌입



네이버가 쇼핑 서비스에 고급 화장품 전용 메뉴를 개설했다. 코로나19 사태로 소위 '명품'에도 온라인 구매 추세가 강화되면서 적극 대응에 나선 것이다.

또한 일찍부터 소위 명품 구성을 강화한 '영원한 맞수' 카카오와 명품 플랫폼 지위를 두고 또다시 치열한 경쟁을 벌일 것으로 전망된다.

15일 IT 업계에 따르면 네이버쇼핑은 지난 10일 '럭셔리뷰티' 메뉴를 신설하고 베타 서비스에 돌입했다.

기존에도 '백화점윈도'. '뷰티윈도' 메뉴를 통해 화장품을 판매해왔으나 이와 별개로 소위 프리미엄급 화장품 브랜드를 모아 따로 신규 메뉴를 개설한 것이다.

현재 랑콤, 설화수, 맥, 산타노벨라 등 26개 명품화장품 브랜드들이 입점해 있다.

네이버는 럭셔리브랜드에 대한 고객 수요가 높은 것은 물론이고, 해당 브랜드들도 최근 코로나19 사태로 인한 언택트 흐름 속에서 온라인 경쟁력을 강화하고자 함에 따라 양측을 연결해 '럭셔리뷰티' 서비스를 개시했다고 설명했다.

앞서 일찍부터 명품 라인업을 확대해온 카카오는 코로나19 사태를 맞아 관련 매출이 가파르게 상승하고 있다.

카카오커머스는 지난해 8월 카카오톡 선물하기에 명품 화장품 테마를 신설한 데 이어 올해 2월에는 '명품 선물' 테마를 신설하고 프리미엄 선물 제품군을 확대한 바 있다. 이어 '나를 위한 작은 사치'라는 모토로 '스몰 럭셔리' 테마를 열기도 했다.

특히 지난 7월에는 카카오톡 선물하기에 샤넬 전문관을 열어 유통업계 이목을 집중시켰다. 샤넬이 국내 온라인몰에 정식 입점한 것은 백화점 온라인몰을 제외하면 이번이 처음이다.

네이버는 '럭셔리뷰티'가 카카오 선물하기 프리미엄 화장품 테마와 가장 차별화되는 점으로 브랜드사가 직접 운영하는 점을 꼽았다. 이에 따라 브랜드 소식을 가장 빠르게 빠짐없이 확인할 수 있다.

네이버 관계자는 "럭셔리뷰티는 이용자들이 뷰티브랜드의 소식을 가장 빠르게 접하고 브랜드만의 고유한 서비스와 프로모션, 혜택 정보를 놓치지 않고 받아볼 수 있도록 하고 있다"며 "브랜드 역시 브랜드 아이덴티티 및 브랜드 소식을 전하는 창구로 활용해 온라인에서 언제든 편리하게 고객을 만나는 채널로 활용할 수 있다"라고 말했다.

김미희 기자

주금공, 취약계층에 9조2000억원 전세보증지원

한국주택금융공사(주금공)는 올들어 11월까지 금융취약계층에 9조2000억원의 전세자금보증을 공급, 이를 통해 연간 647억원의 주거비 부담을 줄였다고 15일 밝혔다.

주금공은 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 생활이 어려워진 취약계층의 주거지원을 위해 ▲청년 전·월세보증 공급한도를 확대(1조1000억원→4조1000억원)하고 ▲지자체·금융기관과의 협약을 확대해 대출금리 인하 지원과 보증료를 우대했다.

이를 통해 주금공은 올해 11월까지 전년 동기(3조7000억원) 대비 150% 증가한 9조2000억원을 보증했다.

특히 청년 전세보증은 지난달까지 전년 동기 대비 375% 증가한 2조6000억원을 5만 가구에 지원했다.

청년 전세보증은 만 34세 이하 무주택 청년에게 2%대 금리로 최대 7000만원까지 지원하는 상품이며, 연소득 3000만원 이하의 취업준비생과 사회초년생이 1인당 5000만원의 전세대출보증을 받은 것으로 나타났다.

지자체 협약전세보증 상품은 올해 11월까지 전년 동기 대비 147% 증가한 3조4000억원을 3만 가구에 지원했다. 신혼부부와 청년층이 지자체 이자지원을 받아 연평균 1.4%의 금리로 1억3000만원의 전세보증을 이용한 것으로 파악됐다.

주금공은 이를 통해 일반 전세보증 이용 고객보다 월평균 13만원의 이자 비용이 줄었다고 설명했다.

금융기관 협약을 통한 전세자금보증은 지난달까지 84% 증가한 2조8000억원을 2만 가구에 지원했다. 이 상품은 금융기관이 대출금리를 일부 인하해 주고 공사가 보증료를 우대하는 상품으로, 신혼부부·다자녀 가구가 주로 이용한 것으로 분석됐다.

이외에도 신용회복지원자·정책서민금융이용자 등 중점지원 특례전세보증 상품은 올해 11월까지 전년 동기 대비 21% 증가한 3000억원을 5000가구에 지원했다.

주금공 관계자는 "올해 코로나19로 어려움을 겪는 서민층의 주거비 절감을 지원하기 위해 지자체 및 금융기관과 협업으로 9조2000억원의 전세보증을 지원해 연간 600억원의 이자부담을 완화하고, 47억원의 보증료를 우대하는 등 647억원의 비용부담을 완화했다"며 "앞으로도 금융취약계층에 대한 신상품 개발을 통해 서민 위주로 전세보증을 지원하겠다"고 했다.

오유나 기자