빈폴아웃도어, 가족들 함께 입는 다운 제품 30% 할인
삼성물산 패션부문 빈폴아웃도어는 27일까지 전국 매장 및 통합 온라인몰 'SSF샵(www.ssfshop.com)'에서 다운 제품 할인 이벤트를 연다. 가족이 함께 커플룩으로 입을 수 있는 도브 다운 시리즈(도브 플러스·도브 키즈), 중·고생을 타깃으로 한 수퍼다운, 고어텍스 소재를 사용해 기능성을 강화한 안투라지, 스토브 등을 30% 할인된 가격으로 판매한다.



카드업계, 위험한 카드론 중독

고금리의 수익성 높은 사업 급증
3분기 이자수익, 작년보다 10.5%↑
부실 우려 대출 자산도 9.3% 늘어
"소득 수준에 맞게 대출 이뤄져야"

카드업계가 수익성이 높은 카드론(장기카드대출) 사업에 집중하고 있는 가운데, 카드론 사업 확대로 인한 부실 우려 대출 증가가 도마 위에 올랐다.

우선 카드사들이 올 3분기(1~9월) 카드론으로 얻은 이자 수익이 전년 동기 대비 2000억원 넘게 증가한 것으로 집계됐다. 21일 7개 카드사(신한·KB국민·삼성·현대·롯데·우리·하나)가 공시한 분기보고서에 따르면, 3분기까지 카드론으로 올린 수익은 2조3910억원으로 나타났다. 이는 지난해 같은 기간 7개 카드사의 카드론 수익인 2조1646억원보다 2264억원(10.47%) 증가한 수치다. 전체 영업 수익에서 카드론 수익이 차지하는 비중은 17.3%로 지난해 3분기(16.09%)보다 1.21%포인트 상승했다.

카드사들이 카드론을 늘리는 이유는 높은 수익성에 기인한다. 저금리 기조 때문에 카드사들이 대출 자금을 조달할 때 적용받는 조달금리는 2~3%대로 낮지만 카드론 금리는 평균 14~16%의 고금리여서 마진율이 높다. 카드론 영업 확대로 실제 카드업계의 실적이 개선되는 모습이다. 올 3분기 카드사의 누적 당기순이익은 전년 동기(1조5737억원)대비 47억200만원(0.3%) 증가한 1조5784억원으로 집계됐다.

카드업계 관계자는 "카드사 가맹점 수수료 인하로 수익원이 악화된 상황에서 그나마 카드론이 가장 실질적으로 돈이 되는 사업"이라며 "카드론 영업을 앞 다퉈 늘리고 있는 이유"라고 했다.

하지만 부실 우려 대출이 급증하는 부작용도 있다. 부실 우려 대출은 대출 상환 금액이 연체되거나 손상된 채권을 말한다. 실제 지난 3분기 7개 카드사의 카드론 자산 중 부실 우려 대출 자산은 1조4139억원으로 지난해 말(1조2940억원)보다 1199억원(9.3%) 늘었다.

문제는 카드론이 고금리인데다, 신용대출이다보니 부실이 조금만 늘어도 걷잡을 수 없이 확산될 수 있다는 점이다. 특히 최근 금융당국이 가계부채 관리를 위해 금융권의 대출 규제를 강화하면서 영세 자영업자나 저소득자들이 비교적 손쉽게 대출이 가능한 카드론으로 몰리고 있다는 주장이 팽배하다. 또 다른 빚을 갚기 위해 카드론을 받는 일명 돌려막기식 대출도 늘고 있다는 분석이다. 금융업계 관계자는 "카드론을 받는 사람은 은행 대출이 어려운 저신용자나 저소득층이 많은데 금리가 오르거나 경기가 어려워지면 가장 먼저 문제가 될 수 있다"며 "카드사는 지난 2003년 카드 사태를 반면교사 삼아 위험 관리를 철저히 하고 금융당국은 카드론도 소득 수준에 맞게 대출이 이뤄질 수 있도록 관리해야 한다"고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

경제현장.jpg 홈플러스, 프랑스 보르도 와인 론칭



홈플러스가 프랑스 보르도 와인을 론칭한다. 프리미엄 와인 시장의 대중화를 위해 4개 대륙의 대표 와인을 소개하는 '슈퍼스타 4' 프로젝트의 완결판이다. '로난 바이 클리네'와 '엑스 샤또'를 소개하며, 보르도 와인을 1만8900원에 만날 수 있는 기회라는 게 회사 측 설명이다. 모델들이 21일 홈플러스 강서점에서 프랑스 보르도 와인을 소개하고 있다. 정정욱 기자 사진제공 | 홈플러스

르노삼성차의 질주…내수시장 살렸네

작년보다 32%·2만682대 더 팔아
올 국내차 판매, 작년보다 2.7%↑

르노삼성차가 국내 완성차 업계의 내수 성장을 주도한 것으로 나타났다.

한국자동차산업협회의 발표에 따르면 지난 10월까지 국내 승용차 누적 판매는 총 107만9103대로 전년 동기(105만780대)보다 2만8323대(2.7%) 증가했다.

이는 개별소비세 인하 종료, 파업과 태풍 영향으로 자동차 내수가 위축될 것이라는 예상을 깨고 오히려 작년보다 2만8000대 가량 늘어난 것이다.

올해 완성차 내수 판매가 늘어난 데에는 작년보다 2만682대를 더 판매한 르노삼성차가 가장 크게 기여했다. 전년대비 누적대수 증가폭 역시 르노삼성차가 32.4%로 완성차 중 최대다. 이어 기아차가 1만8658대(2.9%), 한국지엠 1만6818대(14.2%), 쌍용차가 4128대(5.2%)로 각각 작년보다 판매를 늘렸다. 반면 현대차는 3만1963대가 줄어 7.6% 감소했다.



르노삼성차 SM6는 출시 8개월째 식지 않는 인기를 자랑하며 올해 신차 중 가장 많은 누적 판매를 기록 중이다. 사진제공 | 르노삼성

르노삼성차 판매 약진의 일등 공신은 10월까지 4만5604대가 판매된 SM6다. SM6는 중형 자가용 등록 기준으로 3월 출시 이후 지난달까지 8개월 연속 1위 자리를 지키며 '올해의 자가용' 자리에 올라 국내 자동차 시장의 새 판을 짜고 있다.

르노삼성차 관계자는 "최근 1~3위 완성차 업체들이 연간 판매 목표를 하향 조정했지만 르노삼성자동차는 연초 목표 10만대를 무난히 넘길 수 있을 것"이라며 "4분기 QM6가 합세함에 따라 올해 남은 두 달 동안 르노삼성차가 국내 완성차 전체 내수 판매량을 늘리는 데 힘을 보탤 것"이라고 말했다.

원성열 기자 sereno@donga.com

'비약물 중독 예방 아이콘'으로 나선 강원랜드

〈도박·스마트폰·인터넷·게임 등〉

'비약물 중독 치유 해법 콘퍼런스'
함승희 대표 "중독문제 적극 대처"

"비약물 중독으로 인한 폐혜를 알리고 그에 대한 예방을 강원랜드의 여러 사회적 공헌활동 중 아이콘으로 삼겠다."

강원랜드 함승희 대표가 도박, 스마트폰, 인터넷, 게임, 쇼핑 등 비약물 행위중독의 폐혜를 알리고 이를 예방하고 치유하기 위한 활동에 적극적으로 나서겠다고 밝혔다. 함승희 대표는 21일 서울 여의도 전경련 컨퍼런스 센터에서 열린'비약물 중독 치유 해법 콘퍼런스'에서 이슈제기를 겸한 기조연설자로 나서 "카지노를 운영하는 기업의 대표로 도박행위가 가져오는 부작용을 늘 심각하게 생각하고 있다. 도박과 유사하게 행위가 반복되는 비약물 중독은 일상에서 중독위험이 있는 모든 행위중독을 말한다"고 설명했다.

함 대표는"조사에 따르면 도박중독 유병률 5.1%, 인터넷중독 위험군 6.9%, 청소년 스마트폰중독 위험군 29.2%, 여성 인터넷 쇼핑중독은 13.5%로 보고 됐고, 중앙대 정슬기 교수 연구에 따르면 한국인 8명 중 1명은 하나 이상의 중독을 갖고 있고 이로 인한 사회경제 비용도 110조에 달한다"고 중독의 심각성을 지적하는 컨퍼런스 이슈를 제기했다.



'비약물 중독 치유 해법 컨퍼런스'에서 기조연설을 하는 함승희 강원랜드 대표.

특히 함 대표는"중독문제 해결은 인내와 시간과 비용이 필요해 국가와 사회 구성원 모두의 노력이 필요하다"며 "강원랜드는 앞으로 도박중독 뿐만 아니라 우리 사회의 모든 중독문제에 대해 적극적으로 대처하고 해결해 나가겠다"고 밝혔다. 강원랜드가 후원하고 동아일보와 채널A가 주최한 콘퍼런스에는 새누리당 수석대변인 염동열 의원, 강원랜드 함승희 대표, 동아일보 김순덕 논설실장 등 관련분야 전문가, 언론인 등 200여명이 참석했다.

주제발표에서는 고려대 간호학과 한금선 교수가 '국내 비약물 중독 현황 및 위험 예측', 한림대 정신의학과 이상규 교수가 '비약물 중독 예방·치유를 위한 다학제적 연구의 시사점과 적용 방안', 마크 포텐자 미국 예일대 정신건강의학과 교수가 '비약물 중독 예방, 치유의 해외 선지 사례'를 각각 발표했다.

김재범 기자 oldfield@donga.com



이동우 롯데하이마트 대표이사(맨 앞줄 왼쪽에서 일곱 번째) 및 임직원, 중소파트너사 대표들이 동반성장간담회 후 기념촬영을 하고 있다. 사진제공 | 롯데하이마트

"파트너사와 함께 간다"…롯데하이마트, 동반성장 간담회

76개사 대표 초청…지원책 등 소개

롯데하이마트가 중소파트너사들과 동반성장활동을 실천 중이다.

21일 오전 서울 잠실 롯데호텔에서 76개 중소 파트너사 대표들을 초청해 간담회를 연 것. 이동우 롯데하이마트 대표이사의 마케팅특강, 중소파트너사에 대한 동반성장 지원 프로그램을 소개하는 순으로 진행됐다. 이 대표는 "늘 함께 해준 파트너사가 있었기에 리딩 업체가 될 수 있었다"며 "언제나 파트너사의 목소리에 귀 기울이면서 함께 성장할 것"이라고 했다.

한편 롯데하이마트는 27일까지 중소파트너사의 제품홍보와 판매확대를 위한 '중소기업 상품 특별전'을 연다. 전국 하이마트 매장과 하이마트쇼핑몰에서 대형가전부터 생활가전에 이르기까지 80여 파트너사의 상품 110여종을 판매한다.

정정욱 기자

CJ오쇼핑, 피규어 전문숍 오픈

CJ오쇼핑이 온라인 피규어 전문숍을 오픈했다. CJ몰 '토이즈샵'이 그것으로, 홍콩 '핫토이즈'사의 12인치(약 30cm) 피규어 제품을 비롯해 일본 메가하우스, 반프레스토, 굿스마일 등 대표 피규어 브랜드 제품 100여 종이 판매된다. 일부 품목의 경우 판매 15분 만에 품절되기도 했다. 국내에는 10만명의 피규어 마니아층이 있는 것으로 추산된다. 대부분이 20~40대 남성 고객이어서 피규어 상품을 통해 신규 고객을 유입한다는 전략이 깔려있다. 김대웅 CJ오쇼핑 e상품개발팀 부장은 "키덜트 문화 확산과 함께 피규어 제품을 찾는 고객들이 크게 늘어나고 있어 전문숍 서비스를 시작했다"며 "고품질의 피규어 제품을 찾는 고객들에게 합리적인 가격의 제품을 안정적으로 제공하기 위해 노력할 것"이라고 했다.

정정욱 기자

외국인 관광객, 사상 첫 1500만명 넘었다

中관광객 연간 700만명 돌파도

방한 외국인 관광객이 사상 처음 1500만 명을 돌파했다.

한국관광공사가 21일 발표한 10월 관광통계에 따르면 1월부터 10월까지 우리나라를 방문한 외국인 관광객은 전년 동기 대비 33.1% 증가한 1459만 명으로 집계됐다. 역대 최대였던 2014년의 1420만 명을 10개월 만에 넘었다.

문화체육관광부와 한국관광공사는 방한 외국인 관광객이 이달 중순 사상 처음으로 1500만 명을 돌파한 것으로 추정했다. 12월까지 당초 목표였던 1650만 명을 초과해 1700만 명이 한국을 방문할 것으로 전망했다.

국가별로 보면 방한시장의 최대 고객인 중국인 관광객이 10월까지 40% 증가해 연간 700만 명을 처음으로 넘었다. 개별자유관광객(FIT)의 꾸준한 증가가 상승세를 견인한 것으로 분석됐다. 한동안 부진했던 일본 방한시장도 뚜렷한 회복세를 보였다. 10월 일본인 관광객은 전년 동기 대비 26% 증가하였고, 연간 누계도 189만 명으로 193만 명이던 2014년 1~10월에 거의 근접해 메르스 이전으로 시장이 회복되고 있다.

이밖에 대만 67.3%, 홍콩 26.6%, 베트남 56.1%, 인도네시아 53.9%, 필리핀 38.7% 등 중화권과 동남아국가 대부분의 관광객이 크게 늘었고, 미주 14.2%, 유럽 17.2% 등 장거리 시장도 증가세를 이어가고 있다.

문화체육관광부와 한국관광공사는 중국 외에 대만, 홍콩, 동남아 등 방한시장 다변화를 위한 기반조성 사업에 나서고 있다. 올해 전체 외래 관광객 중 중국인 비중이 48%에 달해 환경변화에 취약할 수 있기 때문에 시장 다변화는 안정적인 성장을 위해 필수적이다.

한국관광공사 안덕수 국제관광전략실장은 "8월부터 주요 국가를 대상으로 총체적인 시장조사를 실시해 이를 바탕으로 내년 해외마케팅 전략을 국가별·관광테마별로 구성하는 작업을 실시중이다. 중동, 구미주 등 원거리 시장까지 포함하는 시장 다변화 사업을 확대 하겠다"고 밝혔다.

김재범 기자

부드러운 목넘김 증류식 소주 롯데 '대장부 21도' 본격 판매



롯데주류(대표 이재혁)가 증류식 소주의 대중화를 위해 개발한 '대장부 21도'를 본격 판매한다고 21일 밝혔다.

'대장부 21도'는 100% 우리쌀 외피를 깎은 순수한 속살만을 원료로 15도 이하의 저온에서 발효와 숙성을 거쳐 깊은 향과 부드러운 목넘김을 구현한 증류식 소주다. 알코올 도수는 21도, 출고가는 1600원이다.

'대장부 21도'는 맛과 향은 뛰어나지만 비싼 가격 때문에 부담스러웠던 증류식 소주에 대한 인식 전환을 통해 증류식 소주의 대중화를 이끌겠다는 롯데주류의 의지가 담긴 제품이다. 대부분의 증류식 소주가 전용병에 담긴 것과 달리 '대장부 21도'는 일반 희석식 소주와 동일하게 360ml 용량의 녹색 공용 소주병에 담아 출고가를 낮췄다. 100% 우리쌀을 원료로 사용한 만큼, 쌀 소비 감소로 인해 어려움을 겪고 있는 농민들의 시름을 덜어 줄 수 있을 것으로 기대된다.

원성열 기자 sereno@donga.com

편집 | 좌혜경 기자 hk7048@donga.com