

# 아파트 중개 수수료 손질한다...정부, 6월 인하방안 확정

현재 매매 9억원 초과 0.9% 적용...10억 매매시 900만원

소개 알선만 하는 중개업소 과도한 수수료라는 불만 많아

매매 9~12억 신설...0.7% 적용하고 구간별 가산·공제 검토

1안, 12억부터 요율 감소...2안, 12억 초과분 따로 협의

정부가 부동산 중개서비스에 비해 중개보수(중개수수료) 부담이 너무 크다는 지적에 따라 중개보수를 낮추는 방안을 오는 6~7월 내놓기로 했다.

국토교통부는 중개보수 부담이 크다는 대다수 국민의견과 국민권익위원회 개선권고안을 적극 검토해 6~7월 중으로 최종 개선안을 확정할 계획이라고 9일 밝혔다.

현행 부동산 중개수수료는 계약 종류와 거래 금액에 따라 각각 다른 중개보수 요율을 적용하고 있다.

임대차 계약의 경우 1억원 이상~3억원 미만 거래는 거래금액의 최대 0.3%를, 3억원 이상~6억원 미만은 0.4%를, 6억원 이상은 0.8%를 적용하고 있다.

가령 5억원 짜리 전셋집을 구할 때 중개보수 상한은 200만원, 6억원 짜리를 전셋집을 거래할 때는 480만원이 중개보수 상한이 된다.

매매 계약의 경우엔 2억원 이상~6억원 미만 거래는 0.4%, 6억원 이상~9억원 미만은 0.5%, 9억원 이상은 0.9% 내에서 결정된다. 10억원 짜리 아파트 매매 계약을 맺는 경우 중개수수

료는 최대 900만원이 된다.

특히 지난 9월 서울아파트 중위가격이 9억 2017만원 기록하는 등 9억원 초과 주택 비중이 늘어나 덩달아 오른 중개수수료 부담도 가중되고 있다.

또한 중개업소가 제공하는 서비스가 소개알선 밖에 없는데도 수백만원의 중개수수료를 취하는 게 과도하다는 지적도 많은 상황이다.

정부가 중개보수 인하에 나서는 것은 지난 2014년 이후 7년여 만이다.

국토부는 6~7월 최종안을 낸다는 목표를 설정하고 이를 위해 국토부 내 '중개보수 및 중개서비스 개선 태스크포스'(가칭)를 이날 말부터 운영하기로 했다.

태스크포스에는 관련 전문가뿐만 아니라 소비자단체, 업계관계자 등 각계각층의 다양한 목소리를 청취할 수 있도록 참여의 폭을 넓히기로 했다. 3월 초에는 연구용역에 착수하고 국민서비스만족도 조사에 들어갈 예정이다.

앞서 이날 권익위는 중개수수료 개편을 위한 4가지 정책방안을 마련해 국토부에 권고했다. 4가지 권고 방안은 ▲현재의 5단계 거래금

액 구간표준을 7단계로 세분화해 구간별 누진식 고정요율로 하는 방안(1안) ▲구간별 누진 방식 고정요율로 하되 고가주택 구간에서는 협의를 통해 중개보수 비용을 결정하는 방안(2안)이 포함됐다.

또 ▲거래금액과 상관없이 단일요율제나 단일정액제를 적용하는 방안(3안) ▲매매·임대 구분 없이 0.3~0.9% 범위 안에서 협의해 중개보수를 결정하는 방안(4안) 등을 제시했다.

1안과 2안 모두 매매의 경우 9~12억원 구간을 신설해 0.7%의 수수료율을 적용하는 내용이 공통적으로 담겼다.

1안(매매 기준)은 6억원 미만은 0.5%로 통합하고 6~9억원은 0.6%, 9~12억원은 0.7%로 하되 12억원 부터는 4단계로 나눠 금액이 커질수록 요율이 작아지도록 했다. 12~18억원엔 0.4%, 18~24억원엔 0.3%, 24~30억원엔 0.2%, 30억 초과는 0.1%를 적용한다. 여기에 6억원 초과 구간에 대해서는 구간별로 누진차액을 설정해 공제(-60만원)하거나 가산(+930만원) 하도록 했다.

2안은 매매 6억원 미만 0.5%, 6~9억원엔 0.6%, 9~12억원엔 0.7%로 하며 12억원 초과분에 대해서는 12억원 이하 거래구간 상한액+초과분의 상·하한요율(0.3~0.9%) 범위 내에서 협의하도록 했다.

15억원인 아파트를 매매할 때 1안은 15억원에 0.4%를 곱한 후 가산금액 210만원을 더해 810만원을 중개 수수료로 내야하고, 2안은 12억원 본인 690만원에 추가로 초과분을 협의해 780~960만원을 내야 하는 구조로 이뤄진다.

현재 중개수수료 체계 내에서 15억원인 아

## 매매 및 임대 중개보수 수수료 비교

거래 금액(원)	매매·교환		임대차	
	상한 요율(%)	중개보수 (원)	상한 요율(%)	중개보수 (원)
2억	0.4	80만	0.3	60만
3억	0.4	120만	0.4	120만
4억	0.4	160만	0.4	160만
5억	0.4	200만	0.4	200만
6억	0.5	300만	0.8	480만
7억	0.5	350만	0.8	560만
8억	0.5	400만	0.8	640만
9억	0.9	810만	0.8	720만

자료:국민권익위원회

현행 부동산 중개수수료 체계.

파트를 매매할 때 중개수수료는 최대 1350만원이다.

국토부 김형석 토지정책관은 "일반국민들이 느끼는 중개보수부담을 경감하기 위해 실무 논의기구를 구성할 예정인 만큼 업계의 적극 참여와 소통을 통해 합리적인 제도개선 방안이 도출될 수 있도록 할 것"이라고 밝혔다.

이러 "중개보수 개선뿐만 아니라 국민의 눈높이에 맞춰 체감할 수 있도록 중개서비스의 질을 높이고 중개 서비스산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 방안 등을 포함한 종합적인 개선 방안을 마련할 계획"이라고 밝혔다.

서선욱기자

## 봉고 III EV 특장차 출시...“경제성·정숙성으로 도심운송 최적”

내장탑차·파워게이트·윈바디 모델...완충식 177km

4421만원부터...보조금·취득세 감면·통행료 할인 가능

기아가 봉고 III EV 특장차의 판매를 시작한다고 9일 밝혔다.

봉고 III EV 특장차는 지난해 1월 출시한 봉고 III EV 초장축 킹캡 기반의 특장 모델이다. 내장탑차(저상형·표준형·플러스형), 파워게이트, 윈바디로 출시된다. 가격은 ▲내장탑차 표준형 4421만원, 저상형 4324만원 플러스형 4447만원 ▲윈바디 4491만원 ▲파워게이트 4401만원이다.

정부 화물 전기차 보조금 1600만원과 지방자치단체 보조금(지자체별 상이), 취득세 140만원 한도 감면 등을 받을 수 있다. 또 공영주차장 주차비와 고속도로 통행료도 할인 받을 수 있어 경제성이 높다.

봉고 III EV 특장차는 135kW 모터와 58.8kWh 배터리를 탑재해 등판 능력이 우수하며 완충했을 때 177km를 주행할 수 있다.

저상형 내장탑차는 지하 주차장(높이 2.3m 기준) 출입이 가능하며 표준형·플러스형 내장

탑차는 각각 1580mm, 1810mm의 화물실 높이를 갖춰 많은 양의 화물을 적재할 수 있다.

화물실 측면을 날개처럼 열 수 있는 윈바디 모델은 측면 도어 개방하면 화물실의 개방감이 우수해 화물을 싣고 내리는 것이 편리하다.

파워게이트는 모터를 이용해 화물칸 끝 단에 위치한 게이트를 전동으로 올리고 내릴 수 있어 작업시간 단축에 도움을 준다. 또 리어 게이트에 알루미늄 소재를 적용함으로써 방청성을 높이고 견고함을 더했다.

봉고 III EV 특장차는 편의사양을 대폭 기본 적용한 것이 특징이다. 봉고 III EV 전용 사양인 전동식 파워스티어링, 패들시프트, 버튼식 동 스타트키, 전자식 파킹브레이크 등이 기본으로 장착됐다.

또 운전석 통풍·열선시트, 오토라이트 컨트롤 헤드램프, 하이패스 자동결제 시스템 등 고



객 선호 사양 기본 적용으로 쾌적하고 편안한 운전을 돕는다.

동절기 충전 시간을 단축시켜주는 배터리 히팅 시스템 역시 모든 모델에 기본 탑재해 추운 겨울철에도 충전 속도 저하를 방지한다.

아울러 전방 충돌방지 보조(FCA), 차로 이탈 방지 보조(LKA), 운전자 주의 경고(DAW) 등을 전 모델에서 선택 사양으로 운영해 고객의 안전한 운전을 돕는다.

기아 관계자는 "도심 운송업무에 최적화된 봉고 III EV 특장차는 뛰어난 경제성과 정숙성으로 소형화물 특장차 시장을 선도할 수 있을 것"이라고 밝혔다.

김민정기자

## 카카오, 작년 매출 4조원 첫 돌파

‘역대급’ 영업이익 121% ‘썩썩’

카카오가 지난해 매출 4조원을 돌파하고 영업이익도 4000억원선을 넘어서며 역대급 실적을 올렸다.

카카오는 연결 재무제표 기준 지난해 영업이익이 4560억원으로 전년비 120.5% 증가했다고 9일 공시했다. 같은 기간 매출은 4조1567억원으로 35.4% 확대됐다. 순이익은 1671억원으로 전년의 적자(3419억원)에서 흑자로 전환됐다.

연간 매출과 영업이익 모두 역대 최대 규모다. 코로나19로 인한 비대면 추세 속에서 국민 메신저 카카오톡으로 기반으로 한 광고와 커머스가 급성장하고, 웹툰의 가파른 글로벌 성장세, 핀테크, 모빌리티 등 신사업의 약진 등이 뒷받침했다는 분석이다.

또 작년 4분기 매출은 1조2351억원, 영업이익은 1498억원으로 전년보다 각각 45.7%, 88.3% 늘었다. 동일 기간 순손실은 2018억원을 기록했다.

실적을 부문별로 보면 ‘플랫폼 부문’(특비즈+포털비즈+신사업) 매출은 작년 4분기 6570억원으로 전년에 비해 48% 뛰었다. 전기에 비해서는 18% 확대됐다.

이중 ‘특비즈’(카카오톡 관련 사업) 매출은 전분기 대비 27%, 전년 동기 대비 63% 증가한 3603억원이다.

‘포털비즈’ 매출은 코로나19 영향으로 김

색 광고 매출이 감소해 전분기 대비 1% 증가, 전년 동기 대비 9% 감소한 1227억원을 기록했다.

모빌리티·페이·엔터프라이즈 등 ‘신사업 부문’ 매출은 카카오톡택시 택시 플랫폼 사업의 매출 확대 및 카카오페이의 결제 거래액과 금융 서비스 확대로 전분기 대비 17%, 전년 동기 대비 97% 증가한 1740억원이다.

작년 4분기 ‘콘텐츠 부문’(게임+뮤직+유료 콘텐츠+IP 비즈니스 기타) 매출은 전분기 대비 6% 증가, 전년 동기 대비 43% 증가한 5781억원을 기록했다.

이 가운데 ‘유료 콘텐츠’ 매출은 전분기 대비 10% 늘었으며, 카카오페이의 K-IFRS 적용에 따른 기저효과로 전년 동기 대비 233% 성장한 1636억원을 기록했다.

‘게임 콘텐츠’ 매출은 전분기 대비 6% 감소, 전년 동기 대비 33% 성장한 1408억원을 달성했다.

‘뮤직 콘텐츠’ 매출은 전분기와 유사한 수준인 1551억원을 기록했다.

‘IP 비즈니스 기타’ 매출은 카카오톡의 드라마, 오리지널 콘텐츠 등의 영상 콘텐츠 매출 증가와 음반 유통 호조로 전분기 대비 30%, 전년 동기 대비 25% 증가한 1186억원이다.

기동취재본부

## 전남도, 올 ‘아마존’ 수출 500만 달러 목표...‘첫 선적’

24만6000달러 상당 23개 제품 수출

전남도가 미국 ‘아마존’ 수출 목표액 500만 달러 달성을 위해 올해 첫 번째 수출 선적식을 가졌다.

전남도는 9일 장성군 aT비축기지에서 24만 6000 달러 상당의 14개사 23개 제품을 선적했다. 현재 아마존 전남 브랜드관에는 27개사 63개 제품이 입점해 있다.

이날 선적한 제품은 가공전복과 유기농 김 등이다.

전남도는 지난해 7월부터 비교 우위 농수산물품 중 7개 스타품목을 선정해 미국 현지인의 입맛과 감성에 맞춰 개발한 12개 제품을 세계 최대 전자상거래 업체인 아마존 매장에서 판매하고 있다.

이 중 신안군의 유기농 도시락김이 입점 3주 만에 아마존 베스트셀러에 오르는 등 인기를 끌고 있다.

또 전남이 국내 생산량의 98.4%를 차지하고 있는 전복은 대부분 활전복 상태로 유통돼 그



동안 미국 내 온라인 판매가 어려웠으나 실은 유통이 가능하도록 통조림제품을 제작해 미국 소비자들로부터 호평을 받고 있다.

이상진 전남도 국제협력관은 "올해 500만 달러 수출을 목표로 입점제품 50개 이상을 추가하고, 캐나다, 영국 등 3개 국가 아마존에 전남 브랜드관을 신규 개설할 계획이다"고 말했다.

다.

전남도는 올해 2년 차로 접어든 아마존 전남 브랜드관이 성공적으로 안착될 수 있도록 도내 수출기업의 FDA 등록, 입점제품 마케팅, 수출기반 조성 지원, 비교우위 스타품목 육성 등에 6억원 가량의 예산을 지원한다.

김정환기자

## 전통시장 신용카드 취급을 90%까지 올렸다

소진공, 전통시장 이용 캠페인 ‘다다익선’ 추진

소상공인시장진흥공단(소진공)은 전통시장 3대 서비스 개선사항을 점검하고 명절 전통시장 이용촉진 캠페인에 나선다고 9일 밝혔다.

소진공은 그동안 전국 119곳 전통시장을 대상으로 지난 1년간 3대 고객서비스(결제편의·가격 및 원산지표시·위생청결) 개선을 위해 ‘다다익선 캠페인’을 추진했다.

다다익선 캠페인은 결제수단만 ‘다’ 받아주고, 가격원산지 ‘다’ 표시하고, 깨끗하고 쾌적한 쇼핑환경으로 고객은 ‘유익’하게, 온누리상품권 유통은 ‘선’하게를 의미한다.

캠페인 추진과 함께 특성화시장 119곳을 중심으로 전국상인연합회 간담회, 원산지 및 가격표시 관련 국립농산물품질관리원 등 유관기

관 합동 점검, 민관합동 캠페인을 꾸준히 전개했다.

그 결과 현재 원산지표시율 15%p 상승, 가격표시율 28%p, 신용카드 취급율도 90% 이상을 보이고 있다.

조보환 이사장은 “코로나19로 인한 경영여로를 극복하고 전통시장이 다시 활력을 찾기 위해서는 고객서비스 증진을 위한 노력을 멈추지 않아야 한다”며 “캠페인의 지속성 확보와 함께 안전하고 편리한 쇼핑환경 제공을 위한 노력이 지속되고 있으니 올 설 명절에도 전통시장을 많이 이용해주시길 부탁드립니다”고 전했다.

최이슬기자