

전국 상위 20% 매매가, 하위 20%의 9.8배

아파트값 양극화 심화...고-저가 격차 역대 최대
서울 3.3㎡당 5천만원 돌파...경기 빌라 2억 넘어

새해 들어 전국적으로 아파트 매매·전세 시장 모두 양극화가 역대 최대로 심화한 것으로 나타났다.

24일 KB국민은행의 월간 주택시장동향 시계열 통계에 따르면 이달 전국 아파트 5분위 배율은 매매 9.8, 전세 7.7로 집계됐다. 이는 2008년 12월 관련 월간 조사가 시작된 이래 역대 가장 높은 수치다.

5분위 배율은 주택을 가격순으로 5등분해 상위 20%(5분위)의 평균 가격을 하위 20%(1분위)의 평균 가격으로 나

눈 값이다.

고가주택과 저가주택 사이의 가격 격차를 나타내는 것으로, 배율이 높을수록 양극화가 심하다는 것을 의미한다.

전국적으로 가격 상위 20%의 아파트가 하위 20% 아파트보다 매매가는 9.8배, 전셋값은 7.7배 높은 셈이다.·

이달 전국 하위 20%의 아파트값은 평균 1억2,407만원으로 지난달보다 84만원 떨어졌지만, 상위 20%의 아파트값은 평균 12억1,332만원으로 2,357만원 올라 처음으로 12억원을 돌파했다.

같은 기간 전셋값은 전국 하위 20%의 아파트가 지난달보다 4만원 하락한 8,808만원이었으나 상위 20%의 아파트는 1,364만원 상승한 6억7,709만원에 달했다.

최근 집값이 고점이라는 인식이 확산하면서 매매가와 전세가 모두 상승 폭이 둔화되거나 지역별로 하락하는 곳이 많아졌지만, 초고가 아파트는 외려 가격이 오르면서 양극화가 심해지는 것이다.

지역별로 보면 매매의 경우 이달 모든 지역에서 5분위 배율이 전달 대비 높아진 것으로 나타났다.

특히 지방 5대 광역시와 다른 도 지방의 5분위 배율이 각각 5.7, 6.9를 기록하며 관련 조사가 시작된 이래 월간 역대 최고치를 기록했다.

지방에서도 주거 양극화가 가속화되는 것으로 풀이된다.

지난해 1월부터 올해 5월까지 아파트 값 5분위 배율이 6.0 이상이었다가 지난 6월부터 5.0대로 내려온 수도권은 이달 수치가 5.8로, 최근 3개월 연속으로 상승세를 나타냈다.

전세의 경우도 서울(4.0)과 인천(4.1), 5대 광역시(4.9), 기타지방(6.4) 등에서 5분위 배율이 역대 최고치(소수점 둘째 자리까지 비교한 기준)를 경신했다.

박원갑 KB국민은행 수석부동산전문위원은 “올해 대출 규제와 금리 인상에 따른 여신 축소로 자산 시장의 양극화는 더욱 심화할 것으로 보인다”며 “초고가 주택은 이미 대출 규제를 받는 상황에서

구매력이 약한 계층이 많이 사는 주택의 타격이 클 수밖에 없다”고 분석했다.

한편 서울 3.3㎡당 평균 아파트 매매가는 이달 5,011만원으로, 처음으로 5,000만원을 넘어선 것으로 나타났다.

경기 빌라(연립·다세대)의 평균 매매가는 이달 2억10만원을 기록해 2억원을 돌파했다.

서울 아파트 월세 지수는 109.9를 기록해 관련 통계가 작성되기 시작한 2015년 12월 이래 또 최고치를 갱신했다.

전셋값 상승과 전세대출 규제 강화, 보유세 부담 증가에 따른 다주택자들의 세입자 조세 부담 전가 등이 복합적으로 작용하면서 월세 수요와 거래가 늘고, 공급은 부족해지는 결과로 풀이된다.

/연합뉴스



청년일자리 도약장려사업 개시

광주경영자총협회는 청년을 정규직으로 채용한 중소기업에 연간 최대 960만원을 지원하는 고용노동부 청년일자리 도약장려금 광주·전남지역 운영기관으로 선정됐다고 24일 밝혔다.

청년일자리 도약장려금 사업은 청년추가 고용장려금, 청년채용특별장려금, 청년디지털일자리 사업이 일원화 되는 것으로 중소기업이 만 15~34세 청년을 정규직으로 채용 후 6개월 이상 고용을 유지한 경우, 기업에 1인당 월 최대 80만원씩 1년간 총 960만원을 지원한다.

이번 사업은 정보기술(IT) 직무에 한정된 기존의 청년 디지털 일자리 사업과 달리 직무 범위에 제한을 두지 않았다는 것이 특징이다. 광주·전남지역에 배정된 인원은 총 9,000여 명으로 예산 사정에 따라 조기 마감될 수 있다.

/황애란 기자

오비맥주, 몽골 환경난민 생필품 전달

오비맥주(대표 배하준)가 지난 23일 ‘카스 희망의 숲’ 조림지역인 몽골 에르덴 솜에서 국제 환경단체 ‘푸른아시아’와 함께 조림사업에 동참하는 환경난민의 안전하고 건강한 겨울나기를 위해 방역물품과 생필품을 전달했다고 밝혔다.

‘따숨박스’는 오비맥주와 국제 환경단체 푸른아시아가 2010년부터 몽골에서 펼치고 있는 ‘카스 희망의 숲’ 조림사업 프로젝트의 일환으로 마련됐다.

몽골의 사막화 등 급격한 기후변화로 생활 터전을 잃고 겨울철 극심한 한파를 겪는 몽골 환경난민들에게 방한용품을 지원하는 등 따뜻한 온정을 나누기 위해 기획했다.

특히 올해는 코로나19 장기화로 국제 물류 운송이 원활하지 않은 현지 상황을 고려해 위생·방역물품과 함께 밀가루, 쌀, 식용유 등 생필품도 지원했다.

/이연수 기자



몽골 카스 희망의 숲 인근 하늘마을 주민들이 푸른아시아의 현지 활동가와 따숨박스 전달식에 참석해 기념사진을 찍고 있다. /오비맥주 제공

1회용컵 음료 구매시 보증금 300원 내년부터 PVC 랩·플라스틱 포함 물티슈 사용 금지

올해 6월 10일부터 커피 판매점, 패스트푸드점 등에서 1회용컵에 담긴 음료를 사려면 1개당 300원의 보증금을 내야 한다.

또 이르면 내년부터는 플라스틱 재질의 물티슈 사용이 제한되고, 2024년부터는 축·수산물 포장용 랩으로 쓰이는 폴리염화비닐(PVC) 재질의 포장재 사용이 금지된다.

환경부는 이러한 내용을 담은 ‘자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률 시행령’ 등 3개 지원순환 분야 하위 법령 일부개정안을 25일부터 40일간 입법예고한다고 24일 밝혔다.

1회용컵 보증금제는 커피 판매점, 제과·제빵점, 음료 판매점 등 전국 3만 8,000여개 매장에 적용된다. 소비자는 1회용컵에 담긴 음료를 구매

할 때 보증금을 내고, 해당 컵을 구매한 매장이거나 보증금제를 적용받는 다른 모든 매장에 돌려주면 보증금을 돌려받을 수 있다.

한번 반환된 컵은 다시 반환하더라도 보증금 지급 대상이 아닌 것으로 인식돼 이중 반환이 불가능하다. 컵 표면에는 한국조폐공사에서 제작한 위·변조 방지 스티커도 부착된다.

대형마트에서 축·수산물 포장용 랩으로 널리 쓰이는 폴리염화비닐(PVC) 재질의 포장재는 2024년부터 사용이 전면 금지된다.

이와 함께 이르면 내년 하반기부터 식당에서는 플라스틱이 함유된 1회용 물티슈 대신 위생물수건이나 플라스틱이 함유되지 않은 물티슈를 사용해야 한다.

/연합뉴스

“온누리상품권으로 명절 준비하세요”

간편결제진흥원, 전통시장서 10% 할인 혜택

한국간편결제진흥원은 설 명절 모바일 온누리상품권과 대한민국수산대전 상품권 등 제로페이 상품권으로 명절 준비 비용을 아낄 수 있다고 24일 밝혔다.

모바일 온누리상품권은 전국 전통시장 및 상점가에서 쓸 수 있는 제로페이 연계 모바일 상품권으로, 10% 구매 할인 혜택을 제공한다. 소득 공제 및 자동 영수증 발행이 가능해 경제적이고 편리하다.

구매 및 사용 방법도 간단하다. 제로페이 모바일상품권을 이용할 수 있는페이 앱 및 은행 앱에서 모바일 온누리상품권

떡볶이 등 각 전통 시장의 대표 먹거리를 배달 주문할 수 있다. 모바일 온누리상품권과 연계돼 할인은 덤이다.

‘대한민국수산대전 상품권’은 제로페이 가맹 수산물 판매업종에서 사용할 수 있으며, 20%의 할인율을 제공한다.

현재 모바일 온누리상품권 구매 및 사용이 가능한 앱은 ▲체크페이 ▲머니트리 ▲티머니페이 ▲제로페이 온 ▲010 제로페이 ▲유비페이(UBpay) ▲NH폭뱅크 ▲올원뱅크(농협) ▲우리원뱅크(우리은행) ▲전북은행 ▲광주은행 ▲전남상품권 ▲신한SOL ▲택시제로페이 등 27개다.

/황애란 기자

“이번 설엔 가족에만 선물”

이번 설에는 지인들까지 두루두루 챙기기 보다는 가족에게만 선물을 집중하겠다는 소비자들이 많았다. 특히 가족 선물 예산은 넉넉하게 잡고 자기 자신에 대한 선물에는 지출을 줄이려는 경향을 보였다.

G마켓과 옥션은 최근 고객 2,868명을 대상으로 설문조사를 진행한 결과 응답자 10명 중 7명(69%)이 ‘가족에게 선물을 집중하겠다’고 답했다고 24일 밝혔다. ‘만나지 못한 친지나 지인을 두루 챙기겠다’는 응답은 16%에 불과했다.

선물 품목으로는 건강식품(31%)을 가장 많이 꼽았고, 신선·가공식품(20%)과 디지털·가전(13%)이 뒤를 이었다.

G마켓 관계자는 “가족과 만남조차 줄어들면서 가족 중심의 소비 형태가 당분간 지속될 것으로 전망된다”고 설명했다.

우리지역 광주·전남 제품
지역인재 고용창출에 앞장서는 기업

스탠드형

사무실, 가정용

어린이집, 유치원 특화제품

벽걸이형

경로당, 병원, 노인복지시설

사무실, 초·중·고 학교용 특화제품

DK 디케이 주식회사

소비자만족센터(구입 및 A/S)
1544-1154