혁신도시 빼고… 전남 아파트 분양 12곳 미달

소규모 단지·비인기 주택형 수요자 관심 못 받아

혁신도시 4곳만 순위 마감… 광주는 9곳 중 5곳 완료

상반기 분양시장 분석

올해 상반기 전남지역의 분양시장이 저조한 실적을 낸 것으로 나타났다. 광주·전남공동혁신도시를 제외한 목포와 광양, 순천 등의 신규 아파트 분양은 모두 미달로 마감됐다.

9일 부동산정보업체 부동산써브에 따르면 올 상반기 전남지역에서 분양한 아파트 단지 16곳 가운데 순위 내 마감한 단지는 4곳(25.0%)에 불과했다. 이는 세종시를 포함한 전국 17개 지자체 중 가장 낮은 성적이다.

광주·전남혁신도시에 분양한 중흥S클래스 센트럴 1차와 2차 대광로제비앙은 1순위에서 청약이 마감됐다. 또 혁신도시 영무예다음도 3순위에서 청약자를 찾았다. 이를 제외한 12곳은 모두 청약자를 끌어 모으지 못했다.

광양시 덕진 광양의 봄 프리미엄 1단지와 2단지, 여수시 국동 서희스타힐스, 나주시 대호지구 대방노블랜드 2차, 순천시 오천 골드클래스 더 힐 등 시 단위 분양시장은 물론, 영광군 동명e다움, 함평군 남산미르채 2차, 화순군 대리광신프로그레스 등 군 단위의 신규 아파트 모두 실수요자 및 투자자로부터 큰 관심을 받지 못했다.

이는 분양 가구 수가 적은 소규모 단지거나, 비인기 주택형으로 구성된 점이 크게 작용했다는 분석이다. 주거용 건축물 가운데 단독주택 비율이 51.7%로 전국에서 가장 높은 전남지역 특성상, 아파트가 큰 인기를 끌지 못했다는 말도 나온다.

실제 광양과 영광, 함평에 분양된 아파트의 분양 가구 수는 32~72가구에 불과해 대단지를 노리는 수요자들로부터 외면받았으며 목포 대성지구의 LH 천년나무 임대아파트는 1369가구의 대단지였지만 전용면적 39㎡, 51㎡의 작은 주택형이 많이 실제 청약자는 384명뿐이었다.

부동산써브 관계자는 "전남지역은 아파트를 선호하지 않는 현상이 있는데다, 낮은 집값 탓에 주변 시세보다 높은 아파트 가격이 부담으로 작용했을 수 있다"며 "군 단위의 경우 투자수요가 아닌 실수요가 없으면 분양 실적이 낮게 나올 수 밖에 없다"고 말했다.

광주지역은 상반기 9곳 가운데 5곳이 순위 안에서 마감돼 55.5%의 마감률을 기록했다. 광산구 신창지구 대광로제비앙과 동구 무등산아이파크가 각각 1순위, 동구 월남지구 호반베르디움과 광산구 선운지구 2블럭 이지더원, 북구 영무예담음이 각각 3순위에서 마감됐다.

/임동률기자 exian@kwangju.co.kr

■ 전남지역 올 상반기 분양아파트 마감 실적

구분	아파트 이름	마감
1	광양시 덕진 광양의 봄 프리미엄 1단지	미달
2	광양시 덕진 광양의 봄 프리미엄 2단지	미달
3	나주시 혁신도시 중흥 S클래스센트럴 1차	1순위
4	순천시 오천지구 골드클래스 더 힐	미달
5	나주시 대호지구 대방노블랜드 2차	1순위
6	여수시 국동 서희스타힐스	미달
7	나주시 혁신도시 대광로제비앙	미달
8	순천시 오천지구 대광로제비앙지에이그린웰	미달
9	나주시 혁신도시 중흥 S클래스 센트럴 2차	1순위
10	나주시 혁신도시 B5 사랑으로 부영	미달
11	나주시 혁신도시 B12 영무예다음	3순위
12	목포시 산정 라송 센트럴카운티	미달
13	영광군 영광동명e다움	미달
14	함평군 함평남산미르채 2차	미달
15	목포시 대성지구 LH천년나무	미달
16	화순군 대리광신프로그레스	미달

〈자료 : 부동산써브〉

한 눈에 보는 경제지표

- 코스피 2000.50 (-6.16)
- 금리 2.61% (-0.04)
- 코스닥 555.84 (+0.94)
- 환율 1012.10원 (+0.20)

9일 광주 북구 위니아글로벌테크에서 열린 산업단지공단 호남본부 '우수 클러스터 기업 투어 행사'에서 김일환 위니아글로벌테크 대표가 제품생산 관련 설명을 하고 있다. 〈산단공 호남본부 제공〉

"광주 대표 가전기업으로 성장할 것"

위니아글로벌테크

산단공, 우수기업 투어

소주냉장고 '설레임'으로 유명한 ㈜위니아글로벌테크(대표 김일환·이정권, 광주시 북구 대촌동)이 한국산업단지공단 호남지역본부가 실시한 4번째 우수 클러스터 기업으로 선정됐다.

우수 클러스터 기업투어 행사는 산단공이 독자적인 홍보역량이 부족한 중소기업을 언론과 연계시키는 프로그램으로, 지난해 하반기 첫 실시, 산업단지 입주기업과 클러스터 회원사 가운데 우수한 기술력과 뛰어난 성과를 나타내고 있는 강소기업에게 기업투어와 PR지원 대행 등을 진행한다.

지난 2010년 창립한 위니아글로벌테크는 제습기와 김치냉장고, 농산물건조기 등을 주문자상표부착생산(OEM) 방식으로 생산하고 있다. 냉응용기기 분야에서 차별화된 기술력과 생산 시스템을 구축, 국내외 유수의 기업들과 거래를 지속하며 눈부신 성장을 거듭중이다. 특히 이 회사의 독자브랜드인 소주냉장고 '설레임'은 오랜 OEM경험을 바탕으로 제품개발에서 생산까지 직접 진행하는 ODM(제조업자 개발생산방식) 전문기업으로서의 위치를 굳건하게 했다.

또 최근 130억원을 들여 경쟁력 확보와 우수제품 생산, 해외수출망 개척 등에 박차를 가하고 있다. 회사의 주요 고객은 위니아만도, 삼성전자, 동부대우전자, 동양매직, 그랜드코리아 등 9개사이며 제습기, 김치냉장고, 냉동고, 음식물냉장고, 쌀냉장고, 농산물건조기 등 10개 완제품을 납품하며 관련 제품의 국내시장을 주도하고 있다.

김일환 대표는 "광주에서 냉응용기기 OEM·ODM 전문기업은 위니아글로벌테크가 유일할 것"이라며 "앞으로 매출 3000억원 달성과 함께 광주의 대표 가전기업이 될 수 있도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

/임동률기자 exian@kwangju.co.kr

9일 롯데백화점 광주점 지하 1층 수영복 행사장을 찾은 40대 중년 여성 고객들이 여름철 수영복을 살펴보고 있다. 〈롯데롯데백화점 광주점 제공〉

40대 여성들, 비키니 입고 몸매 뽐낸다

구매 비중 해마다 늘어

몸매 과시를 위한 비키니 수영복이 아가씨들의 전유물이라는 고정관념이 깨지고 있다. 자기관리에 철저한 중년 여성이 늘어나면서 비키니를 입고 몸매를 뽐내려는 40대 여성들의 매장 방문이 잦아지고 있다.

9일 롯데백화점 광주점은 고객관계관리(CRM) 시스템을 통해 최근 5년간(2008~2013년) 연령대별 여성 비키니 수영복 구매 비중을 조사한 결과 전체 구매자 중, 20~30대가 차지하는 비중이 65%로 가장 높았지만, 40~50대의 비중이 2008년 21%에서 지난해에는 35%로 14%나 늘었다.

특히 40대 여성의 경우 2008년 17%였던 것이 2009년 20%, 2010년 22%, 2011년 25%, 2012년 27%, 지난해에는 28%까지 늘었다. 50대 이상도 지난해 7%나 됐다. 같은 기간 20대와 30대가 각각 7%씩 비중이 줄어든 것과는 대조적이다.

백화점측은 "몸짱 아줌마 이후 젊게 사는 40~50대 중년 여성들이 꾸준한 자기관리를 통해 외모와 몸매에 자신이 생기면서 구매가 증가하는 것으로 보인다"고 분석했다.

한편 롯데백화점 광주점 지하 1층 행사장에서는 내달 10일까지 한 달간 '바캉스 수영복 대전'을 열고, 비키니나 원피스 수영복, 남성용 트렁크를 비롯해 수경, 수영모 등 각종 수영 장비를 저렴한 가격에 판매한다. /김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

중국주광주총영사관 동림지구에 새 터전

1만㎡ 부지 매매계약 체결

중국주광주총영사관이 광주시 북구 동림지구에 새 터전을 잡는다.

LH(한국토지주택공사) 광주전남지역본부는 9일 중화인민공화국 주광주총영사관과 광주동림2 업무시설용지(영사관부지, 1만㎡) 매매계약을 체결했다고 밝혔다.

광주동림2 업무시설용지는 원래 초등학교용지였으나 설립계획이 취소된 뒤 대체 용도를 찾지 못해 장기간 매각되지 않아왔다. 그러나 총영사관을 신축하려는 중국주광주총영사관의 노력과 지역주민의 협조로 용도변경이 이뤄지면서 매매계약체결이 가능해졌다.

/임동률기자 exian@kwangju.co.kr

기아차, 사운드로 브랜드 감성 전하다

'소닉 브랜딩' 업계 최초 공개

기아자동차가 소리로 브랜드 속성을 체험할 수 있게 하는 '소닉 브랜딩'(Sonic Branding)을 자동차 업계 최초로 선보인다.

소닉 브랜딩이란 소리나 음악 등 청각적 요소를 이용해 소비자들에게 특정 브랜드를 떠올리게 하는 마케팅 기법이다.

기아차는 9일 강원도 정선 하이원리조트에서 개최한 미니밴 '올 뉴 카니발' 시승회에서 '놀라운 비상'(The Rise of Surprise)이라고 명명된 소닉 브랜딩을 공개했다.

맑고 청아한 음, 경쾌하고 밝은 리듬에 점차 고조되는 편안한 멜로디로 구성된 시그니처 사운드는 듣자마자 기아차를 떠올릴 수 있도록 개발됐다. 기아차는 이 시그니처 사운드를 TV, 인터넷, 모바일 등에 통합적으로 적용시켜 고객과의 감성적 소통을 강화해 나갈 계획이다. /임동률기자 exian@

"빌라 매매"
• 장성군 삼계면 주산리 749-13번지
• 2003년식, 30평, 3층, 방3, 화2
• 정남향, 전체 올수리
• 광주에서 30분 거리
• 매매-9000만원(조정 가)

오피스텔
■ 동구 수기동 제일 오피스텔
■ 13층, 53평(실33평), 전체 올수리
■ 양동~하천 방향, 코너, 전망 좋음
■ 사무실 적합(주거 가능)
■ 시세/분양가-2억원 정도
■ 급매 : 1억 5500만원(일시불 조정 가)

사정상 주인 직매 합니다.
H. 010-6836-9400

경매투자
▶경매 특수비법
배우면서 투자 하실 분
▶NPL과 특수물건만 취급
▶단독, 공동투자 가능
▶주1회 3개월 완성
▶임장/교육비 등 1200만원
단, 상담후 본사 결정
(주) 오 천 경 매
H.P 010-3605-5000