

광주·전남 집값 싸고 미분양 넘치고 내집마련 전국서 가장 쉽다

근로자, 주택 구입 부담 16개 시도 최하위

광주·전남지역 도시 근로자들의 주택(아파트) 구입 부담이 전국에서 가장 작은 것으로 나타났다.

이는 광주·전남지역 주택 가격이 상대적으로 낮기 때문으로 높은 주택 보급률 등으로 인해 타 지역에 비해 쉽게 내집을 마련할 수 있다는 것을 의미한다.

26일 한국주택금융공사에 따르면 2010년 1분기 주택구입능력지수(K-HAI·기준치 100)는 광주가 37.0, 전

남이 27.5로 전국 평균(72.6)을 크게 밑돌았다.

전남은 전국 16개 시도 가운데 가장 낮았고 광주도 6대 광역시 중 최저치를 기록했다. 이는 지난해 4분기에 비해 광주는 1.9포인트, 전남은 1.2포인트 하락한 것이다.

전국 평균도 작년 말의 77.1에 비해 4.5포인트 하락했다. 이는 2006년 말의 72.2 이후 3년3개월 만에 최저 수준이다.

전국 6대 광역시 가운데 인천(86.3)이 가장 높았고 부산(60.4)·대구(56.6)·대전(56.9)·울산(46.1) 순이었다.

규모별로 광주는 135㎡ 초과 아파트의 경우 지난해 4분기에 비해 4.8포인트 상승한 121.6으로 기준치를 크게 웃돌았다. 60㎡ 이하(26.4), 60~85㎡(45.8), 85~135㎡(71.7)는 모두 기준치를 하회했다. 전남은 모든 평형에서 기준치 100을 넘지 못했다.

광주·전남의 주택구입능력지수가 낮은 이유는 가계소득에 비해 아파트

▲주택구입능력지수(Korea-Housing Affordability Index)=한국주택금융공사가 지난 2008년 도입한 지수로, 기준치(100)를 웃돌면 집값의 50%를 대출해서 주택을 샀을 때 대출 원리금 상환에 들어가는 비용이 소득의 25%를 넘을 정도로 주택구입 부담이 크다는 의미다. 100 이하이면 그만큼 주택 구입부담이 작다는 것을 뜻한다.

가격이 낮기 때문으로 풀이된다.

주택금융공사 관계자는 “주택구입능력지수가 낮다는 것은 소득 대비 주택구입 부담이 작다는 것을 의미하지만 광주·전남지역 지수가 낮은 가장 큰 요인은 주택가격이 타 지역보다 싸기 때문”이라고 말했다.

/윤영기기자 penfoot@kwangju.co.kr



월드컵 출전국 와인 한자리에

7일 롯데백화점 광주점 지하 1층 와인매장에서 직원들이 '2010 남아공 월드컵 출전국 와인'을 선보이고 있다. 가격은 남아공 와인 1만8000원, 칠레 2만2000원, 미국 4만원 등이다.

7일 롯데백화점 광주점 지하 1층 와인매장

에서 직원들이 '2010 남아공 월드컵 출전국 와인'을 선보이고 있다. 가격은 남아공 와인 1만8000원, 칠레 2만2000원, 미국 4만원 등이다.

(롯데백화점 광주점 제공)

장도 보고 관광도 하고... 전통시장 투어 스타트

중소기업청이 시장경영진흥원과 함께 전통시장과 주변 명소 및 관광지를 연계해 장보기와 관광을 한번에 즐길 수 있는 '시장투어'를 실시한다.

전남에서는 구례 5일장과 목포 동부시장을 버스, 곡성 기차마을은 철도 투어로 즐길 수 있다.

구례 5일장(13일) 프로그램은 화업사와 지리산, 목포 동부시장(25~26일)은 대반동해수욕장, 유달산, 해양박물관, 갯바위 등을 함께 둘러 볼 수 있다.

곡성 기차마을 전통시장 투어(12일, 8월 6~7일·13~14일)는 울포해변에서 해돋이를 감상한 후 보성녹차밭, 강진청자문화축제, 기차마을 체험 등을 할 수 있다.

각 여행 상품들은 전통시장에서 물품을 살 수 있을 뿐 아니라 특산물을 시식하고 체험형 관광도 할 수 있는 코스로 구성돼 있다. 출발지와 프로그램에 따라 당일과 무박 2일 일정으로 운영된다. 버스투어 당일 프로그램의 경우 참가비는 1만5000원, 자세한 사항은 시장경영진흥원 홈페이지(www.sijang.or.kr)에서 확인할 수 있다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr

광주 미분양아파트 다시 증가세

4월말 현재 3775가구... 증가율 9.2% 전국 최고

전남은 30% 감소

광주지역 미분양 아파트가 다시 증가세로 돌아섰다. 반면 전남은 전국에서 가장 큰 감소율을 기록했다.

국토해양부가 7일 발표한 '2010년 4월말 기준 전국 미분양주택 현황'에 따르면 광주의 4월 미분양 주택은 3775가구로 전월에 비해 318가구 증가했다. 증가율은 9.2%로 전국 16개 시도 가운데 가장 높았다.

전남은 3월 미분양 주택이 5330가구였으나 4월 들어 1594가구 감소한 3736가구를 기록했다. 감소율은 29.9%에 달해 16개 시도 가운데 가장 높았다.

전국의 미분양 주택은 11만409가구로, 3월 말(11만2910가구)과 비교

해 2.2%(2501가구) 감소한 것으로 파악됐다.

광주·전남의 미분양 주택을 지난해 말과 비교하면 광주의 경우 19.3%(903가구), 전남은 19.5%(34.3%)가 줄어든 것으로 나타났다.

이는 기존 미분양 주택을 임대로 전환하는 등 업계의 자구노력이 뒷받침된 것으로 분석됐다. 3~4월 이사이철 수요와 맞물려 업계가 미분양 주택을 할인공급한 것도 한 요인이다.

수도권의 미분양 물량은 3월 2만 6099가구에서 4월 2만5910가구로 0.7%(189가구) 줄어 2개월 연속 감소세를 보였다. 전국 미분양 주택 현황은 국토부 국토해양통계누리(http://stat.mltm.go.kr)에서 확인할 수 있다.

/윤영기기자 penfoot@kwangju.co.kr

월드컵 열기에 스포츠용품 불티

응원티셔츠 등 매출 급증

남아공월드컵(11일 개막)이 다가오며 프로야구 인기까지 이어지면서 스포츠용품 판매가 급증하고 있다.

7일 유통업계에 따르면 롯데백화점 광주점에서는 붉은색 응원 티셔츠를 비롯해 축구용품, 붉은색 액세서리 등 월드컵 관련 상품들이 불티나게 팔리고 있다. 지난 1일부터 5일 사이 스포츠용품 매출은 지난해 같은 기간보다 96% 늘었다.

특히 나이키, 아디다스 등 유명 스포츠 브랜드들의 매출도 눈에 띄게 늘고 있으며 이들 매출의 30% 이상이 월드컵 관련 용품을 찾는 고객이라고 백화점 관계자는 설명했다.

현대백화점도 월드컵을 앞두고 스포츠용품의 판매가 증가하면서 매출

이 29.4% 늘었다.

광주신세계 이마트는 축구용품 매출이 지난 4월부터 7.9% 증가하기 시작해 5월에는 45.7%로 큰 폭의 증가세를 보였다.

이달 1일부터 5일까지는 지난해 같은 기간보다 13.4% 늘면서 야구용품 매출 증가율(5.6%)보다 두배 이상 앞서가 월드컵 열풍을 반영했다.

국제축구연맹(FIFA)의 공식상품 매장을 운영하고 있는 홈플러스에서는 지난달 20일부터 26일까지 FIFA 공식상품 매출이 전주 동기 대비 32%나 신장하는 등 축구 관련 용품 매출이 급증한 것으로 집계됐다.

이마트 관계자는 “야구의 꾸준한 인기에도 올해는 축구용품의 인기가 더 더해져 스포츠용품이 최고의 매출 신장세를 기록하고 있다”고 말했다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr

키워드 경제 기러기 아빠들 마음 줄이는 환율

한 나라의 돈과 다른 나라 돈의 교환비율을 환율이라 한다. 같은 품질의 햄버거가 미국에서 2달러, 한국에서 2000원일 경우 우리나라 돈과 달러의 환율이 달러당 1000원이 되는 식이다.

실제 외국화폐는 식품·공산품과 같이 시장, 즉 외환시장에서 교환되며 환율은 수요와 공급에 의해 결정된다. 특정 외화의 수요가 증가하면 환율이 오르고 반대로 내린다. 외환시장에서 외화를 거래하는 주체는 은행 등 대형 금융기관이 담당한다.

환율은 가계와 수출입 기업 등 경제주체들의 해외 거래에 지대한 영향을 미친다. 해외 유학중인 자녀를 둔 기러기 아빠들은 환율 때문에 늘 마음을 졸인다.

예컨대 환율이 1달러에 1000원이라고 가정하면 매달 국내에서 해외로 100만원의 돈을 송금할 경우 미국에 있는 자녀는 100달러를 받게 된다. 하지만 환율이 1100원으로 오르면 한국에 있는 아빠는 100달러를 맞춰주기 위해서 110만원을 송금해야 하기 때문이다.

기업들의 희비도 엇갈린다. 환

율이 오르면 수출기업의 경쟁력은 높아진다. 달러당 1100원에 상품을 제조 수출하는 기업의 경우 달러당 1200원이 되면 순이익이 증가해 수출액이 증가한다. 반대로 수입기업의 입장에서는 달러로 구입하는 원자재 값을 더 치러야 한다.

정부는 환율의 등락폭이 클 경우 국가경제에 미치는 영향이 워낙 크기 때문에 적정 수준으로 환율을 관리하는 정책을 쓴다.

/윤영기기자 penfoot@kwangju.co.kr
자료제공=(사)광주경제·문화공동체

Real estate advertisement for 'Sulcrisi' (솔크시리) in Songdo (송도). It features a scenic view of the area and a table of pricing information. The table lists various apartment types and their prices, such as 153,000,000 for a 2-bedroom unit and 104,000,000 for a 1-bedroom unit. The advertisement also includes contact information for the real estate agency.

Advertisement for 'Kukje Bocheongi' (국제보청기), a hearing aid company. The ad features a large image of a man and a woman, with text in Korean and English. The English text includes 'SINCE 1982' and 'www.kukje.com'. The ad promotes the company's long history and commitment to providing quality hearing aids.

A row of small advertisements for various real estate projects. Each ad includes a small image of a property and some text describing the project. The projects are located in various areas, including Songdo and other parts of the city.