

예금금리 2%대…은행에 돈 몰린다

금리 상승에 예·적금 상품 부활…4%대 적금도

고금리 저축은행·상호금융 비과세 상품도 인기

여유자금을 시중은행 정기예금으로만 굴리던 직장인 김정미(46)씨는 지역농협에 정기예금을 알아보고 있다. 최근 기준 금리가 인상되면서 시중은행 예금금리도 2%대가 나오긴 했지만 보다 이율이 높고 세제혜택도 받을 수 있는 곳을 찾기 위해서다. 김씨는 “마침 정기예금에 넣어뒀던 1억원의 만기가 돌아와 예금자보호 한도(원리금 5000만원) 내에서 여유자금을 지역농협과 저축은행 두 세 군데에 분산 예치할 계획”이라고 말했다.

기준금리 인상으로 시장금리가 상승하면서 전통의 투자 상품인 예·적금에 대한 관심이 커지고 있는 것으로 나타났다. 시중은행들이 이 때를 놓치지 않고 상대적으로 고금리 상품을 내놓으며 고객 유치에 나서는가 하면 은행보다 상대적으로 높은 금리를 제공하는 저축은행이나 상호금융

권에서도 각종 특판상품을 출시하며 금리 경쟁을 벌이고 있다.

15일 은행권에 따르면 우리은행은 지난 달 22일 별도의 우대조건 없이 누구에게나 연 2.1%의 금리를 제공하는 ‘우리투게더 더드림 정기예금’을 내놨다. 개인 고객이 영업점에서만 가입할 수 있고 기한도 연말까지로 5영업일만 판매했는데 4거래일만에 5000억원 한도가 모두 팔렸다.

SC제일은행의 공동구매 정기예금 상품은 재테크에 관심이 많은 투자자 사이에서 이미 유명한 상품이다. 상품 가입자가 많을수록 금리가 올라가는 공동구매 상품인데 지난 12월에 실시한 공동구매 6차 상품은 8영업일 만에 모집금액 650억원을 돌파해 참여한 고객 전원이 연 2.3%의 금리를 받았다. SC제일은행은 최근 7차 모집을 시작했으며 이달 30일까지 500억원

이상이 모이면 연 2.3%의 금리가 확정된다.

통상 은행보다 높은 금리를 제공하는 저축은행들도 고금리 상품들을 내놓고 ‘가입자 모시기’에 열중하고 있다.

저축은행 중앙회에 따르면 지난 12월 현재 저축은행들의 12개월 정기예금 평균 금리는 2.43%다. 1년 전(2.06%)과 비교해 0.37%포인트 올랐다.

적금 상품도 다양하게 나와 각종 조건을 맞추면 연 4%가 넘는 적금 상품도 찾아볼 수 있다. 또 최근에는 현금 이자 외에도 인터넷 쇼핑몰 할인 쿠폰이나 음원 사용권 등을 이자로 주는 상품도 많아 졌다.

농·수협 지역조합이나 새마을금고, 신용협동조합 등 상호금융 회사들의 예금 가입도 늘고 있다. 은행이나 저축은행은 이자수익에 대해 15.4%(이자소득세 14%+농어촌특별세 1.4%)의 세금을 내야하나 이 같은 지역조합의 예금상품은 1인당 투자금 3000만원까지는 이자수익에 1.4%의 농어촌특별세만 부과하는 장점이 있기 때

문이다.

실제로 1000만원을 가지고 연 2.3% 금리를 주는 상호금융 상품에 투자한다면 1년 뒤 이자소득 23만원에서 3220원(23만원×1.4%)만 세금으로 내고 22만6780원을 가져갈 수 있다. 이는 저축은행이나 시중은행에서 연 2.7%의 예금상품에 가입해 세금 4만1580원(27만원×15.4%)을 제하고 받는 실수령 이자(22만8420원)와 비슷하다.

이처럼 비과세 혜택을 받을 수 있다 보니 상호금융에 들어오는 돈도 빠르게 늘어나고 있다. 한국은행에 따르면 지난해 말 기준 이들 상호금융 회사의 수신액은 489조3350억원이었지만 지난해 11월 말에는 529조5600억원까지 늘어난 것으로 집계됐다.

이와 관련 은행권 관계자는 “기준금리 인상 후 은행권이 예적금 금리를 연이어 올리고 있는 가운데 가입자 모시기 경쟁이 치열해지고 있다”고 말했다.

/김대성기자bigkim@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표

↑ 코스피 2503.73 (+7.31)	↑ 금리 (국고채 3년) 2.22% (+0.05)
↑ 코스닥 891.61 (+18.56)	↓ 환율 (USD) 1062.70원 (-2.10)



광주은행 카드 이용객에 경품

2월 18일까지

광주은행(은행장 송종욱)이 새해를 맞아 광주은행 KJ카드 개인고객을 대상으로 ‘2018 무술년 새해맞이 이벤트’를 오는 2월 18일까지 진행한다. 15일 밝혔다.

〈사진〉

‘경품 이벤트’ 기간 내 개인 신용카드, 개인 체크카드 누적 10만원 이상 사용한 이벤트 응모 고객 중 추첨을 통해 최대 100만원 기프트카드부터 편의점 모바일 쿠폰까지 다양한 경품을 제공한다.

또한 ‘무이자할부 이벤트’로 백화점, 대형마트, 음식점중, 온라인쇼핑몰, 병원, 가전, 가구업종에서 개인신용카드 이용시 2~5개월 무이자할부 혜택을 제공하며, 병원, 가전, 가구업종에 한해서는 6~12개월까지 부분무이자 혜택을 추가로 제공한다. 응모는 광주은행 각 영업점과 고객센터를 통해 응모 가능하며, 자세한 내용은 광주은행 홈페이지(www.kjbank.com) 또는 고객센터(1588-3388, 1600-4000)를 통해 확인하면 된다.

/최재호기자 lion@

“광주와 동반 성장” 하이트진로 지역사랑 기금 3천만원



하이트진로(주)는 15일 KBC광주방송 시청실에서 광주지역 사랑기금 3억원 조성 사업으로 조성된 12차 조성금 3000만원 대한 기탁식<사진>을 진행했다.

기금 전달식에는 조약현 KBC광주방송 대표이사, 김상균 광주사회복지공동모금회 사무처장, 성동욱 하이트진로 호남권역 본부장 등이 참석했다.

광주사랑기금은 하이트진로가 기업의 사회적 책임을 다하고 지역과 상생 발전을 위해 펼치는 대표적인 사회공헌활동중 하나이다. 광주지역에서 판매되는 참이슬, d맥주 판매 병당 2원씩 적립하는 형태로 모금되고 있으며 현재까지 12차 조성금을 포함한 누적 기탁금은 조성목표인 3억원을 달성하게 됐다. 2010년부터 2012년까지 조성한 2억원을 전달했으며 이후 현재까지 총 누적 기탁금액은 5억원에 이른다.

/최재호기자 lion@kwangju.co.kr

설 명절 앞 소매 유통경기 호전

전망지수 2분기만에 ‘100’ 회복…소비위축 불안감은 여전

설 명절을 앞두고 매출에 대한 훈풍 기대감에 지역 소매 유통업체들의 체감경기가 호전됐으나, 소비위축의 불안감은 여전히 잔존하는 것으로 나타났다.

15일 광주상공회의소에 따르면 최근 지역 108개 소매 유통업체를 대상으로 ‘2018년 1분기 소매유통업 경기전망지수(RB-

SI)’를 조사한 결과, 전분기(83)보다 17포인트 상승해 2분기 만에 기준치 ‘100’을 회복했다.

이는 부정청탁금지법 개정으로 농수축산물의 선물 상한액이 5만원에서 10만원으로 상향 조정됨에 따라 설 명절 매출이 다소 상승할 것이라는 기대가 반영된 것으

로 분석된다.

반면, 경기침체 우려와 소비위축 불안감은 여전했다.

대형마트(지난해 4분기 79→113)는 청탁금지법 개정에 따른 명절 매출 호전 기대감에 업황전망이 긍정적인 반면, 백화점(132→87)은 소비심리 위축과 알뜰구매성향 등으로 명절이 낀 1분기 업황을 보수적으로 전망했다.

동네상권인 슈퍼마켓(96→94)은 불경기과 대형마트로의 고객이탈 우려에 부정적인 응답이 많았으며, 편의점(87→75)도 경

쟁점도 과다와 동절기 유동인구 감소, 최저임금 인상 등으로 고전을 예상했다.

올 1분기 광주지역 소매 유통업체 경영 실적에 영향을 미칠 요인으로는 ‘소비심리 위축’에 따른 매출부진(43.1%), ‘업체간 경쟁격화’(18.0%), ‘업체 내 경쟁심화’(14.4%), ‘상품가격 상승’(7.2%) 등이었으며, 가장 큰 경영여로 요인은 ‘수익성 하락’(45.8%), ‘유통관련 규제강화’(14.1%), ‘인력부족’(12.7%), ‘최저임금 관련 인건비 상승’(9.9%) 등을 꼽았다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

네이버, 금남로에 비즈니스 문화공간

하반기 ‘파트너 스퀘어’ 3호점…중소상인·온라인 창작자 지원

네이버는 중소상공인과 온라인 창작자를 지원하는 공간인 ‘파트너 스퀘어’ 3호점을 올해 하반기 광주에 연다고 15일 밝혔다.

‘파트너스퀘어 광주’는 광주시 동구 금남로 인근의 연면적 4960㎡(1500평) 짜리 7층 건물에 들어설 예정이다. 앞서 문을 연 서울·부산 센터보다 크다.

파트너스퀘어 광주는 기존 파트너스퀘어의 역할이었던 스톱비즈니스와 창작자를 위한 비즈니스 교육과 창작 공간 뿐 아니라 이용자들이 직접 스톱비즈니스와 창작자들의 상품을 구매할 수 있는 스토어, 사용자 체험 프로그램 등 복합 비즈니스 문화 공간으로 만들어갈 예정이다.

네이버는 먹거리가 풍부하고, 공예 등 예술적 전통이 깊은 호남권의 특색을 활용해, 푸드 및 예술 분야에 종사하는 스톱비즈니스와 창작자에 특화된 스튜디오 구성과 성장 프로그램을 계획 중이다. 실제로 네이버 푸드윈도 입점 비율을 보

면, 전라도권 사업자들이 전체 36%를 차지하고 있다.

네이버는 설립 과정에서 지역을 기반으로 활동하는 사업자와 창작자들의 생생한 목소리와 실질적인 필요를 반영하기 위해 공간 구성 단계부터 설립 완료 단계까지 지역 사업자와 창작자와 함께 하는 참여 프로그램을 운영하고 있다. 이를 통해 지역 특화 프로그램, 지역의 특색을 살리는 콜라보레이션 등 지역 활성화에 도움이 되는 다양한 아이디어가 파트너스퀘어를 통해 실현될 것으로 기대하고 있다.

최인혁 네이버 비즈니스총괄은 “호남권은 미식과 예향의 전통이 살아있어 IT를 활용한 새 비즈니스 기회와 성장 잠재력이 있는 곳”이라며 “지역을 이해하고 아끼는 사업자와 창작자들이 경쟁력 있는 비즈니스를 시작하는 기회가 될 것”이라고 말했다.

/김대성기자bigkim@kwangju.co.kr

각국 보청기 전문 A/S센터 상표등록 제2549335호

“인터넷 검색창에 **국제보청기** 를 쳐보세요”

국제보청기

필요한 소리만 똑똑히 들립니다.
작은 사이즈로 착용시 거부감이 없습니다.
정직한 우수상품 가격부담이 없습니다.

본점 서석동 남동성당 옆 **062) 227-9940**
062) 227-9970

서울점 종로 5가역 1층 **02) 765-9940**

새해 복 많이 받으세요

새해에도 변함없이 정성을 다하겠습니다.

정겨운 만남은 품격있는 금수장호텔 아리랑하우스에서

예약문의 **(062) 525-2111** 계림동 홈플러스 건너편

광주 **맛집** since 1981 36년을 고객과 함께 지켜온

1등 맛집 연속 선정 광주의 대표 맛집

광주 금수장호텔
GEUMSUJANG HOTEL