

# 국세수입 2년 연속 주는데...정부사업 지장 없나

1~7월 국세수입 217.6조...전년비 43.4조 ↓  
대기업 등 세금 77.1조 ↓...감면율 역대 최고

2년 연속으로 국세수입이 줄어들면서 내년도 정부 사업에도 빨간불이 들어올 전망이다. 기획재정부가 발표한 '7월 국세수입 현황'에 따르면 1~7월 누계 국세수입은 217조 6000억원으로 전년(261조)보다 43조 4000억원(-16.6%) 줄었다. 7월까지 세수진도율은 54.3%로 지난해(65.9%)와 비교하면 11.6%포인트(p) 낮다. 올해 건어야 할 세금 중 54.3%만 걷혔다는 의미다. 최근 5년 평균(64.8%)과 비교하더라도 10.5%p 낮은 것으로 격차는 점점 벌어지고 있다. 세목별로 보면 법인세 감소폭이 두드러졌다. 7월까지 법인세는 48조 5000억원 걸려 1년 전(65조 6000억원)과 비교해 17조 1000억

원(-26.1%) 대폭 줄었다. 지난해 기업 영업이익 감소와 중간예납 기납부세액 증가 등이 반영된 결과로 연간 세수 356조원으로 예상된다. 법인세 최고세율 인하 등 지난해와 올해 세법개정안이 내년부터 본격 반영되면서 세수 가뭄이 내년에도 이어질 전망이다. 내년 정부가 기업과 개인에게 깎아주는 세금인 국세감면액은 대기업 감면액 증가세가 두드러지면서 올해보다 무려 7조 6000억원 확대된 77조 1000억원을 기록할 전망이다. 이에 따라 내년 국세감면율은 16.3%로 역대 최대폭을 기록할 전망이다. 국세감면율 법정한도(14.0%)를 2.3%p 넘게 된다. 이에 따라 '2024년 국세수입 예산안'에는 내년 국세수입은 올해(400조 5000억원)보다

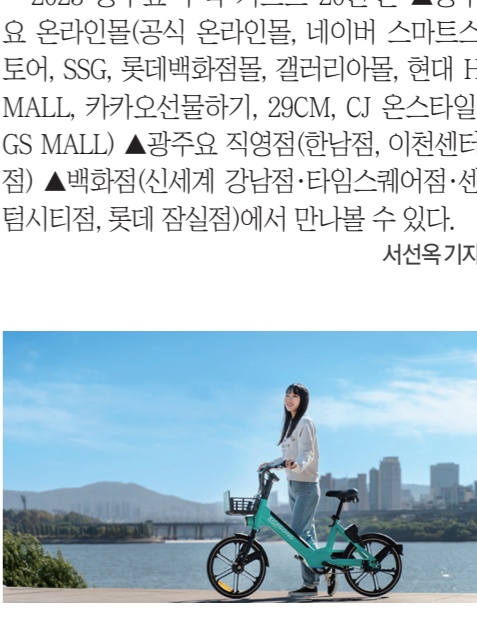
33조 1000억원(8.3%) 감소한 367조 4000억원으로 예측됐다. 세수가 2년 연속 감소하는 것이다. 경제 회복이 더뎠을 경우 세수는 더욱 안좋아질 수 있다. 한국은행 경제전망을 보면 한은은 작년 8월 2023년 우리나라 성장률 전망치를 2.1%로 잡았으나, 같은 해 11월 1.7%, 올해 2월 1.6%, 5월과 8월 1.4%로 낮춰잡았다. 2024년 성장률 전망치도 지난 2월 2.4% 5월 2.3% 8월 2.2%로 점차 낮추고 있다. 내년 성장률이 더 낮아질 경우 정부 세수추계가 또 다시 틀릴 수 있을 것이라는 우려가 이미 나오는 상황이다. 석병훈 이화여대 경제학과 교수는 "감세를 많이 한데다가, 중국 경제가 침체되면서 내년 성장률이 위험한 상황"이라며 "한은이 성장률을 2.2%로 예상하고 있는데 계속 낮추고 있는 만큼 내년 성장률이 2% 밑돌 가능성이 크다"고 말했다. 이어 "2%에 미치지 못한다는 것은 경기 둔화 내지 침체인데 세수도 기재부에서 예상한 것보다 적게 들어올 것으로 보인다"며

"2.8%라도 늘리는 것은 적자국채를 발행하더라도 쉽지 않은 상황"이라고 지적했다. 이 가운데 정부는 총선을 겨냥해 사회간접자본(SOC) 예산과 노인리자리 예산 등을 확대했다. 내년 SOC 관련 예산은 26조 1000억원으로 올해(25원) 대비 4.6% 증가했다. 전체 총지출 증가율(2.8%)을 상회했다. 노인일자리도 내년 첫 100만명을 돌파하면서 관련 예산은 22조 8000억원으로 늘어났다. 내년 예산에서 의무지출은 올해보다 7조 9000억원 증가한 348조 2000억원, 재량지출은 10조 3000억원 늘어난 308조 7000억원이다. 고령화·저출산 등으로 인한 복지분야 범정부지출, 국제이자 등 정부가 의무적으로 지출해야 하는 의무지출이 53.0% 전체 예산을 절반 이상 상회하는 상황에서 정부 직접 사업 지출에 대한 우려가 제기된다. 정세은 충남대 경제학과 교수는 "내년 세수가 예상보다 덜 걷힐 경우 정부 사업 재정 집행이 원활할지 않을 수 있다"고 지적했다. **변용일기자**



## 광주요, '추석 기프트 20선' 최대 50% 할인 판매 실시

도자 브랜드 광주요가 추석 명절을 앞두고 1일부터 27일까지 '2023 광주요 추석 기프트 20선'을 선보인다. 최대 50% 할인된 가격으로 만나볼 수 있다. 3일 광주요에 따르면 이번 추석 기프트는 한상차림이 가능한 홈세트 제품부터 간편 쓰기까지 다양하게 구성돼 있다. 상품 구성은 광주요의 베스트셀러인 소리잔과 머그, 여유로운 티타임을 위한 커피잔, 다관, 주머니 세트 외에도 실속 있는 2인 선물 세트다. 특히 미각시리즈 설백 복주머니형 다관 세트는 광주요 선물세트 중 가장 인기 있는 제품이다. 복주머니형 디자인의 다관에 24개의 각으로 둘러싸인 찻잔이 안정감을 준다. 백합시리즈 내열냄비 17, 미각시리즈 설백 내열냄비 18은 가스레인지, 하이라이트 모두 사용 가능한 제품이다. '2023 광주요 추석 기프트 20선'은 ▲광주요 온라인몰(공식 온라인몰, 네이버 스마트스토어, SSG, 롯데백화점, 갤러리아몰, 현대 H MALL, 카카오택배, 29CM, CJ 온스타일, GS MALL) ▲광주요 직영점(한남점, 이천센터점) ▲백화점(신세계 강남점·타임스퀘어점·센텀시티점, 롯데 잠실점)에서 만나볼 수 있다. **서선옥기자**



## '대중교통 요금 인상' "전기자전거 잘 나가"

대중교통 요금이 줄줄이 인상되면서 이를 대체할 이동수단에 대한 수요가 늘고 있는 가운데, 전기자전거 시장도 빠르게 성장하고 있다. 도심 주행에 특화된 라이프스타일 전기자전거의 판매량이 증가하는 가운데, 공유 모빌리티 서비스에서도 전기자전거를 찾는 이들이 늘고 있다. 3일 삼천리자전거에 따르면 지난해 삼천리자전거의 전기자전거 매출은 2019년 대비 3배 이상 증가했다. 특히 라이프스타일 전기자전거는 도심 주행에 특화된 전기자전거로 출퇴근이나 장보기, 주말 나들이 등에 적합해 입소문을 타며, 올 상반기 판매량이 전년 동기 대비 10% 이상 성장했다. 삼천리자전거는 수요에 부응해 올해 라이프스타일 전기자전거 제품을 14종으로 늘리고, 운전면허나 헬멧 없이도 간편하게 이용 가능한 'PAS 전용 전기자전거' 라인업을 확대 출시하는 등 소비 트렌드에 맞춘 상품들을 선보이고 있다. 전기자전거의 인기는 공유 퍼스널 모빌리티 시장에서도 확인할 수 있다. 공유 서비스 '킥고잉'을 운영하는 울룰로는 지난해 7월 전기자전거 서비스를 선보인 이후 신규 가입자가 크게 증가했다고 밝혔다. 또한 자전거 1대당 평균 이용 횟수가 전년 대비 5배 가까이 늘어나며, 전기자전거 서비스 이용자가 빠르게 증가하고 있는 것으로 나타났다. 울룰로는 이용자 증가에 발맞춰 '청소년 할인 요금제', '잠금해제 요금제'를 비롯한 다양한 프로모션을 잇달아 선보이고 있다. **뉴스시**

## "늦강스족 잡아라"...항공업계, 9월 알토란 이벤트 '눈길'

여름휴가~추석전 비수기 겨냥한 프로모션으로 매출 극대화

역대급 타임세일

### 기타큐슈 항공권 선착순 50% 할인

월~금 오후 3시, 잊지 마세요!

고물가의 여름 성수기를 피해 항공권이 상대적으로 저렴한 비수기(9월)에 여행을 떠나려는 '늦강스족'이 늘고 있다. 이에 항공업계에서도 늦강스족을 위한 각종 할인 프로모션을 전개하고 있다. 여름 휴가 시즌이 끝나고 9월 추석 연휴가 시작되기 전까지 여행객들이 급감하는 9월에 저렴한 항공권을 선보이며 매출 성장세를 이어간다는 계획이다. 2일 항공업계에 따르면 진에어는 늦강스족을 위한 기타큐슈 타임세일을 8일까지 진행한다. 진에어는 평일 오후 3시마다 인천-기타큐

슈 노선 왕복 항공운임 50% 할인코드를 공개한다. 탑승 기간은 9월 1일부터 12월 20일까지다. 기타큐슈 항공권 구매 고객에겐 추첨을 통해 베프·유후인 원스톱 버스타우 이용권도 증정한다. 이 버스타우는 기타큐슈 공항에서 베프와 유후인으로 직행하는 전세버스와 기타큐슈 시내 호텔 1박을 함께 이용할 수 있다. 티웨이항공은 오는 10일까지 마리아나관광청과 함께 사이판 노선 여행객을 위한 프로모션을 실시한다. 프로모션을 통해 인천-사이판 노선을 1인 편도총액 14만 4200원부터 판매한



## 이스타항공, 3년 6개월만 국제선 상업 비행 재개

이스타항공이 지난 2일 김포-타이베이 노선을 시작으로 3년 6개월 만에 국제선 상업 비행을 재개했다고 3일 밝혔다. 이스타항공의 첫 국제선 상업편은 김포공항을 출발해 대만 송산공항으로 향하는 ZE887편으로 운항과 객실 등 6명의 승무원과 184명의 승객을 태우고 오전 11시 43분 김포공항을 이륙했다. 이 항공편은 이륙 약 2시간 10분 후인 현지 시각 오후 12시 55분 대만 송산공항에 도착했다. 이날 송산공항에서는 작별 후 계류장으로 들어오는 항공기에 물대포를 쏘며 첫 운항을 환영했다. **유유나기자**



## GM, 쉐보레 이달부터 '온라인 판매' 개시

제너럴 모터스(GM)는 국내 고객들의 차량 구매 편의성과 접근성을 높이기 위해 9월부터 온라인 판매 모델 라인업에 쉐보레 콜로라도와 트레버스를 추가한다고 3일 밝혔다. GM은 2021년 5월 쉐보레 더 뉴 카마로SS의 온라인 시범 판매를 진행한 후 온라인 판매 전용 모델인 쉐보레 볼트 EV와 볼트 EUV, 온라인·오프라인 병행 판매 모델인 쉐보레 타호와 GMC 시에라 등을 선보였다. 9월부터는 온라인 판매 모델로 쉐보레 콜로라도와 트레버스를 추가한다. 두 모델은 쉐보레 판매 네트워크를 통한 오프라인 구매도 가능하다. 온라인 구매를 원하는 고객은 쉐보레 온라인샵과 GMC 온라인샵을 방문하면 된다. 차량 견적부터 결제, 탁송까지 전시장을 방문하지 않고도 편리하게 차량을 구매할 수 있다. **뉴스시**

## "스크래치 확 줄인 주방용품"...혁신소재 개발한 '이 기업'

### 'WMF 크로마간' 소재 주방용품에 최초 적용 스크래치에 강한 크로마간 프로젝트 개발도

주방용품은 소재에 따라 용품의 수명이나 미적 가치, 소비자의 건강에도 영향을 미칠 수 있어 주방용품을 구성하는 요소 중 가장 중요한 부분으로 꼽힌다. 이를 위해 혁신 소재를 직접 개발해오고 있는 기업이 있어 눈길을 끈다. 2일 업계에 따르면 독일 프리미엄 주방용품 WMF는 지난 170년 간의 연구개발로 주방용품에 쓰이는 혁신 소재를 직접 개발해오고 있다. 주방용품 업계에서 소재를 자체 개발하는 것은 이례적 행보로 평가된다. WMF는 지난 1853년 창립자 다니엘 스트라우브가 금속 공장을 설립해 은을 가공한 식기로 런던 세계 박람회에서 우수 구리 그릇과 은 도금 제품 부문을 수상한 것을 시작으로, 자체 유리 공예 기법을 통해 트코어러 크리스탈을 개발하는 등 다양한 소재에 대한 숙련된 가공 기술력을 발전시켜 왔다. 또한 1893년부터 은도금 컷러리 생산에 돌입, 1894년에는 켈비노플라스티 미술 협회를 인수하며 금속 제품을 가공한 주방용품은 물론, 기념품 및 정원 장식품 등을 포함한 대규모 조각품까지 패러다임을 넓혀왔다. 이러한 연장선에서 WMF는 'WMF 크로마

간'이라는 소재를 주방용품 최초로 적용했다. WMF 크로마간은 1927년 세계 3대 철강 회사에서 공급받는 최고급 품질의 철강을 사용한 18/10 스테인리스 소재에 WMF만의 기술을 입혀 개발했다. 크롬 18%, 니켈 10%, 스틸 72%로 이뤄져 은에 가장 가까운 질감을 내며, 부식이 없고 산에 강해 장기간 사용해도 변치 않는 광택을 발휘한다. WMF 크로마간은 현재까지도 WMF에서 프리미엄 라인을 구성하고 있다. WMF는 20~30개 공정을 거쳐 스크래치에 더욱 강한 크로마간 프로젝트를 개발해 컷러리에 주로 사용하고 있다. 스테인리스 스틸을 1000도 이상의 초고온에서 가열, 경도가 3배 높은 특수 소재로 제련돼 스크래치와 사용 흔적이 뛰어난 저항성을 보이는 것이 특징이다. 끊임없는 혁신 소재 개발은 지난 2019년 선보인 신소재 퓨전테크로 이어진다. 퓨전테크는 석영, 장석 등 20여가지가 넘는 천연 미네랄 원재료를 1300도의 고온에서 녹인 뒤 강철 몸체에 입히고, 또 한 번 860도 고온에서 열처리하며 하부 강철 몸체가 하나로 결합되도록 해

170 YEARS OF GERMAN INNOVATION

170년간 이어온 독일의 혁신, WMF

외부 충격에 강하고, 코팅처럼 벗겨지거나 분리되지 않는 것이 특징이다. **뉴스시**