

광주 민간아파트 3.3㎡ 분양가 1,200만원대

102㎡ 초과 3.3㎡ 분양가 1,300만원대 ↑
평균 분양가 지난해보다 70% 육박 폭등

광주 민간 아파트의 3.3㎡ 분양가가 1,200만 원대를 넘어선 것으로 나타났다.

특히 102㎡ 초과 규모 민간 아파트의 평균 분양가가 전년 대비 70% 가까이 폭등한 것으로 분석됐다.

◇7월 광주 민간 아파트 분양가격
주택도시보증공사(HUG)가 전국 민간 아파트의 분양보증 사업장 정보를 집계·분석한 7월 말 기준 '민간 아파트 분양가격 동향' 결과를 보면 광주 민간 아파트의 3.3㎡ 분양가가 1,238만여 원에 달했다. 이는 전월 대비 51만여 원이 올랐고 전

년 동월 대비 270여만 원 가까이 상승했다.

규모별 광주 민간아파트 평균 분양가격의 경우 60㎡ 이하는 3.3㎡ 분양가격이 1,086만여 원으로 전월 대비 2.05%, 전년 동월 대비 18.60% 상승했다.

60㎡ 초과 85㎡ 이하도 3.3㎡ 분양가격이 1,237만여 원으로 전월 대비 4.49%, 전년 동월 대비 27.60% 올랐다.

특히 102㎡초과 3.3㎡ 분양가격이 1,372만여 원으로 전년 동월 대비 무려 69.54% 급등했다.

이는 광주 서구 농성동에 신세계건설이 분양한 '빌리브 트레비체'와 남양건설이

분선동에 분양한 MVG 아파트의 분양가를 3.3㎡당 광주 최고분양가 기록을 잇따라 경신한 2,000~3,000만 원으로 분양한 데 따른 것으로 분석되고 있다.

7월 광주 민간아파트 분양가격지수는 160.1로 전월 대비 4.37%, 전년 동월 대비 27.87% 각각 상승했다.

7월 광주 민간 아파트 신규분양 가구 수는 2,416가구로 전월 대비 1,858가구, 전년 동월 대비 1,872가구 증가했다.

◇7월 전남 민간 아파트 분양가 772만여 원
7월 전남 민간 아파트의 3.3㎡ 분양가격은 772만2,000원으로 전월 대비 2만 5,000여 원 상승했으나 전년 동월에 비해서는 5만6,000여 원 하락했다.

7월 전남 민간아파트 분양가격지수는 133.8로 전월 대비 0.87% 올랐지만, 전

년 동월 대비 0.72% 떨어졌다.
7월 전남 민간아파트 신규분양가구 수는 872가구로 전월 대비 103가구가 줄었으나 전년 동월 대비 872가구가 늘었다.

◇40대 광주 아파트 구매 주도
정부의 강력한 부동산 대책과 금융권 대출 규제 등으로 주택 거래량이 줄어들고 있는 가운데 올해 상반기 광주에서 아파트를 가장 많이 구입한 세대는 40대인 것으로 나타났다.

이 기간 지역 전체 매입자 9,605명 가운데 27%인 2,706명으로, 40대가 지역 아파트 구매시장을 주도하고 있다. 이어 30대와 50대 등의 순이었으며, 특히 20대 이하도 524명에 달해 눈길을 끌었다.

한국감정원의 '월별 아파트 매입자 연령대별 현황'에 따르면 올 1월부터 6월까지 광주지역 아파트 매입자는 총 9,605명

으로 나타났다.
월별로 보면 1월 1,744명, 2월 1,543명, 3월 1,637명, 4월 1,555명, 5월 1,449명, 6월 1,677명이었다. 연령대별로 보면 40대가 2,706명(27.2%)으로 가장 많았다.

30~50대가 전체의 70%로, 광주 아파트 10세 중 7세는 이들이 사들였다는 말이다.

자치구별로 아파트 매입 연령대는 40대가 가장 많은 등 비슷한 양상을 보였다.

부동산 전문가들은 "경제적인 여유가 있는 40대와 50대가 아파트를 구매하는 비율이 높다"면서도 "30대는 생애 첫 구입주택으로 아파트를 희망하는 경우가 늘면서 다른 연령대에 비해 매입 비중이 커지고 있으며, 20대 이하의 아파트 구입 비중도 꾸준히 늘고 있다"고 분석했다.

/서미애 기자

대우위니아그룹, 실적 개선
에이텍 매출 전년비 15% ↑

대우위니아그룹이 상장사인 대우에이텍과 대우플러스, 위니아딤채(구 대우위니아)의 매출액과 영업이익 등이 전년 동기 대비 모두 개선됐다고 18일 밝혔다.

대우위니아그룹의 모체인 대우에이텍은 연결실적으로 상반기 5,345억원 매출을 기록했다.

전년 동기 대비 약 700억원(15%) 증가한 실적이다. 영업이익은 무려 65.8% 증가했고, 당기순이익 또한 65.6% 향상됐다.

대우에이텍은 1999년 자동차 시트 전문 생산기업으로 시작했으며, 국내 주요 완성차에 납품하는 등 안정적인 판로를 확보하고 있다.

정보통신 전문기업으로 출발해 에너지 신사업과 가전 생산까지 확장한 대우플러스는 같은기간 연결기준 매출액이 2,904억원을 기록, 전년 동기 대비 610억원 가량 높아진 실적을 거뒀다. 영업이익 또한 186억원을 달성, 전년 동기보다 5.7% 높아졌다.

위니아딤채는 상반기에 2,652억원의 연결기준 매출을 올렸다. 전년 동기 대비 39.5% 증가한 실적이며, 영업이익 또한 44% 증가했다.

특히, 2분기의 실적이 크게 향상됐다. 2분기 들어 매출은 1분기보다 약 2배 증가한 1,740억원을 달성했고, 영업이익은 1분기 197억원 적자에서 22억원 흑자로 전환했다.

대우위니아그룹 관계자는 "어려운 상황 속에서 매출과 영업이익 모두 유의미한 성장을 했다"며 "지난해 위니아대우 인수 후 시너지 효과가 위니아딤채의 실적으로 나타나는 등 경영혁신의 성과가 점차 가시화 되고 있다고 평가한다"고 말했다.
/김용현 기자



현대차는 18일 전주 한옥마을에 현대차만의 브랜드 헤리티지를 담은 1980년대 말 영화관 콘셉트의 팝업 스토어 '현대극장'을 오픈했다. /현대차 제공

“클래식카 보러 ‘현대극장’ 오세요”

현대차, 전주 팝업스토어 오픈
현대자동차가 전북 전주시에 팝업스토어 '현대극장'을 오픈한다.

현대차는 18일 전주 한옥마을에 현대차만의 브랜드 헤리티지를 담은 1980년대 말 영화관 콘셉트의 팝업 스토어 '현대극장'을 오픈한다고 밝혔다.

3층 규모의 현대극장은 현대차가 고객과 함께 지난 시간을 추억하면서 새로운 즐거움을 선사하고자 마련한 공간이다. 레트로 콘셉트에 맞춰 공간 전체를 1980

년대 후반 영화관 분위기로 꾸며졌다. 현대차는 현대극장을 통해 클래식카 전시뿐만 아니라 다양한 볼거리와 이색 체험 콘텐츠를 마련했다.

1층에는 쏘나타의 1세대, 2세대 모델과 울출 출시한 신형 쏘나타(8세대)가 함께 전시된다. 2층은 투갑스, 로보트래킹 V 등 추억의 영화를 관람할 수 있는 영화관으로 구성됐다.

특히 3층에는 젊은 세대에겐 크게 유행하고 있는 방탈출 게임을 무료로 즐길 수 있는 공간이 마련됐다. /김용현 기자

‘추석 선물’ 냉장한우 늘고 냉동한우 줄고

이른 추석, 선물세트 사전예약판매 트렌드 변화
생활용품세트 418.2% 경중...사과·육포도 강세

예년보다 이른 추석의 영향으로 선물세트 예약판매 추세에도 변화가 나타난 것으로 조사됐다.

18일 이마트가 추석 선물세트 사전 예약판매를 시작한 지난달 25일부터 이달 15일까지 매출 동향을 분석한 결과 지난해 같은 기간(8월 7~28일)과 비교해 매출이 26.9% 증가한 것으로 나타났다.

이른 추석으로 인해 사전예약 시기가 바캉스 시즌과 겹쳤는데도 일찍부터 추석 선물세트를 준비하는 소비자가 증가하는 추세라고 이마트는 설명했다.

올해 사전 예약판매의 가장 큰 특징은 냉장한우 선물세트가 강세를 보이고 있다는 것이다.

냉장한우 선물세트 매출은 지난해 추석보다 27% 증가한 반면 냉동한우 선물세트는 지난해보다 10%가량 매출이 감소했다.

예년보다 '더운 추석'이 예상되기 때문에 선물세트를 구매하는 소비자들이 장시간 조리하기 전에 있어야 하는 찜용 냉동한우 세트보다 단시간에 조리해 먹을 수 있는 구이용 냉장한우 세트를 선호했기 때문이라고 이마트는 분석했다.

냉동한우 선물세트는 주로 찜용이 많고, 냉장한우 세트는 주로 구이용이 많다.

과일 선물세트의 경우, 이른 추석과 6~

8월 일조량 부족 등의 영향으로 대과(大果) 물량이 예년에 비해 적은 배는 15%가량 매출이 감소했다.

반면 사과와 기존 산지인 영주, 안동 이외에 무주, 장수, 거창 등 신규 산지를 개발한 덕에 대과 물량 부족 등의 우려에도 불구하고 매출이 31.8% 증가했다.

이 밖에 육포 세트는 건조 간식에 대한 선호도가 높아지면서 매출이 179.5% 급증했고, 더운 날씨에 보관이 까다로운 멸치 세트는 9%가량 줄었다.

냉장이나 냉동이 아닌 상온 보관 시 선택도 관리가 까다로운 멸치의 특성이 매출에 반영된 것으로 보인다고 이마트는 전했다.

한동안 인기가 주춤했던 와인 선물세트는 최근 인기가 다시 상승하면서 올해 사전예약에서 매출이 39.7% 신장했고, 비교적 가격이 저렴한 생활용품 선물세트는 매출이 418.2%나 경중 뛰었다.

한편 지금까지 이마트의 사전예약 추석 선물세트 매출을 가격대별로 분석해보면, 5만원 이하 부담 없는 가격대의 선물세트 매출이 30.1% 증가한 것으로 나타났다.

1만~2만원대 실속 세트는 지난해 추석보다 88.5% 증가한 반면 4만~5만원대 세트는 166.4%나 급증했다.

5만~10만원대는 9%, 10만원 이상은 3% 늘어 상대적으로 증가폭이 작았다.

이마트 관계자는 “올해 추석은 아직 더운 시기여서 선물세트 판매 트렌드에도 적잖은 변화가 있을 것으로 보인다”며 “특히 인기가 높은 냉장한우 선물세트와 과일 선물세트를 충분히 준비하고 더운 날씨 속 배송에도 만전을 기할 것”이라고 말했다.
/김용현 기자

로또(872회)	
당첨번호	2, 4, 30, 32, 33, 43 보너스 29
등위	당첨금액
1등	1,262,705,579원
2등	73,200,324원
3등	1,668,591원
4등	50,000원
5등	5,000원

연금복권(424회)	
등위	당첨번호
1등	6조 886447
	1조 336233
2등	6조 886446
	1조 336232
	1조 336234
3등	각조 583758
4등	각조 42336
5등	각조 924
6등	각조 14,42
7등	각조 8,7

다르게 짓고 바르게 짓는 삼일건설

22년의 노하우로 주택, 토목 등 다양한 분야에서 실력을 인정받은 탄탄한 기업- 검증된 시공능력과 높은 신뢰를 바탕으로 차원이 다른 혁신적인 주거공간을 선보입니다

건축사업분야
도시를 건설하는 무한창조의 꿈

토목사업분야
기술과 역량을 바탕으로 새로운 공간 창조

조경사업분야
자연을 지키며 가꾸는 환경친화

주택건설분야
주거문화의 프리미엄 브랜드

최갑렬
서장주 JC 27대 회장
위원장
토목공학 박사
경영학 박사
광산구체육회 회장

● 전국 주요 사업실적

파라뷰플러스 · 삼일파라뷰 · 바이슨이엔씨 · 바이슨홀딩스 · 센트럴러움파크 · 케이씨포스트 · 썬레이에너지

* 상기 CG 및 이미지는 소위이며 실제와 다를 수 있습니다.