

고금리·역전세·전세 사기에...경매로 넘어가는 빌라들

서울 빌라 경매 진행건수 월별 1000건대 수요 낮아 유찰 거듭...경매 물건만 쌓여 고금리·역전세에 빌라 임의경매도 증가 “전세가율 높고, 수요 낮은 곳 경매행 늘 것”

올해 들어서도 경매로 넘어가는 다세대·연립주택(빌라)이 늘고 있다. 고금리와 역전세로 보증금을 반환하지 못한 집주인이 늘고 있는 가운데 전세사기 피해를 입은 임차인들이 경매를 신청한 물건도 쌓이고 있다. 7일 경·공매 데이터 전문기업 지지옥션에 따르면 서울 빌라 경매 진행건수는 지난해

하반기부터 증가세다. 서울 빌라 경매 진행건수는 지난 2022년 월 평균 449건이었지만 2023년에는 월 평균 945건으로 2배 이상 늘었다. 지난해 8월에는 경매 진행 건수가 1095건으로 처음으로 1000건대를 돌파했다. 올해도 ▲1월 1290건 ▲2월 1182건 ▲3월 1048건 등으로 매월 1000건대를 기록하고 있다.

경매로 넘어오는 빌라는 늘고 있지만 유찰이 거듭되면서 낙찰률은 여전히 10% 초반대에 머물고 있다. 경매가 진행된 빌라 10채 중 한 채만 겨우 낙찰된다는 의미다. 올해 1월 서울 빌라 낙찰률은 14.9%를 기록했고 2월에는 9.8%로 떨어졌다. 3월에도 13.6%에 그쳤다. 올해 전세사기 피해로 경매에 부쳐진 빌라(오피스텔 포함)도 1만건을 넘어섰다. 지지옥션에 따르면 1~3월 전세사기 피해로 경매가 진행된 전국 주거용 빌라·오피스텔은 1만1951건으로 집계됐다. 낙찰률은 18.4%, 낙찰가율(감정가 대비 낙찰가 비율)은 63.9%에 그쳤다. 업계 관계자는 “매매나 임대차 시장에서 빌라가 외면받고 있다 보니 경매 시장에서도 수요가 적은 편”이라며 “저렴한 가격에

빌라를 낙찰받아도 대항력 있는 임차인이 있다면 보증금을 돌려줘야 하기 때문에 유찰을 거듭하는 물건도 많다”고 밝혔다. 최근에는 집주인이 고금리와 역전세로 세입자에게 보증금을 반환하지 못해 경매로 넘어오는 빌라도 많다. 우리은행 자산관리컨설팅센터 분석에 따르면 담보권 실행을 목적으로 한 빌라 임의경매 건수가 늘고 있는 것으로 나타났다. 임의경매란 채무자가 채무를 이행하지 않을 때 근저당권 또는 전세권 등의 담보권을 가진 채권자가 담보권을 행사해 담보의 목적물을 경매로 매각한 다음 그 매각대금에서 채권을 회수하는 강제집행 절차를 말한다. 부채나 이자를 감당하지 못했거나 전세금 반환에 실패한 빌라 임대인의 물건이 경매에 부쳐지고 있는 셈이다.

법원에 따르면 서울의 빌라 임의경매 건수는 2022년 667건에서 2023년 818건으로 22.6% 상승한데 이어 올해 2월 현재 192건을 기록 중이다. 특히 빌라가 밀집한 강서구의 임의경매 건수는 2023년 140건으로 서울 25개 자치구 중 가장 높은 경매 건수를 기록했다. 함영진 우리은행 부동산리서치팀장은 “서울 입주 물량이 지난해와 비교해 줄면서 전셋값 오름세와 저가 급매물에 대한 매입 수요가 일부 유입되고 있는 아파트 시장과 달리, 빌라 시장은 수요 회복에 고전을 면치 못하고 있다”고 설명했다. 이어 “당분간 전세가율이 높고, 매입수요 유입이 더딘 지역 위주로 다세대·연립주택의 경매진행 건수는 좀 더 늘어날 전망”이라고 밝혔다. 김승권기자

“빅모델 효과 좋네”...손흥민·이효리·임영웅 덕에 매출 ‘쑥’

이효리 앞세운 휴롬, 1분기 온라인 매출 310% 급증



업체들이 거액을 투자해 유명인들을 모델로 쓰는 이유는 간단하다. 무조건 성공한다는 보장은 없지만, 예나 지금이나 매출 증대와 인지도 향상을 위한 가장 빠른 방법으로 통하기 때문이다. 7일 업계에 따르면 전자제품 제조업체 휴롬은 ‘빅 모델’인 가수 이효리의 기용으로 큰 재미를 봤다. 지난해 12월 이효리와 손을 잡은 휴롬은 올해 1분기 국내 매출이 전년동기 대비 90% 증가했다. 같은 기간 온라인 매출은 전년동기 대비 310%나 급증했다. 이효리가 출연한 ‘날것 캠페인’ 광고가 TV와 온라인에 송출된 후 온라인 채널 매출이 4배 이상 성장했다는게 회사 측의 분석이다. 3개월 전 구독자 5270명의 휴롬 유튜브 채널에 게재된 30초짜리 ‘날 건강하게 해주는 것’이라는 영상은 현재 조회수 217만회를 넘겼다.

휴롬 전체 영상 중 단연 1위다. 광고에 등장한 ‘이효리 착즙기’ H410은 H400과 함께 올해 1분기 착즙기 판매 비중 80% 이상을 차지하며 국내 매출을 견인했다. 휴롬이 소비자 데이터 플랫폼 오픈서베이를 통해 30대에서 60대 이상 1000명을 대상으로 ‘날것 캠페인’ 광고 전후의 인식 변화를 조사한 결과, 이효리가 휴롬의 광고모델로 어울린다고 응답이 전체의 73%에 달했다. 메가MGC커피(메가커피) 운영사인 엔하우스는 자사 모델인 손흥민 효과를 톡톡히 누렸다. 손흥민은 2022년 8월부터 메가커피의 얼굴이 됐다. 아시아를 넘어 세계 최고 축구선수 중 한 명으로 꼽히는 손흥민과 저가커피점인 메가커피의 만남은 업계에 신선한 충격을 던져줬다. 과감했던 메가커피의 선택은 대장 확장 전

략 적중 및 고물가로 저가커피에 눈을 돌리는 흐름과 맞물려 대성공으로 귀결되는 분위기다. 금융감독원 전자공시시스템에 따르면 엔하우스의 지난해 매출액은 3684억원으로 2022년 1748억원에서 110.72% 뛰었다. 영업이익 역시 약 694억원으로 2022년 약 310억원보다 124.12%나 늘었다. 중견기업 쿠팡은 ‘피겨여왕’ 김연아로 인지도를 크게 끌어올렸다. 쿠팡과 제일기획이 김연아를 필두로 제작한 광고 ‘쿠팡 브레인(brain)’은 ‘2024 소비자가 뽑은 좋은 광고상’에서 TV 방송 부문을 수상했다. 밥술이 사람처럼 행동하고 생각하는 모습과 김연아의 능청스러운 연기는 소비자로부터 호평을 이끌어내기에 충분했다. 지난해 8월 처음 광고가 방영된 후 브레인 밥술의 판매량은 전월 대비 약 262%가 증가했고, 매출은 약 3.5배 상승했다. ‘믿고 듣는’ 가수 임영웅은 기업들이 ‘믿고 쓰는’ 모델이다. ‘임영웅 발탁=대박’이라는 공식이 결코 과장이라고 보기 어려울 정도로 임영웅은 술한 빅 모델들 사이에서도 최고 주가를 자랑한다. 정수기 렌탈 업체 청호나이스는 발 빠르게 임영웅을 잡아 대박을 터뜨린 경우다. 청호나이스는 2020년 3월 트로트 서바이벌 오디션 프로그램 ‘미스터트롯’에서 임영웅이 우승을 차지하자 한 달 뒤인 그해 4월 그와 전속모델 계약을 체결했다. 청호나이스는 2020년과 2021년 역대 최대 실적을 올리며 아깝지 않은 투자였음을 입증했다. 이슬비기자



삼성전자, 일체형 PC ‘올인원 프로’ 출시

삼성전자는 일체형 PC ‘삼성 올인원 프로(Pro)’를 8일 삼성닷컴에서 공개하고, 구매 사전 알림 신청을 진행한다고 7일 밝혔다. 본격적인 판매는 22일부터 시작한다. 삼성 올인원 프로는 울트라 슬림 디자인에 6.5mm 두께의 얇은 스탠드를 적용해, 공간을 더 넓게 활용할 수 있다는 것이 특징이다. 메탈 소재를 활용한 고급스러운 그레이 색상이 본체, 무선 키보드, 마우스에 적용돼 일체감 있는 디자인이 특징이다. 최신 인텔 코어 울트라 프로세서는 보다 강력한 퍼포먼스를 제공한다. 전작 대비 약 13% 넓어진 68.6cm의 4K 디스플레이와 돌비 애트모스의 3D 사운드 스피커는 게임이나 영상 몰

입도를 더 높여준다. 무선키보드의 ‘코파일럿 키’는 마이크로소프트의 AI 서비스 ‘코파일럿’을 즉시 실행해 문서 요약, 이미지 생성 등 다양한 인공지능(AI) 기능을 쉽고 빠르게 사용할 수 있다. 이번 신제품은 갤럭시 제품과의 연결도 잘 된다. 갤럭시 스마트폰과 연결하면, 스마트폰의 고화질 카메라를 PC 웹캠으로 사용할 수 있다. 마이크로소프트의 AI서비스 ‘코파일럿’을 활용하면, 간단한 채팅 명령을 통해 PC와 연결된 갤럭시 스마트폰에서 메시지를 보낼 수 있다. 삼성 올인원 프로 가격은 199만원부터 시작한다. 뉴스시스

‘아사히 왕뚜껑’ 흥행 대박에 2탄까지



일본산 제품 불매운동인 ‘노재팬’의 대표 품목이었던 일본 맥주가 국내에서 수입 맥주 1위 자리를 탈환하며 ‘예스(YES)재팬’의 선두주자로 자리잡았다. 일본산 맥주 수입액은 불매운동 후 급감했으나 지난해 700억원을 웃돌며 전년 대비 300% 가까이 증가했다. 6일 대한민국 관세청 무역통계시스템에 따르면 지난해 일본 맥주 수입액은 5551만6000달러(한화 약 751억원)로 전년 대비 283.3% 급증했다. 이는 2018년 이후 5년 만에 1위를 차지한 것이다. 업계에선 롯데아사히주류가 지난해 5월부터 국내에 판매하기 시작한 ‘아사히 슈퍼 드라이 생맥주캔(아사히 생맥주캔)’의 인기가 일본 맥주 침체를 반전시켰다는 평가가 지배적이다. 아사히 생맥주캔은 2017년부터 약 4년간 연구 끝에 만든 제품으로, 캔 상부 뚜껑 전체를

벗기면 거품이 올라와 잔에 담긴 생맥주처럼 마실 수 있는 것이 특징이다. 때문에 이른바 ‘왕뚜껑 캔맥주’로도 불린다. 당시 국내에선 미발매 상품임에도 많은 사회관계망서비스(SNS)에서 언급되며 출시 요청이 쇄도했다. 이에 롯데아사히주류는 340ml 제품을 국내 시장에 출시했다. 아사히 생맥주캔은 코스트코와 롯데마트 등 미리 판매를 시작한 점포에서 품절 사태가 이어졌다. 아사히 생맥주캔 등이 인기를 끌자 편의점 내 일본 맥주 수요도 늘었다. 한 편의점에선 올해 1분기(1월 1일~3월 27일) 일본 맥주 매출이 전년 동기 대비 193.5% 늘었다. 노재팬이 불거졌던 2019년과 비교했을 때 260.3% 증가한 액수다. 최근 슈퍼 엔저 여파로 일본 맥주 직구 사례가 늘었을 것이란 분석도 제기된다. 외환시장 등에 따르면 일본 엔화 가치는 최근 34년 만에 최저 수준으로 떨어졌다. 엔·달러 환율은 지난해 27일 장중 151.97엔까지 올랐다. 1990년 7월 이후 최저 수준이다. 롯데아사히주류는 일본 맥주 품목을 다양화하며 국내 시장에서 영향력을 키워고 있다. 올해 3월엔 아사히 생맥주캔의 두번째 시리즈 ‘아사히 쇼쿠사이’를 국내 시장에 출시했다. 지난달엔 오키나와 드래프트 맥주 ‘오리온 더드래프트’를 공개했다. 오키나와산 보리와 오키나와 북부의 물로 만든 맥주로, 타 제품 대비 숙성기간이 1.2배 길고 맛이 깊은 것이 특징이다. 변용일기자

고용시장 석 달 연속 혼풍불까...청년 취업률도 주목

수출 증가에 3달 연속 30만명대 취업자수 유지 관심 ↑

올 들어 두 달 연속 30만명대 증가를 기록한 취업자 수가 3월에도 유지될 지 주목된다. 3월 수출이 반도체·디스플레이 등 정보통신(IT) 품목을 중심으로 6개월 연속 증가세를 이어간 만큼 고용 시장도 양호한 흐름을 보일 수 있다는 전망이 우세하다. 6일 기획재정부에 따르면 통계청은 오는 12일 2024년 3월 고용동향을 발표한다. 2월 기준 취업자 수는 전년동월대비 33만명 가까이 증가하며 두 달 연속 30만명대 증가세를 이어가며 경기 반등에 대한 기대감을 높였다. 2월 전체 고용률은 61.6%로 1982년 7월 관련 통계가 작성된 이래 같은 달 기준으로 역대 최대치를 보였다. 제조업과 서비스업, 정보통신업과 전문과학기술업 등에서 고용이 늘어났다. 제조업의 경우 2월 3만8000명 늘며 2022년 12월 이후 최대 증가폭을 기록했으며 3개월 연속 고용 증가세를 보였다. 이를 종합적으로 고려할 때 3월에도 수출 경기 회복에 따른 취업자 수 증가세를 보일 수 있다는 관측이 나온다. 40대와 20대 취업자 수가 반등할 지 여부

도 주목된다. 2월 취업자수는 사회 초년생과 경제 허리층인 20대와 40대 취업자가 감소했고 빈 일자리 대부분을 60대 이상이 채우는 일자리 양극화 현상이 지속됐다. 청년 고용은 2022년 10월 이후 16개월 연속 내리막길을 걷고 있다. 대학을 졸업한 청년들은 대기업을 선호하는데 실제 존재하는 대부분의 일자리가 중소기업에서 나오다보니 청년층의 취업자 수 감소가 지속되고 있다고 볼 여지가 많다. 3월에도 양질의 일자리 창출이 쉽지 않은 만큼 취업자 증가폭은 둔화세를 유지할 가능성이 높다는 의견이다. 이를 해결하기 위해선 민간 기업을 중심으로 한 양질의 일자리 창출이 시급하다는 진단이다. 앞선 11일에는 2022년 기준 장래인구추계를 반영한 내·외국인 인구전망(2022~2042년)이 공개된다. 2022년 기준 장래인구추계 총인구를 내·외국인과 이주배경인구로 세분화해 인구 규모와 구조, 부양비 등 인구지표를 발표한다는 계획이다. 정부는 내·외국인 인구전망을 기반으로 인구구조 변화 가속화, 이민정책 환경변화 등 인구정책 패러다임 전환에 맞는 다문화

가족, 외국인 정책 등을 수립한다는 구상이다. 내·외국인 인구전망으로 경제활동인구 변화 등도 짐작할 수 있다. 통계청이 지난해 말 발간한 장래인구추계(2022~2072년)에 따르면 우리나라 출산율은 지속적으로 감소세를 보일 것으로 예상했다. 통계청은 2022년 3674만명이었던 생산연령인구(15~64세)가 2072년 1658만명까지 절반 이상 감소할 수 있다고 내다봤다. 인구감소는 경제활동인구의 감소로 이어지고 결국 모자란 인력을 외국인이 채울 수 있다는 관측이다. 같은 날 기재부는 월간 재정동향 4월호를 발표한다. 3월 재정동향에 따르면 올해 1월 국제수입은 취업자 수 증가와 소비 증가에 힘입어 전년 대비 6조원 가량 증가했다. 나라살림을 보여주는 관리재정수지는 8조3000억원 흑자를 기록했다. 1월엔 통상적으로 부가세 수입으로 잡히며 흑자를 기록하는 경우가 많은데 2월에는 적자로 돌아서는 경우가 많았다. 올해도 이런 흐름을 반복할지 아니면 다른 모습을 보일지 관심이 쏠린다. 서선욱기자