美 악재… 코스피 37P↓

외국인 7거래일째 "팔자"

원·달러 환율 연중 최저

국내 증시와 원·달러 환율이 동시에 급락한 5일 서울 명동 외환은행 본점 직원들이 코스피 및 환율그래프를 모니터 하고 있다.

5일 코스피지수가 추석 연휴 기간 미국 뉴욕증시의 약세 여파로 큰 폭의 조정을 받으며 1,600선을 간신히 지켰다.

원·달러 환율은 연중 최저치를 다시 갈아치우며 1,170원대 초반으로 하락했다.

코스피지수는 전 거래일보다 37.73포인트(2.29%) 급락한 1,606.90을 기록하면서 9월 초 수준으로 되돌아갔다.

코스피지수는 22.53포인트(1.37%) 내린 1,622.10으로 출발해 외국인의 매도 강화로 장중 1,603.71까지 하락하며 1,600선을 위협받기도 했다.

코스닥지수도 4.72포인트(0.94%) 내린 497.83을 기록하며 500선을 내줬다. 코스닥지수가 종가기준으로 500선을 밑돈 것은 497.89를 기록한 7월23일 이후 약 두달 만에 처음이다.

미국 뉴욕증시가 지난주 말 26년 만에 최고치를 기록한 실업률과 5개월 만에 감소한 공장주문 등의 여파로 나흘째 하락세를 기록하면서 국내 증시의 투자심리를 위축시켰다. 유가증권시장에서 외국인 투자자가 3천681억원의 순매도를 기록하며 7거래일째 '팔자'를 계속한 것도 주가 하락을 부채질 했다.

서울 외환시장에서 원·달러 환율은 4.6원 내린 1,173.70원에 거래를 마쳐 연중 최저치를 경신했다.

환율은 1.30원 내린 1,177.00원으로 출발해 오전 중 1,169.10원까지 하락하기도 했다.

시장 참가자들은 글로벌 달러 약세와 역외환율 하락 등을 반영해 환율이 내림세로 시작해 역외세력과 국내 은행권의 매도세가 이어지면서 하락폭을 키운 것으로 분석했다.

전문가들은 국내 증시의 경우 올해 상승을 주도했던 외국인들의 매수세 둔화와 기업실적 둔화 우려로 당분간 조정이 불가피 할 것으로 보고 있으며, 원·달러 환율도 달러가치 약세 기조가 계속될 것으로 보여 하락세를 지속할 것으로 전망하고 있다.

/장필수기자 bungy@kwangju.co.kr

광주·전남기업 10월 자금사정 '흐림'

광주·전남 기업들은 9월 중 자금사정이 전달보다 호전됐지만 10월에는 다소 어려울 것으로 전망했다.

5일 한국은행 광주전남본부가 매출액 20억원 이상 기업체 319곳을 대상으로 벌인 '2009년 9월 기업자금 사정 조사' 결과에 따르면 9월 중 자금사정 BSI(기업경기실사지수)는 91로 전달(89)보다 2포인트 상승한 것으로 나타났다.

제조업(89→91)과 비제조업(88→90) 모두 각각 2포인트씩 상승했다.

또 9월 중 자금수요 BSI는 112로 전달(110)보다 2포인트 상승했는데 제조업(107→118)은 11포인트 상승했지만 비제조업(112→105)은 7포인트 하락했다.

9월 중 자금조달 BSI는 제조업(96→99)과 비제조업(91→97)이 각각 3포인트, 6포인트 상승하면서 전달(94)보다 4포인트 상승한 98을 기록했다. 하지만, 10월 중 자금사정전망 BSI는 92로 전달(93)보다 1포인트 하락했다.

제조업(91→94)이 3포인트 상승했지만 비제조업(94→90)은 4포인트 하락했다.

기업경기실사지수(BSI)는 기준치인 100을 기준으로 그 이상이면 긍정응답 업체 수가 부정응답 업체 수보다 많음을, 100 이하면 그 반대임을 나타낸다.

/장필수기자 bungy@kwangju.co.kr

지역명품을 세계명품으로

창사 57주년 광주일보 캠페인

국가별 맞춤형 입맛에 수출 '술술'

18 OB맥주

광주공장 생산 카스·블루 걸·'제3맥주'

독일 등 해외 브랜드 제치고

몽골·홍콩·일본 등서 인기몰이

오비맥주 광주공장의 카스 생산라인.

오비맥주 광주공장이 지구촌 한주(韓酒) 바람을 이끌고 있다. 오비맥주 광주공장에서 만들어져 전량 수출되는 맥주가 몽골을 비롯, 홍콩과 일본 등에서 인기를 끌면서 지역 경제의 '효자' 노릇을 톡톡히 하고 있어서다.

현재 오비맥주 광주공장이 생산하는 수출용 맥주는 카스와 'Blue Girl','제3맥주'등 크게 3가지로, 이들 맥주를 비롯해 20여개국에 24개 브랜드로 팔리는 수출용 맥주가 광주 전체 주류 수출의 60%에 육박한다.

광주세관이 파악한 지난해 광주·전남 주류 수출액 4천837만4천달러 가운데 오비맥주 광주공장의 수출액이 전체의 59.1%인 2천857만4천달러를 차지한다. 올해도 광주·전남 전체 주류 수출액(4천288만8천달러)의 절반에 가까운 2천41만1천달러(47.6%)를 수출했다. 광주 뿐만 아니라 국내 맥주 수출량의 70%를 차지하고 있다는 게 오비맥주측 설명이다. 수출량도 지난 2007년 500㎖ 20병들이 469만상자에서 2008년 626만상자, 올해목표도 750만 상자로 예상되는 등 꾸준히 늘어나는 추세다.

특히 광주공장에서 생산되는 수출용 카스의 경우 몽골에서 가장 많이 팔리는 프리미엄급 맥주로 자리잡았다. 현지 가격(500㎖ 한 캔당 1천원 정도)은 일반 맥주에 비해 20% 가량 비싸지만 시장 점유율은 지난 2000년 이후 줄곧 1위다.

수출량도 지난 2007년 500㎖ 20병들이 33만상자에 이어, 올해 목표도 44만 상자로 늘려잡았다.

'Blue Girl'이라는 브랜드로 홍콩에 수출되는 맥주도 '수출 역군'노릇을 톡톡히 하고 있다. 시장 점유율 20%를 넘어서면서 해외 유명 브랜드 맥주의 마케팅 공세에도 불구, 조그만 틈도 내보이지 않고 3년째 굳건히 1위 자리를 지켜오고 있다.

일본에 수출하는 '제3맥주'도 매년 40% 이상 늘어나는 등 성장세가 가파르다. '노이벨트'나 '베르겐 브로이'등의 이름으로 팔리는 제 3맥주는 일반 맥주와 달리, 맥아 비율을 50% 미만으로 낮추고 옥수수나 콩 같은 부원료의 비율을 높였다.

맥아 비율에 따라 주세를 차등 적용하는 일본의 경우 가격은 일반 맥주에 비해 저렴한 반면, 맛과 향이 별 차이가 없다는 인식이 퍼지면서 경기 불황에 지갑이 얇아진 서민들을 중심으로 인기가 높다는 게 회사측 설명이다. 이 때문에 올해 일본 수출량도 지난 2007년 142만상자의 두배가 넘는 349만 상자에 달할 것으로 기대하고 있다.

오비맥주가 내로라하는 해외 브랜드 맥주를 제치고 각 나라에서 입지를 다지게 된 비결은 현지 소비자들이 원하는 맛을 찾아 시장을 공략했다는데 있다. 지난 1990년대 초까지 국내 시장을 석권하면서 쌓아놓았던 오비맥주의 고품질 양조 기술에 국가별 소비자의 특성을 고려한 맞춤형 제조방식으로 차별화했다는 것이다. 예컨대 몽골 수출용은 맥주 고유의 톡 쏘는 맛을 강화하고, 홍콩에서는 유럽풍의 진한 맛을 선호하는 홍콩인들의 입맛을 고려한 제조방식으로, 일본에서는 값싸고 질좋은 맥주를 찾는 시장에 맞게 발빠르게 대처한 것이 주효했다는 것.

〈블루 걸〉

〈베르겐 브로이〉

오비맥주 김기화 팀장은 "소비자들의 요구를 발빠르게 파악한 뒤 폭넓은 유통망을 확보하고 있는 현지 수입상들과의 유대를 다지면서 영업활동을 강화한 것이 수출량 확대에 도움이 됐다"고 말했다.

/김지을기자 dok2000@kwangju.co.kr