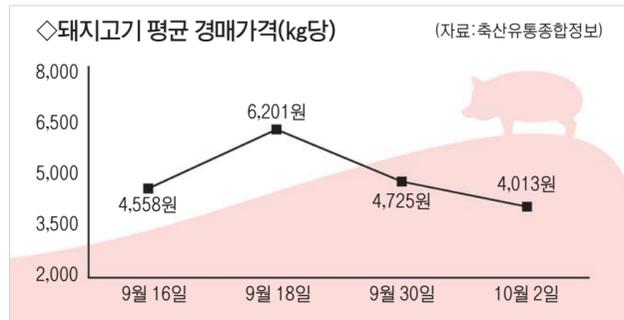


# 돼지고기 도매가 3천원대 ‘뚝~뚝’

이동중지 해제로 출하물량↑ 수요 위축  
소·닭고기 등 대체육 가격은 급등 대조

아프리카돼지열병 확산으로 한때 최고치를 기록했던 돼지고기 가격이 급락하고 있다. 반면 대체육인 소·닭고기 가격은 오름세를 보여 대조를 보이고 있다. 9일 축산유통종합정보 사이트에 따르면 전날 기준 전국(제주 제외) 도매시장의 돼지고기 평균 경매 가격은 kg당 3,304원까지 떨어졌다. 돼지고기 도매가격은 아프리카돼지열병이 국내에 발병한 이후 지난달 18일 6,201원까지 치솟았지만 지난달 30일 4,725원을 기점으로 하락세로 돌아섰다. 이달 2일에는 4,013원까지 떨어지더니 3일부터는 4,000원대 밑으로 내려갔다. 이는 발병 이전인 지난달 16일 4,558원보다 낮은 수치다. 반면 소고기와 닭고기 가격은 오름세를

기록하고 있다. 지난달 16일 소고기(한우)의 kg당 도매가격은 1만4,596원이었지만 아프리카돼지열병 발병직후 1만9,266원으로 뛰었다. 이후 소강상태에 접어들었지만 8일 기준 1만8,065원으로 여전히 상승세를 유지하고 있다. 닭고기의 가격 변동 폭은 더 가파르다. 지난달 16일 697원이었던 생계유통가격은 같은달 19일 1,000원대를 돌파한 후 8일 기준 1,600원으로 급등했다. 소·닭 등 대체재 가격의 상승세는 소비자들의 불안심리로 인해 돼지고기 소비가 위축된 데 따른 것으로 분석된다. 업계에서는 경매가 상승 때 사들이 물량과 하락했을 때 구매 물량이 아직은 흔해져 있어 소매가까지 가격이 반영되는



데는 시간이 필요할 것으로 보고 있다. 또 아프리카돼지열병이 장기화될 경우 대체육인 소고기, 닭고기 가격은 당분간 오름세를 기록할 것으로 보여 소비자들의 가격 부담도 커질 것으로 전망된다. 유통업계 관계자는 “아프리카돼지열병 발병 이후 돼지고기 대신 소고기와 닭고기를 구매하는 소비자가 눈에 띄게 늘어난 관련 매출에도 영향을 미치고 있다”며 “이같은 상황이 장기화될 경우 육류 소비에 대한 소비자들의 부담도 커질 수밖에 없다”고 말했다. 이에 정부는 소비촉진 행사를 여는 방안도 검토하고 있다. 농식품부 관계자는 “일시 이동 중지가 해제되면서 출하물량이 늘어 돼지고기 공급은 원활한데 반해 소비심리는 위축되면서 가격이 내려가고 있다”며 “생산지단체, 농협 등과 같이 소비촉진행사를 검토하고 있다”고 말했다. /길용현 기자

# “주식 공매도 업틱룰 위반 ‘깜깜이’”

“감시 강화해야”

공매도를 통한 주가 하락을 막기 위한 장치인 ‘업틱룰’ (Uptick rule) 규제에 대한 금융 당국의 관리가 느슨하다는 지적이 나오고 있다. 업틱룰은 공매도할 때 바로 직전 체결 가격보다 높은 가격으로 주문을 내도록 하는 규정으로, 공매도 대상 종목의 주가가 공매도로 인해 현재가보다 낮아지는 것을 원칙적으로 차단하기 위한 장치다. 9일 국회 정부위원회 소속 더불어민주당 김병욱 의원이 금융감독원에서 제출받은 자료에 따르면 2008년 8-9월 45개 증권사를 대상으로 벌인 공매도 부문 검사에서 ‘공매도 호가 표시 위반’ 규모가 13조8,000억원에 달했다. 이 가운데 업틱룰 위반 금액은 8조31억원이었다. 당시 업틱룰 위반으로 적발된 증권사는 32곳으로 이 가운데 3곳은 기관 경고, 15

곳은 기관주의, 14곳은 경영유의 조치를 각각 받았다. 그러나 한국거래소는 최근 현황 요구 자료에서 “업틱룰 도입 이후 현재까지 업틱룰 위반으로 인한 거래소 회원 제재 사례는 없었다”고 답했다. 김병욱 의원은 “거래소는 업틱룰 규정 위반 등 불공정 거래를 적발하는 기관임에도 그동안 ‘업틱룰 위반 사례가 없다’고 답해왔다”며 “현실조차 제대로 파악하지 못하는 것”이라고 지적했다. 또 김 의원은 “파생상품시장조성사제지’와 ‘ETF 헤지’는 2009년 3월부터 업틱룰 예외조항이 적용됐으나 2000-2019년 업틱룰 예외 조항 거래대금 자료를 보면 이미 2008년부터 예외조항 거래가 존재한다”며 “예외조항 도입 전에 해당 거래가 이뤄졌다는 것은 금융당국이 파악하지 못했거나 제대로 관리·감독을 하지 않았다는 것”이라고 꼬집었다. /서울·강병운 기자

# “국민연금 소득대체율·보험료를 올리면 고령층 분배 악화”

한국경제학회 “기초연금 감액되는 구조 때문”

국민연금 소득대체율을 50%까지 높이면 고령층의 소득분배가 오히려 나빠진다는 분석이 나왔다. 9일 한국경제학회 경제학연구에 실린 ‘국민연금의 소득재분배 효과 분석’을 보면 고령화 경제에서 국민연금 소득대체율을 50%로, 보험료를 13%로 올렸을 때 65세 이상 인구 가처분소득의 지니계수는 0.091에서 0.108로 상승했다. 지니계수는 한 국가의 소득불평등도를 나타내는 지표로 이 지수가 커졌다는 것은 분배가 나빠졌다는 것을 뜻한다. 이영재 한국은행 과장과 한중석 한국조세재정연구원 연구위원, 홍재화 서울대학교 교수는 이 논문에서 ▲20세 이상 인구가운데 65세 이상인 비중이 38%로 높아지고 ▲소득대체율(50%)과 보험료를

(13%)이 오르면 ▲국민연금에서 재정적자가 발생하는 경우 정부가 소득세율을 올려 이를 보전하는 상황을 가정해 분석했다. 이런 결과는 소득대체율이 오르면서 연금도 많이 받게 되기 때문으로 분석됐다. 또 국민연금 수급액이 일정 수준을 넘어서면 기초연금이 감액된다는 점도 영향을 미쳤다. 현행 제도에서는 기초연금 기준 연금액(월 25만원)의 1.5배가 넘는 국민연금을 받으면, 기초연금이 줄게 된다. 다만 경제 전체로 넓혀 보면 국민연금을 개편했을 때 소득분배가 개선됐다. 20세 이상 인구 전체를 놓고 보면 국민연금 소득대체율, 보험료를 올렸을 때

지니계수는 0.290에서 0.266으로 하락했다. 이는 보험료율, 소득세율 인상으로 근로자 가구의 소득이 고령층으로 이전된 결과다. 한편, 고령화 사회에서는 기대수명이 늘어 개인들의 저축동기가 상승, 총자본이 증가하는 것으로 알려져 있으나 분석 결과는 다르게 나타났다. 국민연금 재정적자를 보충하기 위해 소득세를 올릴 경우 총자본은 24% 감소하는 것으로 분석됐다. 소득세 인상으로 개인들의 가처분소득이 줄고, 이에 소비와 저축이 모두 줄어든다고 논문은 분석했다. 보고서는 “고령화 경제에서는 생산가능인구 감소로 총노후가 줄 뿐 아니라, 자원 총량을 위해 소득세를 올리게 돼 총자본이 줄어든다. 이에 총생산도 감소한다”고 밝혔다. 이어 “소득대체율과 보험료를 조정과

같은 개편안은 은퇴 이후 연금수급자 사이의 소득재분배를 오히려 악화시킨다”며 “연금 제도 개편에 관해서는 적자재정 보전이나 기초연금과의 관계도 종합적으로 고려해야 한다”고 제안했다. 지난해 말 정부는 국민연금 개편안을 내놓으면서 ▲현행 유지 ▲현행 유지하되 기초연금 40만원으로 인상 ▲소득대체율 45% 상향 및 보험료율 12% 인상 ▲소득대체율 50% 상향 및 보험료율 13% 인상 등 4가지 방안을 제시했다. /연합뉴스

# 광주은행, ‘카카오 알림톡’ 서비스

14일부터 분실신고 등 고객에 메시지

문자메시지(SMS/LMS)로 발송하고 있는 금융알림성 메시지가 오는 14일부터 일부 메시지를 시작으로 순차적으로 ‘카카오 알림톡’을 적용해 발송할 예정이라고 9일 밝혔다. 카카오 알림톡을 통한 금융알림성 메시지는 ▲은행 대고객 공지 ▲결제일/금액 안내 ▲계좌 신규 안내 ▲각종 분실신고 등이다. 단 계좌 입·출금

및 카드 승인 내역 알림은 제외된다. 또 카카오톡 미사용 고객 또는 카카오톡 수신 오류시에는 자동으로 문자(SMS/LMS)메시지로 대체 발송된다. 기타 자세한 내용은 광주은행 홈페이지를 참조하거나 가까운 영업점 또는 고객센터로 문의하면 된다. /서미애 기자



기아자동차는 지난 8일 브랜드복합문화공간 ‘비트360’에서 윤희탄과 함께 고객 초청 음악 행사 ‘비트 라이브 위드 셀토스’를 진행했다. /기아차 제공

# 기아차, 비트 라이브 위드 셀토스 성료

고객 초청 문화행사... ‘윤희탄’ 출연 여성들 반응 뜨거워

SUV 시장 내 인기 차종 ‘셀토스’와 실력과 싱어송라이터 ‘윤희탄’의 만남으로 화제를 모은 ‘비트 라이브 위드 셀토스(BEAT LIVE WITH SELTOS)’가 고객들의 큰 관심 속에 성황리에 종료됐다. 기아자동차는 최근 기아차의 브랜드 복합문화공간 ‘비트360(BEAT 360)’에서 윤희탄과 함께 고객 초청 음악 행사 ‘비트 라이브 위드 셀토스’를 진행했다고 9일 밝혔다. 기아차는 셀토스를 선택하는 2030 여성

고객들이 늘어나는 상황에서, 2030 여성들에게 큰 인기를 얻고 있는 싱어송라이터 윤희탄과의 시너지를 바탕으로 문화 공연을 통해 고객들과 소통하고 젊고 활력 있는 브랜드 가치를 나누고자 기획했다. 기아자동차는 사전 응모를 통해 75쌍(총 150명)을 초청해 ▲셀토스 미니 쿼츠 이벤트 ▲행사장 내외부에 전시된 셀토스 포토존 ▲다양한 경품을 제공하는 럭키드로우 등 다채로운 프로그램을 진행했으며, 고객과 싱어송라이터 윤희탄이 함께

하는 ‘토크 & 뮤직 콘서트’는 참석 고객들로부터 뜨거운 반응을 이끌어냈다. 기아차 관계자는 “고객들이 셀토스에 보내주시는 사랑에 보답하고, 문화 공연을 통해 고객분들과 소통하고자 이번 행사를 기획하게 됐다”면서 “앞으로도 기아차는 기아자동차 브랜드가 가지고 있는 즐겁고 역동적인 가치를 고객분들과 공유할 수 있는 다양한 행사를 마련할 것”이라고 밝혔다. 한편, 기아자동차 셀토스는 지난 7월 출시 이래 3개월 만에 누적 계약 2만6000대, 누적 판매 1만6000대를 돌파하며 두달 연속으로 ‘국내 소형 SUV 시장 베스트셀링 모델’에 꼽히는 등 꾸준한 인기를 이어가고 있다. /길용현 기자

**M 전남매일 함께육아 캠페인**

같이 하는  
**함께육아**  
가치 있는  
**행복육아**

**본 캠페인은**

**광주광역시**

**보건복지부**

**저출산극복사회연대회의**

**인구보건복지협회광주전남지회가 함께합니다**