광주 아파트 청약 최고 43:1

'수완2차 호반 베르디움' 425가구에 6171명 몰려

공급 뜸해 실수요자 늘고 집·전세값 상승 한 몫

광주 아파트 분양시장이 뜨겁다. 지난달 24일 일제히 모델하우스를 열고 분양 경쟁에 뛰어든 4개 건설사의 아파트 청약에서 최고 43.6대 1의 높은 경쟁률을 보이는가 하면, 지역에선 보기 드물게 청약 1순위 마감이라는 진기록도 세웠다.

5일 금융결제원에 따르면 EG건설이 남구 봉선동에 분양한 '봉선·주월 EG the 1'은 최고 27대 1의 경쟁률을 보이며, 전 가구 순위 내 마감을 기록했다.

지난달 30일부터 지난 4일까지 주상복합과 1단지 청약접수를 한 결과, '봉선·주월 EG the 1'은 총 228가구 모집에 3025명이 접수해 평균 13대 1의 청약 경쟁률을 나타냈다.

이 중 87가구로 구성된 84㎡ A형은 3순위 모집에 1843명의 청약자가 몰려 27.5대 1의 최고 경쟁률을 기록했다.

EG건설은 오는 8일 당첨자 발표를 하고, 13~15일 계약을 받는다.

호반건설 역시 광산구 수완지구에 선보인 '수완2차 호반 베르디움' 청약 결과, 425가구 모집에 6171명이 몰려 평균 경쟁률 14대 1을 기록했다. 특히 전용면적 84㎡ B형은 14가구 모집에 270명이 몰려 43대 1을 기록했다.

서구 마륵동의 분양열기도 뜨겁다. 한신공영의 '상무 한신휴플러스'도 전 평형대가 순위 내 마감됐다. 234가구 모집에 3840명이 몰려 평균 16.4대 1의 높은 청약률을 기록했다.

실수요자의 선호도가 높은 중소형 평형의 인기가 높았다.

전용면적 84㎡는 188가구 모집에 2577명이 몰리며 평균 13대 1을 기록했고, 108㎡도 20가구 모집에 214명이 신청해 평균 10대 1의 경쟁률을 보였다. 반면 대형평형인 123㎡의 경우 26가구 모집에 49명이 신청해 평균 1.88대 1의 경쟁률로 마감됐다.

영무건설이 광산구 수완지구에 공급한 '수완2차 영무예다음'은 지역에서는 보기 드물게 청약 1순위 마감돼 눈길을 끌었다.

전용면적 84㎡A형 189가구 모집에 실수요자로 분류되는 1순위에서만 245명이 접수해 마감됐다. 84㎡B형은 2순위에 마감됐다.

이처럼 청약 열기가 뜨거웠던 것은 그동안 광주지역에 아파트 공급이 거의 없어 실수요자들이 크게 늘어난데다, 최근 집값과 전세값 상승도 한 몫한 것으로 분석된다.

지역 부동산 관계자는 "대부분이 실수요층의 관심이 높은 중소형으로 구성된데다 수완·봉선·상무지구 등 주거지로서 인기가 높은 곳에 공급돼 인기를 끈 것으로 보인다"고 말했다.

/박정욱기자 jwpark@kwangju.co.kr

"우린 무조건 5만원 더 싸게…"

화순 하이마트-LG 에어컨 가격전쟁

"무조건 5만원 더 싸게 준다고?"

화순에 거주하는 박모(41)씨는 최근 제품을 수차례 구입한 적 있는 LG bestshop 매장으로부터 문자메시지를 받았다. "화순 하이마트에서 제시한 에어컨 가격에서 무조건 5만원을 싸게 팔겠다"는 내용이었다. 박씨가 실제 문의한 결과, 이 업체 직원은 "스탠드형 에어컨이면 어떤 종류든 5만원을 더 저렴히 판매한다"고 설명했다.

최근 화순군에 새로 개점한 하이마트와 LG 가전매장 간 '총성없는 가격 경쟁'이 벌어지고 있다. 시작은 규모가 큰 하이마트였다. 지난 1일 대대적인 홍보와 함께 개점한 이 양판점은 여름철 가장 잘 팔리는 가전제품인 에어컨을 '주력무기'로 꺼냈다. 업계에서도 깜짝 놀랄정도로 적은 마진을 남기며 에어컨을 판매했다.

그러자 LG 매장도 반격을 시작했다. 박씨에게 보낸 문자처럼 단골고객들에게 문자메시지를 통해 '우린 더 싸게'를 외친 것. LG 매장 관계자는 "가격을 밝힐 수 없지만 적정 마진을 무시한 채 '심하게 싸게' 파는 하이마트 측의 행태를 가만 보고 있을 수 많은 없었다"며 "최소의 이익을 보더라도 '울며 겨자먹기'로 경쟁에 뛰어들어야 했다"고 설명했다. 경쟁 품목은 스탠드형 에어컨으로 한정됐지만 스탠드형 에어컨이 150만원에서 300만원 사이의 비교적 고가 품목이다 보니 1대만 경쟁업체에 뺏겨도 매출 차이가 컸던 것이다.

두 업체의 경쟁에 웃는 쪽은 인근 지역민들이다. 지난 3일 한(?) 업체에서 에어컨을 구입한 이모(34)씨는 "인터넷에서 본 가격보다도 몇 만원 더 저렴하게 구입할 수 있어 깜짝 놀랐다"며 "소비자 입장에서는 기분이 좋지만 자칫 경쟁이 과열되지 않을까 걱정도 된다"고 말했다.

/임동률기자 exian@kwangju.co.kr

은행 대출 문턱, 가계 높고 中企 낮아져

은행의 대출 문턱이 중소기업에는 낮아지고 가계에는 높아질 전망이다.

한국은행이 지난달 13일부터 21일까지 산업은행과 수출입은행을 제외한 16개 금융기관을 대상으로 실시해 5일 내놓은 '대출행태 서베이' 결과에 따르면 올해 3분기 국내 은행의 대출태도지수는 전분기와 같은 15로 나타났다.

대출태도지수는 0을 기준으로 100과 -100 사이에 분포하며 이 지수가 높을수록 은행이 대출에 적극적이라는 의미다. 이 가운데 3분기 은행의 중소기업에 대한 대출태도지수는 전분기보다 3포인트 오른 25로 2007년 1분기 25 이후 가장 높았다. 3분기 대기업에 대한 은행의 대출태도지수는 13으로 전분기와 같았다.

한은 금융안정분석국 안정분석팀 신형욱 부국장은 "우량 및 성장유망 업체에 대한 가산금리 인하, 한도 증액 등의 대출확대 노력이 꾸준히 이어질 것으로 예상한다"고 설명했다.

반면 가계부문은 감독당국의 과당경쟁 자제 요구 등의 영향으로 주택 및 일반자금 대출 모두 완화세가 약화할 전망이다. 3분기 은행의 가계주택 대출태도지수는 0으로 전분기보다 6포인트, 가계일반 대출태도지수는 3으로 전분기보다 3포인트 떨어졌다.

/연합뉴스

여름패션 스카프로 센스있게~ 광주 신세계백화점 2층 한 스카프 매장에서 여름철 다용도로 이용할 수 있는 스카프를 선보였다. 여름철 스카프는 여성들의 짧은 치마를 덮거나 에어컨 바람을 피해 목에 두르는 등 여름 필수 소지품으로 각광받고 있다. 〈광주 신세계 제공〉

"2020년까지 매출 15조 달성"

신세계, 경쟁력 강화 등 중장기 성장전략 수립

신세계(대표 박건현)가 '새로운 라이프스타일을 창조하는 기업'으로 탄생을 선포하며 '2020 중장기 성장전략'을 발표했다.

신세계는 5일 박건현 대표 등 전 임원들이 모인 가운데 열린 '2011 하반기 경영전략회의'에서 ▲신규점포 출점 및 신사업 진출 확대 ▲기존사업의 경쟁력 강화 ▲신세계백화점 브랜드가치 제고 등 3대 추진 전략을 통해 2020년 점포수 17개, 매출 15조, 영업이익 1조5000억원의 목표를 달성하겠다고 밝혔다.

박건현 대표는 "신세계백화점은 이제 단순 소매 유통기업을 넘어서 고객의 삶 전반에 걸쳐 라이프스타일을 새롭게 창조하고 지속적 가치를 제공하는 패션·문화 트렌드 선도기업으로 새롭게 탄생할 것"이라고 말했다. 먼저 신세계는 기존에 신세계백화점이 진출하지 않은 광역상권이나 핵심상권을 대상으로 투자를 확대해 대형 점포를 지속적으로 개점, 동대구점과 의정부역사점 등 전국적으로 17개의 점포 네트워크망을 구축할 계획이다.

신세계는 또 미래성장 동력으로 교외형 쇼핑몰 등 새로운 업태 발굴에도 주력하는 한편 유통 시너지를 극대화할 수 있는 다양한 업태 개발과 경영제휴도 추진할 방침이다.

이와 관련, 도심형 복합 쇼핑몰 사업으로 하남시에 부지면적 12만여㎡ 규모의 수도권 최대의 복합 쇼핑단지를 개발하기로 했다.

이와 함께 주요 지역에 입점을 추진하고 있는 프리미엄 식품 전문관은 향후 성장가능성이 높은 신규 업태로 집중적인 투자를 통해 점포 개발을 확대해나갈 계획이다.

이밖에 기존 백화점과의 시너지를 창출하면서 하이엔드 콘셉트의 라이프스타일을 구성하는 요소들을 융합한 신개념의 '하이엔드 복합문화공간'도 개발을 추진 중이다. 하이엔드 복합문화공간은 문화, 아트, 레저, 연회가 포함된 신개념 문화 공간으로, 라이프스타일을 창조하는 기업의 가치에 부합하는 신사업으로 육성할 방침이라고 신세계는 설명했다.

/연합뉴스

'점유율 70%' G마켓-옥션 합병

경쟁 업체들 독과점 폐해 우려

공정거래위원회가 5일 이베이지마켓(이하 G마켓)과 이베이옥션(이하 옥션)의 합병을 승인하면서 시장점유율 70%를 넘는 '공룡' 오픈마켓의 등장에 업계가 들썩이고 있다.

경쟁업체들은 이미 시장 점유율 1, 2위를 차지하는 G마켓과 옥션의 합병으로 독과점 폐해가 나타날 것으로 우려했다.

합병으로 시장지배적 지위를 점하게 되면 불공정행위의 소지도 많아질 수밖에 없다는 게 경쟁사들의 지적이다. 특히 중소판매업체들을 대상으로 경쟁사에서의 활동을 제한하는 등 압력을 가할 여지도 있다.

지난해 기준으로 G마켓과 옥션의 시장점유율은 각각 42%, 30%로 국내 오픈마켓 시장 1위와 2위(거래액 기준)를 점하고 있다.

업계 3위인 11번가는 "공정위의 결정을 존중하나 G마켓·옥션이 시장지배적 지위를 이용해 시장질서를 흐리지 않도록 모니터링 등 사후 조치가 철저히 이뤄져야 한다"고 강조했다.

/연합뉴스

진로-하이트 '주류공룡' 탄생

공정위 합병 승인…9월 '하이트진로' 새출발

공정거래위원회(위원장 김동수)는 5일 하이트맥주와 진로의 합병에 대해 "경쟁제한성이 없다"며 이를 승인했다고 밝혔다.

이에 따라 국내 맥주와 소주 시장에서 점유율 1위를 차지하는 하이트맥주와 진로는 계획대로 오는 9월 합병, 하이트진로㈜로 재탄생하게 된다.

특히 하이트진로는 맥주와 소주, 기타제재주 등 거의 모든 주류 사업을 펼치는 국내 최대 규모의 주류 전문 회사로 거듭나게 된다. 오는 7월28일 회사별 주주총회를 거쳐 8월17일까지 주식매수청구를 받고, 9월1일자로 정식 합병할 예정이다.

공정위에 따르면 하이트진로의 시장점유율은 작년 기준 맥주시장은 53.2%, 소주 시장은 48.9%였다. 지난해 매출은 하이트맥주가 1조223억원, 진로가 7055억원으로, 합병하면 매출 규모가 2조원에 달한다.

/연합뉴스