

수출 훈풍에 경기 회복세 뚜렷...가계살림은 여전히 팍팍

이달 일평균 수출 24억불...전년비 60%↑

역대 누적 최고치 경신 행진 이어갈 듯

수출 호조에 반도체·기계 등 생산 회복

지표 반등했지만 소득으로 이어지지 않아

지난해 말부터 시작된 수출 호조에 힘입어 겉으로 보이는 경제 지표는 살아났지만, 국민들이 체감하는 호주머니 사정은 크게 나아지지 않았다.

취업난 여파로 소득이 크게 늘어나지 않은 가운데 오히려 떨어진 가격으로 물가 상승 우려까지 커지고 있다.

22일 관세청 자료를 보면 이달 들어 지난 20일까지 하루 평균 수출액은 23억9000만 달러로 전년 대비 59.1% 늘었다.

지난해 5월은 코로나19 확산 여파가 수출에 본격적인 영향을 미친 시기라는 점을 감안해도 24억 달러에 가까운 하루 평균 수출액은 긍정적으로 해

석할 여지가 많다.

올해 들어 4월까지의 하루 평균 수출액은 21억9000달러인데 이는 이 기간 역대 가장 많은 액수다.

연간 수출 최고치를 찍었던 2018년 1월에도 같은 기간 21억7000만 달러의 하루 평균 수출액을 기록한 바 있다.

이런 추세라면 5월에도 누적 기준 하루 평균 수출액 역대 1위를 무난히 이어갈 것으로 예상된다.

품목별로 보면 반도체(26.0%), 승용차(14.6%), 석유제품(14.9%), 무선통신기기(6.4%), 자동차부품(22.1%), 정밀기기(42.6%) 등에서 강

세를 보였다.

국가별로는 중국(25.2%), 미국(87.3%), 유럽연합(78.1%), 베트남(61.1%), 일본(30.6%) 등 주요국에서 대부분 증가세를 이어갔다.

수출이 살아나면서 생산도 코로나 19 이전의 정상 궤도를 찾아가는 중이다.

지난 3월 전 산업 생산은 전월 대비 0.8% 증가하면서 2개월 연속 상승세를 기록했다.

세부적으로 광공업 생산은 2월에 비해 0.8% 줄었지만 전년 대비로 보면 4.7% 증가했다.

특히, 반도체(25.3%)와 기계장비(8.2%), 화학제품(8.2%) 부문에서 강세가 두드러졌다.

수출과 생산 지표는 반등하고 있지만 가계 형편은 여전히 어렵다. 고용 시장이 얼어붙으면서 소득이 제자리 걸음인 탓이다.

실제로 통계청의 가계동향조사에 따르면 올해 1분기 근로소득은 277만 8000원으로 전년 대비 1.3% 줄었다. 같은 기간 사업 소득과 재산 소득도



각각 76만7000원, 3만3000원으로 각각 1.6%, 14.4% 감소했다.

근로·사업·재산소득이 모두 감소한 것은 지난해 2분기 이후 처음이다.

반면 정부의 재난지원금 등을 포함한 공적이전소득은 27.9% 늘어난 49만7000원으로 집계됐다.

즉, 코로나19로 취업자가 감소하면서 근로소득이 줄어든 부분을 정부 재

정 지출로 메꾼 것이다. 고용 시장이 회복돼야 진정한 의미의 경기 반등이 시작될 것이라는 분석이 나오는 이유다.

성태윤 연세대 경제학부 교수는 "소득이 낮고 어려운 분들에 대한 공적 지출과 지원이 집중돼야 한다"며 "결국 소득을 회복시키기 위해서는 고용 개선을 비롯한 시장 회복이 절실하

다"고 진단했다.

이런 상황에서 물가가 상승하는 점은 부담스럽다.

지난달 소비자물가지수는 107.39로 1년 전과 비교해 2.3% 뛰었다. 2017년 8월(2.5%) 이후 44개월 만에 최대 상승 폭이다.

최근 원자재 수요가 늘어나면서 가격이 오르는 점도 불확실성을 키우는 요소다. 기업의 원가 부담이 커지면 소비자 가격에 일부 반영될 가능성도 있다.

이에 정부는 전일 열린 제18차 혁신성장 전략점검회의 겸 정책점검회의 겸 한국판 뉴딜 점검회의 겸 제12차 물가관계자관회의에서 원자재 가격 동향을 점검하고 대응 방안을 논의했다.

이억원 기획재정부 1차관은 이 자리에서 "글로벌 원자재 가격 상승에 따른 충격 최소화를 위해 정부가 보유한 비축물자를 탄력적으로 운영하고 환인·외상 발송을 통해 기업의 구매 부담을 완화해 나가겠다"고 전했다.

김동채본부



홈플러스, HACCP 바로알기 캠페인 한국부인회총본부 인천지부 회원들이 지난 21일 인천 홈플러스 계산점에서 'HACCP 바로알기 캠페인'을 하고 있다.

전남 대표음식 '가정간편식'으로 온라인 판매

쇼핑몰 남도장터 품목 확대 추진



전남도는 지역 대표 음식을 가정에서 즐길 수 있는 가정간편식을 온라인 쇼핑몰 '남도장터'를 통해 판매를 확대한다고 23일 밝혔다.

최근 가정간편식 시장이 연평균 16% 성장했으며 '혼족'과 1인가구가 늘고, 코로나19로 비대면 문화가 확산하면서 가정내 조리나 가정간편식 수요가 크게 늘어나고 있다.

지난해 남도장터를 통해 판매한 가정간편식 매출액은 1억3000만원으로 2019년 300만원보다 무려 42배가 늘었다.

현재 남도장터에는 35개 업체가 52개 상품의 가정간편식을 판매하고 있다.

판매 상품은 지역 대표 먹거리인 담양떡갈비, 나주곰탕, 벌교꼬막무침, 전

북비빔밥, 흑염소갈비탕, 토란들계탕, 육개장, 사골고기국, 오리탕 등 다양하다.

올해 연말까지 영유아와 젊은 층 기호에 맞는 이유식, 스파게티, 스테이크, 해물짬뽕 라면밥 등을 개발해 가정간편식 상품 100개를 추가 판매할 계획이다.

박영수 담양축산물농업조합법인 대표는 "지난해 가정간편식으로 떡갈비를 판매해 13억원의 매출을 올렸고 올해는 15억원을 목표로 하고 있다"며 "온라인 판매 기반을 마련했으니, 더욱 안전한 식품을 만들어 소비자의 마음을 사로잡겠다"고 말했다.

강종철 전남도 농식품유통과장은 "비대면시대 소비 트렌드에 대응한 가정간편식 제품 개발을 힘쓰는 식품업체가 성장하도록 다양한 시책을 지속적으로 발굴해 지원하겠다"고 말했다.

김정환기자

11번가, 시각장애인 쇼핑 편의 높인다

인공지능 쇼핑앱 소리마켓 도입해

연내 상품 정보 들을 수 있게 개선

11번가가 시각장애인 쇼핑 편의를 강화하기 위해 스타트업에 투자한다.

11번가는 최근 시각장애인 접근성을 보장하는 인공지능 쇼핑앱 '소리마켓'을 선보이면서 소셜 벤처 '와들'에 1억원 지분 투자를 결정했다. '와들'은 2018년 KAIST 학부 창업팀으로 시작해 2020년 SK텔레콤이 사회문제 해결을 위한 혁신 스타트업을 지원하는 임팩트업스(IMPACTUPS) 프로그램 2기에 참여하며 서비스를 고도화해 왔다.

11번가는 와들이 보유한 이미지 내 텍스트 인식기술(OCR·Optical Character Recognition)과 인공지능(AI) 결합된 솔루션에 주목했다. 11

번가는 파트너십을 통해 늦어도 올해 하반기 중으로 와들의 OCR+AI 솔루션을 11번가 앱·웹 서비스에 도입할 계획이다.

솔루션이 도입되면 시각장애인이 11번가 상품 상세 페이지에서 제공하는 다양한 이미지 정보는 물론 이미지 속 텍스트까지 소리로 청취할 수 있게 된다.

또 지난해부터 소리마켓에 제공하는 11번가 상품 API 연동을 더 강화해 소리마켓에서 11번가의 다양한 상품과 쇼핑 서비스를 경험할 수 있게 할 계획이다.

11번가는 "사회적 가치를 실현하는 혁신 스타트업에 대한 투자와 파트너



십을 통해 앞으로 디지털 소외 계층을 위한 더 적극적인 노력을 기울이겠다"며 "e커머스가 우리 생활에 편리함을 가져온 만큼 쇼핑 즐거움을 더 많은 분에게 차별 없이 전해드릴 수 있게 11번가가 앞장서서 이뤄 나가겠다"고 했다.

서선욱기자

사장님이 원하는 알바 인재상은...“성실함”

다음 책임감(14.6%)·약속(13.7%)·경험10.3% 등 순



아르바이트 고용주들이 이력서를 검토할 때 가장 선호하는 키워드로는 '성실함'이 뽑혔다.

알바전국이 기업회원을 대상으로 실시한 설문조사 및 이력서 빅데이터 분석 결과에 따르면 아르바이트(알바) 고용주들을 대상으로 알바생 채용이 가장 선호하는 아르바이트 서류 전형 유형을 묻자 '온라인 이력서'(52.3%)가 1위를 차지했다. 다른 답변으로는 ▲전화 지원(18.6%) ▲방문 지원(13.9%) ▲문자 지원(12.7%) 등이 있었다.

온라인 이력서를 선호하는 이유로는 ▲지원자와 관련한 모든 정보를

한 눈에 파악할 수 있어서(30.0%) ▲면접 진행 시 지원자의 다양한 정보를 참고하기 쉬워서(21.4%) ▲여러 명의 지원자들을 관리하기 수월해서(20.0%) 등으로 답해 지원자들의 정보 취합 및 관리와 관련한 요인이 대부분을 차지했다. ▲원하는 조건에 알바생을 선별하기 편해서(14.2%) ▲원하는 시간에 확인 후 회신할 수 있어서(12.8%) 등의 답변도 있었다.

아르바이트 이력서를 검토하면서 가장 주의 깊게 살펴보는 항목으로는 ▲자기소개란(21.6%) ▲경력(20.6%) ▲지역, 직종, 기간, 요일 등 희망 근무

조건(15.4%) ▲거주지(12.8%) ▲연령(12.8%) ▲취업우대사항(3.6%) ▲이력서 제목(3.6%) 등으로 답했다.

또 아르바이트 고용주의 56.9%는 이력서를 검토하면서 특별히 선호하는 키워드, 즉 원하는 아르바이트 인재상이 있다고 답했다.

지난해 기준 알바전국에 등록된 이력서 중 알바생들이 많이 작성한 키워드 상위 15개 가운데 알바 고용주들이 가장 선호하는 키워드를 고르자 결과 '성실함'(18.9%)이 1위를 기록했다. 다음은 ▲책임감(14.6%) ▲약속(13.7%) ▲경험(10.3%) ▲공정(7.7%) ▲신뢰(6.9%) ▲밝은(5.1%) ▲열정(3.4%) ▲최선(3.4%) ▲노력(2.5%) 순이었다.

반면에 알바생들이 가장 많이 작성한 키워드는 '최선'(34만1790건)으로 고용주들이 선호하는 인재상과는 다소 차이가 있었다.

이 ▲경력(33만870건) ▲성장(32만252건) ▲성실(24만6263건) ▲노력(24만1440건) ▲적극적(20만689건) ▲다양한(16만9417건) ▲도전(15만6703건) 등의 순이었다.

알바전국 관계자는 "엔택트 시대가 도래하면서 온라인 이력서 지원부터 화상면접까지 비대면 구인구직이 활발하게 이뤄지고 있다"며 "특히 온라인 이력서 상에서 사장님들의 선호도가 높은 키워드를 활용해 본인의 강점을 어필한다면 구직 성공률을 높이는 데 도움이 될 것"이라고 전했다.

김민정기자

'출시 1년' 카카오쇼핑라이브, 방송당 평균 거래액 1억

'카카오쇼핑라이브'가 지난해 5월 시범 서비스로 첫 선을 보인 지 1년 만에 방송당 평균 거래액이 1억 원을 기록했다.

23일 카카오커머스에 따르면 카카오쇼핑라이브는 출시 1년 만에 누적 시청자 수 5000만 명을 돌파했다. 평균 시청 횟수는 14만 회, 방송당 브랜드 평균 거래액은 1억 원을 기록했다.

카카오커머스는 "전 국민이 사용할 정도로 영향력이 큰 카카오톡 내

에서 서비스되는 데다 자체 스튜디오를 설립해 퀄리티 높은 방송을 선보이는 등 차별화된 콘텐츠를 고객들에게 제공하고 있기 때문"이라며 "지난 3월 카카오커머스가 카카오톡 별도 탭을 통해 서비스를 시작한 '카카오쇼핑' 내 카카오쇼핑라이브가 배치돼 이용자 접근성을 확대한 것도 방송 효율 증감의 한 요인"이라고 분석했다.

현재 하루 최대 5회인 카카오쇼핑라이브 방송 횟수가 향후 지속적으로

늘어날 예정인 만큼 성장세는 더욱 뚜렷해질 것으로 회사 측은 내다봤다.

카카오쇼핑라이브는 고객의 사람에게 보답하기 위해 24일부터 30일까지 일주일간 카카오페이와 손잡고 카카오페이를 통해 라이브 커머스 상품을 구매한 고객에 한해 특별한 혜택을 제공하는 '쇼-프라이즈 워크'를 진행한다.

라이브 커머스는 25일부터 30일까지 뷰티·패션·숙박·가전·식품·리빙을 주제로 진행된다.