

광주시, 집값 조정지역 '부분 해제' 공식 요청키로

“지역별로 상승률 달라 이달 말 선별적 해제 건의” 작년 12월 지정 후 매매지수 ↓ 거래량도 40% 수준 해제돼도 일부 지역 제외 유력, 동별 핀셋은 난망 동·서구 ‘충족’, 남·광산구 ‘유지 요건’ 복구 ‘경계선’

광주시가 집값 조정대상지역으로 지정된 지 반 년 만에 규제지역 해제를 공식 요청키로 했다. 강력한 단속 등에 힘입어 매매지수가 하락곡선을 긋고 있고, 거래량도 크게 감소한 점이 반영된 것으로 풀이된다. 그러나 해제 후 집값 급등이 예상되는 데다 동(洞)별 핀셋 지정도 근거자료 미흡 등으로 사실상 어려울 것으로 보여 6개월 더 연장될 수 있다는 전망도 조심스레 나온다. 광주시 이상배 도시재생국장은 20일 기자단 차담회에서 “이달말까지 주택가격과 거래량, 청약경쟁률, 분양권 전매량 등을 면밀히 분석해 조정지

역 유지 필요가 없다고 판단되는 지역에 대해서는 다음달 국토교통부 장관에게 지정 해제를 요청할 방침”이라고 밝혔다. 지난해 12월18일 조정대상지역으로 지정된 지 6개월 만이다. 지정 후 매매가격이 하락하고, 거래건수가 줄어드는 등 규제효과가 나타나는 가운데 다른 한편에서는 세금부담 등으로 실수요자들의 부동산 거래에 악영향을 미치고 있다는 판단 등이 깔린 것으로 풀이된다. 일부 지역의 최근 3개월간 주택가격 상승률이 소비자 물가상승률의 1.3배를 초과하지 않은 점도 반영된 것으로 알려졌다.

한국부동산원 통계에 따르면 지난해 12월 조정대상지역 지정 당시 1.29%까지 상승했던 광주지역 아파트 매매가격지수 변동률은 조정대상지역 올해 1월 0.64%, 2월 0.44%, 3월 0.38%, 4월 0.51%로 상승세가 둔화했다. 연립과 단독주택까지 포함한 전체 주택매매가격지수도 지난해 12월 1.08에서 올해 1월 0.57로 반토막난 후 3개월 연속 0.50을 밑돌고 있다. 전세가격지수도 지정 당시 1.33이던 것이 1월 0.63, 2월 0.45, 3월 0.35, 4월 0.30으로 꾸준한 감소세다. 아파트거래량도 지정 전달인 지난해 11월 8982건이던 것이 올해 3월 3357건으로 5개월새 60% 가량 감소했다. 주택담보대출비율(LTV)이 9억 원 이하 50%, 9억 원 초과는 30%로 제한되고 총부채상환비율(DTI) 50%가 적용되는가 하면 양도소득세, 종합부동산세 등 부동산 관련 세금이 한층 강화되고 청약은 1순위 자격요건이 높아지는 등 각종 규제가 영향을 미친 것으로 보인다. 그러나 일부 지역은 해제 대상에서 제외될 가능성이 높다. 지정 당시 최근 3개월간 소비자물가 상승률 대비 주택가격상승률은 남구가 1.64배, 광산구 1.50배, 북구 1.41배, 동구와 서구는 1.38배로, 시는 이중 1.50배를 초과한 남구와 광산구에 대해서만 선별적 해제를 요청했으나, 국토부는 자체 판단에 따라 광주 전역을 지정한 바 있다. 시는 집값 동향 분석 결과, 남구와 광산구는 조정대상 유지 가능성이 높고 나머지 3개 구 가운데 최소 2곳 이상은 해제 요건을 충족한다고 보고, 막바지 분석작업을 벌이고 있다. 지난 2월부터 4월까지 3개월간 소비자물가 상승률 대비 주택가격상승률은 ▲동구 0.58배 ▲서구 0.72배 ▲남구 1.56배 ▲북구 1.36배 ▲광산구 1.70배다. 동구와 서구는 해제 요건을 충족하고, 남구와 광산구는 1.50배가 넘어 유지 요건에 포함되고, 북구는 경계선에 걸쳐 있는 것으로 시는 보고 있다.



동별 핀셋 규제도 녹록치 않다. 지난해 1월 주택법 시행령 개정으로 동별 핀셋 규제가 법적으로 가능해졌지만, 관련 근거자료 취합이 미흡한 상황이어서 동별 핀셋보다는 자치구별 선별 규제가 유력시된다. “지정 해제 후 집값이 다시 폭등할 수 있다”는 여론도 만만찮아 조정지역이 6개월 더 연장될 수 있다는 분석도 나온다. 시 관계자는 “지난해말 지정 당시 일부 지역만 지정해야 한다고 건의했

기동취재본부



롯데마트-전남도청, 양파 농가 돕기 행사 시작

롯데마트와 전남도청이 공동 기획한 ‘양파 농가 돕기’ 행사 시작 일인 20일 서울 중구 롯데마트 서울역점에 햇양파가 진열돼 있다. 롯데마트는 지속되는 양파 가격 하락으로 어려움을 겪는 농가도 돕고 고객들에게는 부담 없는 가격에 양파를 선보이기 위해 무안 햇양파 소비 촉진행사를 준비했으며, 전 경에서 오늘부터 26일까지 할인 판매한다.

한국맥도날드, 코로나19 뚫고 작년 매출 7910억...전년비 9% ↑

당기 순손실 661억...전년 대비 19% 감소 신외감법 시행 따른 첫 감사보고서 공시

한국맥도날드가 지난해 코로나19 상황에서도 8000억원 가까운 매출을 올린 것으로 나타났다. 20일 한국맥도날드가 공시한 '2020 회계연도 감사보고서'에 따르면, 이 회사는 지난해 매출 7910억원을 기록했다. 2019년보다 9.1% 늘어난 수치다.

같은 기간 당기 순손실은 661억원을 기록했다. 이는 2019년 대비 19% 감소한 것으로 적자 폭을 크게 개선했다. 앤토니 마티네즈 한국맥도날드 대표는 3월16일 기자간담회에서 가맹점 포함 전체 매출이 전년 대비 7% 상승한 9800억원, 가맹점을 제외한 한국

맥도날드만의 매출은 7900억원으로 각각 전년 대비 7.0%, 전년 대비 9.1% 성장했다고 밝혔다. 한편, 유한회사인 한국맥도날드가 국내 사업 실적을 공시한 것은 이번이 처음이다. 2019년 11월 시행에 들어간 '주식회사 등의 외부감사에 관한 법률(신외감법)'에 따라 올해부터 유한회사도 외부감사를 받은 감사보고서를 공시해야 한다.

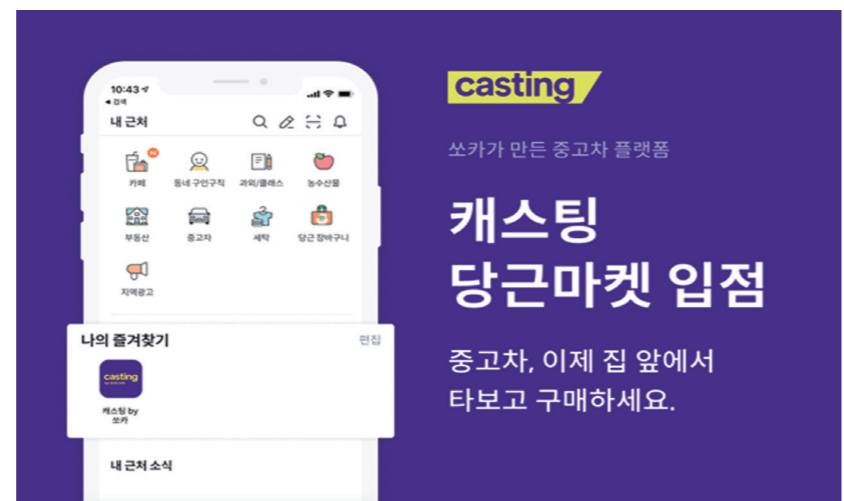
김민정기자

“당근에서 중고차도 구매하세요”...쏘카 ‘캐스팅’ 당근마켓 입점

모빌리티 플랫폼 쏘카가 운영하는 온라인 중고차 플랫폼 ‘캐스팅’이 지역 생활 커뮤니티 당근마켓에 입점한다.

20일 쏘카에 따르면 당근마켓 이용자들은 ‘내근처’ 서비스 내 ‘중고차’ 카테고리에서 캐스팅 중고차 검색과 구매과정 전반을 진행할 수 있다. 마음에 드는 차량을 선택한 뒤 최대 48시간 동안 미리 타볼 수 있는 ‘타보기’ 서비스를 이용할 수 있으며, 타보기 서비스 이용료는 ‘당근 간편결제’를 통해 결제할 수 있다. 차량 구매 대금은 가상계좌입금 또는 신용카드 결제가 가능하다.

당근마켓에 입점한 캐스팅은 쏘카 앱과 동일하게 서울·경기·인천 등 수도권과 대전·세종·충주·원주·천안 등 타보기 서비스를 제공하는 모든 지역



에서 동일하게 이용할 수 있다. 캐스팅은 당근마켓 입점을 기념해 오는 28일까지 기아의 소형 스포츠유틸리티차량(SUV) 스토닉을 200만원 할인 판매하는 프로모션을 진행한다.

프로모션을 적용하면 960만원대부터 시세 대비 최대 30% 저렴한 가격에 스토닉을 구매할 수 있다. 판매 차량은 모두 2018년식으로 평균 주행거리는 8만5000km 수준이다.

전남 농수산물, 세계 최대 유통망 ‘월마트’ 입점

월마트 온라인 쇼핑몰서 12개 품목 판매



전남도는 지난해 미국 최대 온라인 쇼핑몰 아마존에 전남 농수산물 브랜드관을 개설한 데 이어 최근 세계 최대 유통망인 ‘월마트(Walmart)’의 온라인 쇼핑몰에도 입점했다고 20일 밝혔다. 월마트 온라인몰 입점 제품은 아마존 전남 브랜드관 판매를 통해 시장성과 경쟁력이 입증된 유기농김, 유자차, 고구마말랭이 등 총 12개 품목이다.

전남도가 그동안 아마존 판매를 통해 쌓아온 소비자 신뢰를 바탕으로 월마트 온라인몰에도 입점하게 됐다. 이로써 향후 월마트 오프라인 마켓까지 진출할 발판을 마련했다. 월마트는 전 세계 모든 기업을 통틀어 매출액 1위인 유통 체인점으로, 1만1847개의 매장을 보유하고 있다. 2016년 온라인 시장에도 진출해 아마존과 경쟁하고 있다. 전남도는 전남 농수산식품의 해외 매출 확대를 위해 아마존 전남 브랜드관 입점 제품의 월마트 입점을 계속 늘릴 계획이다.

미국 현지에서 아마존 전남 브랜드관을 위탁 운영하는 크리에이티브의 성장 대표는 “월마트 온라인몰 입점과 함께 캐나다, 영국, EU 아마존 진출을 준비하고 있다”며 “지난 2월 EU 아마존 판매를 위해 선적한 컨테이너가 크리에이티브 독자지사 창고에 입고돼 오는 6월부터 EU 27개 회원국에 아마존 전남 브랜드관을 통해 판매를 시작할 계획”이라고 말했다. 이상진 전남도 국제협력관은 “월마트 온라인몰에서 전남 제품 소비자 반응이 좋으면 미국 4743개 월마트 매장에 입점할 기회도 얻을 것”이라며 “아마존, 월마트 온라인 쇼핑몰을 기반으로 미국 현지 오프라인 마켓에도 입점하도록 수출기업의 경쟁력을 높여 나가겠다”고 말했다. 김정환기자

“명품 지금 사야 씹니다”...백화점 세일 돌입

이달 말부터 각종 명품 최대 50% 할인

백화점이 일제히 명품 할인에 나선다. 롯데·신세계·현대백화점은 명품 브랜드를 포함해 해외 패션 제품 봄·여름 상품을 최대 50% 할인 판매한다.

롯데백화점은 21일부터 전 지점에서 마르니·로에베·3.1필립바·드리스 반노튼 등 브랜드 시즌오프를 시작한다. 28일부터는 셀린느·모스키노·비비안웨스트우드·조르조아르마니 등이, 6월에는 톱브라운·필로에·폼데가르송 등을 순차적으로 할인한다. 셀린느는 30~40%, 막스마라 30%, 비비안웨스트우드는 20~30%, 코치 30~50%, 롱샴 20~50% 싸게 판다. 이번 해외 명품 시즌오프 행사와 함께 27일까지 본점·잠실점·대우점·부산본점에서는 해외 명품 시계·보석 신제품과 한정 상품 등을 한자리에서 만나 볼 수 있는 ‘럭셔리 워치&주얼리 페어’ 행사도 연다. 백화점이 명품 할인 행사에 나선 건 최근 명품 수요가 그만큼 높기 때

문이다. 지난해 롯데백화점 명품 매출은 2019년보다 27% 늘었고, 올해 1~4월엔 작년보다 60% 증가했다. 신세계백화점은 오는 27일부터 본점·강남점·센텀시티점·대우점 등 주요 점포를 중심으로 총 200여개 브랜드 제품을 최대 50% 할인한다. 분더샵 남성은 메종마르지엘라·베트멍·셀린느 등 브랜드를 최대 40% 싸게 판다. 분더샵 여성에서는 셀린느·일렉산드릭·베트멍 등을 최대 50% 할인한다. 마르니·엠포리오아르마니·아크네스튜디오·리오웬스·톰포드 등 유명 해외 브랜드도 시즌 오프에 참여한다. 신세계백화점 관계자는 “살아나는 소비 심리에 맞춰 최대 50% 할인된 합리적인 가격에 해외 유명 브랜드를 만나볼 수 있는 행사를 마련했다”며 “고객이 선호하는 다양한 브랜드 참여로 상반기 명품 쇼핑의 최정기다 될 것”이라고 했다. 현대백화점도 오는 21일부터 압구정본점 등 전국 16개 전 점포에서 해



외 패션 시즌오프 행사를 연다. 이번 행사에는 남녀 수입의류·컨템포러리·잡화 등 180여개 해외 패션 브랜드가 참여해 10~50% 할인한다. 현대백화점 관계자는 “올해 여름 기운이 지난해보다 높은 것으로 예상돼 이번 행사에선 지난해보다 셔츠·블라우스·원피스 등 여름 상품 물량을 20~30% 늘렸다”고 했다. 현대백화점은 오는 21일 발리·질샌더·랑방 등 80여개 브랜드를 시작으로 28일부터는 셀린느·비비안웨스트우드·엠포리오아르마니 등이, 다음 달에는 톱브라운·토리버치·폼데가르송 등 브랜드가 순차적으로 시즌오프에 들어간다. 최이슬기자

한국 최초 배달앱 ‘배달통’ 6월 24일 서비스 종료

지난 2010년 대한민국 최초 배달 앱으로 탄생한 ‘배달통’이 내달 24일 서비스를 종료한다. 딜리버리히어로로 급변하는 시장 환경 속에서 고심 끝에 배달통 서비스 종료를 결정하게 됐다고 20일 밝혔다.

배달통 서비스는 별도 법인인 유한책임회사 배달통의 서비스였으며, 그동안 딜리버리히어로 코리아가 서비스를 위탁 운영해왔다. 딜리버리히어로 관계자는 “이번 결정으로 인해 배달통을 이용해주시는 사장님과 고객들에게 미칠 수

있는 영향을 최소화하는데 최우선적으로 집중할 것”이라며 “배달통의 사업 종료가 임직원과 라이더들에게 미치는 영향은 없을 것”이라고 설명했다. 서선욱기자