

코스피 10월에도 맥 못 춘다... “하단 2020~2100 전망”

9월 한달간 12.8% 추락 고전 지속
美 기준금리 연말까지 4.5% 예상
증권사 “각국 중앙은행 고강도 긴축
실물 수요 둔화 등 증시 불안 발생”

9월 한 달간 12.8% 추락한 코스피가 10월에도 고전할 것으로 보인다. 2400선이었던 코스피는 9월 30일 종가 기준, 2155.49까지 떨어졌다. 이는 종가 기준으로 지난 2020년 7월 10일 2150.25 이후 가장 낮은 수준이다.

9월 마지막 날 코스피는 장 중 2134.77까지 내리며 2020년 7월 2일 장 중 2113.98 이후 최저치를 찍기도 했다.

국내 증시의 악세 흐름은 예견됐던 부분이다. 코로나19 팬데믹 이후 미 연준을

포함한 전 세계 주요국 중앙은행의 강한 긴축기조가 이어지는데다 무역수지 적자는 7개월째 이어지고 있으며 그 폭이 더욱 커지고 있다. 게다가 환율이 오르면서 이제 달러당 1450원대를 앞두고 있다.

특히 세 번 연속 자이언트 스텝(기준금리 75bp 인상)을 밝은 미 연준의 행보에 달러의 기세가 등등하다. 기준금리 역전 이후 원-달러 환율은 1440원대를 넘어섰으며 글로벌 금융위기 당시인 2009년 3월의 1488원 수준을 넘어설 것으로 예상된다.

이 같은 상황 속에서 외국인 투자자들의 이탈은 가속화되고 있으며 이를 받아주던 개미(개인 투자자)들도 두 손을 들 상태다. 이에 거래대금 역시 줄어들어 지난해 9월과 비교하면 45% 이상 감소했다.

특히 9월 마지막 주는 압도한 한 주

였다. 미 연준이 연방공개시장위원회(FOMC) 이후 고강도 긴축을 지속하겠다는 의지를 재확인함에 따라 월요일인 26일에는 3%나 급락했다. 이어 수요일인 28일엔 또 다시 2.5%가 떨어졌으며 결국 2200선이 무너졌다. 말요일인 30일에는 앞서 언급한 것처럼 또 다시 연저점을 갱신했다.

미국이 또 다시 기준금리를 올릴 것으로 예상됨에 따라 연말까지 미국의 기준금리는 4.5% 수준에 이를 것으로 예상된다. 이에 한국은행 역시 기준 금리 인상을 피할 수 없을 것으로 보인다.

아울러 러시아-우크라이나 전쟁 장기화를 비롯해 글로벌 이슈로 인한 금융시장의 불안정성도 여전하다.

엘리자베스 트러스 영국 총리의 강제 정책으로 파운드가 하락하며 글로벌

금융시장이 요동치자, 하루만에 이를 철회하는 헤프닝이 벌어지기도 했는데, 그 직후 미 증시 3대 지수가 모두 2% 이상 급락한 점을 감안하면 현재 전 세계 증시가 얼마나 예민한 상황인지도 잘 보여준다.

코스피도 이에 힘입어 4일에는 반등 중이다. 전장보다 34.02p(1.58%) 높은 2189.51에 개장해 외국인의 순매수에 힘입어 상승 폭을 키우고 있다. 오후 1시 40분 현재, 2.58% 올라 2211.06을 가리키며 2200선을 회복했다. 이는 전날 미국 증시 3대 지수가 2% 이상 반등한 반응이다.

주요 증권사들은 10월 국내 증시 하단을 2020~2100 수준으로 예상하고 있다. KB증권은 코스피 예상밴드 하단 2020을, 신한투자증권은 2050, 한국투자증권-하나증권-미래에셋증권-키움증권은

2100를 점치고 있다. 키움증권의 한지영 연구원은 월간 전망 보고서에 “주요국 증시는 9월 한 달간 10%대 폭락세를 연출하며 투자심리도 크게 훼손된 상황이다”며 “인플레이션과 각국 중앙은행들의 고강도 긴축, 실물 수요 둔화 등이 증시 불안을 발생시킨다”고 지적했다.

또한 “10월에도 매크로(거시경제), 정치, 실적 측면에서 불확실성이 상존하기에 주식시장은 연저점 테스트 과정을 반복할 것이다”고 진단했다.

노동실업률, 신환투자증권 연구원은 “10월 주식시장은 통화정책 강도 약화 기대감을 갖기에 이르다”는 점에서 보수적으로 접근할 필요가 있다”고 밝혔다.

대부분 10월에도 악세 흐름에서 벗어나기 어렵다고 예상하고 있지만, 각 기업들의 3분기 실적발표를 앞두고 있는 가

운데 반등 포인트를 찾을 수 있다는 의견도 제시되고 있다. 아울러 국내 증시가 과거 글로벌 금융위기나 미중 무역전쟁과 때때로 시스템 리스크만큼 과도한 가격조정을 받은 상태라는 견해도 있다.

외환시장에 이어 증권시장에도 정부의 개입이 본격화될 것으로 보인다. 정부는 10월 중순에 약 10조원 규모로 증권시장안정펀드 조성을 비롯한 시장 안정 조치에 대해 논의를 진행해오고 있다.

전문가들은 이 같은 정부의 개입이 큰 영향을 보긴 어려울 것으로 보고 있다. 국내 증시 시가총액이 2016조원임을 감안하면 10조원 규모는 0.53%에 불과하기 때문이다. 아울러 규모 문제와 떠나 시그널에 최근 증시의 예민성을 감안하면 정책의 실기에 대한 문제제기도 불가피하다.

박종호 기자 psh@sporbiz.co.kr

‘노마스크’ 호재에도... 3분기도 먹구름 짙은 뷰티업계

아모레퍼시픽그룹과 LG생활건강 등 K 뷰티업체가 야외 마스크 착용 의무가 해제되는 등 호재속에서도 하반기 실적 회복이 힘들 것인 전망이 나오고 있다.

실내 마스크 착용 의무가 여전히 남은 데다 해외법인 매출의 절반 이상을 차지하는 중국 시장에서 부진이 계속될 것이란 전망 때문이다.

5월 금융정보업체 에프앤가이드에 따르면 아모레퍼시픽의 올 3분기 매출액은 1조318억원, 영업이익은 398억원으로 전년 같은 기간 대비 각각 12.3%, 56.4% 줄어 들 것으로 추정된다.

같은 기간 LG생활건강도 매출액은 3.7% 감소한 1조9352억원, 영업이익은 26.6% 떨어진 2511억원을 시현할 것으로 예상된다.

이 같은 실적 감소 배경에는 중국 현지 소비 둔화와면서 체인의 매출 감소가 주요 원인으로 꼽힌다.

실내 착용 유지나 매출 부진 영향 아모레 영업익 전년비 56% ↓ 전망 LG생건도 하반기 실적 저조할 듯 북미러 등 늘 돌려 영도 확장 나서



K뷰티가 한류의 바람을 타고 폭풍성장세를 이뤘지만, 전반적으로 중국 소비자들의 K뷰티에 대한 관심이 줄어들고 있다는 게 업계의 시각이다.

최근 열린 중국의 상반기 최대 행사 618 행사에서 아모레퍼시픽과 LG생활건강 모두 10위 안에 이름을 올리지 못했다.

이제 뷰티업체들은 전체 매출 중 큰 비중을 차지하고 있는 중국 의존도를 낮추기 위해 북미, 일본 등으로 눈을 돌리는 등 K뷰티의 위상을 되찾기 위해 힘을 쏟고 있다.

아모레퍼시픽은 최근 미국 클린뷰티 브

랜드 ‘타타하퍼’를 인수해 북미 스킨케어 시장 공략에 시너지 효과를 낼 계획인 것으로 알려졌다. 일본에서 브랜드 라네즈가 이달부터 오프라인 매장에 첫 진출한 바 있다.

LG생활건강도 올 상반기 미국 화장품 브랜드 ‘크림샵’과 미국 헤어케어 브랜드 ‘알티 픽스’를 인수하며 북미 시장 공략에 나서고 있다. 지난 5월 일본 ‘썬키오’도 오프라인에 화장품용 연구 개발하는 ‘마이크로바이옴 센터’를 설립했다.

업계 관계자는 “중국 온라인 쇼핑 최대 할인 행사인 광군제(11월 11일) 특수도 미치지 못했다”

뷰티업체들이 중국 외 일본 북미 등 해외 시장에서 다양한 브랜드를 전개하면서 각각의 시장에서 부합하는 전략으로 적극 도전하고 있는 상황”이라고 말했다.

고연민 기자 yll11@sporbiz.co.kr



‘프리즈 아르투아’, 오비맥주 제공

우리에 맞는 술 추천... ‘페어링’ 대세

외식업계 고객에 미식 경험 선사
지평주조·오비맥주 등 매장 오픈

최근 외식업계에서 음식과 조합이 좋은 술과 음료를 추천해주는 ‘페어링’이 마케팅 트렌드로 자리잡았다. 색다른 경험을 중요시하는 MZ세대 소비자들에게 음식과 술의 궁합을 강조하며 자사의 브랜드 인지도를 제고할 수 있는 때문이다.

지평주조는 서울 송파구 문정동 사옥 1층에 김세진 셰프와 협업한 한식 말차차림 공간 ‘푼주’를 오픈했다. 대한민국 요리협회 제33호 김세진 셰프는 국내 최연소 육수 부분 명인으로 서울 이태원 길림관에서 레스토랑 초승달을 운영 중이다.

지평주조 관계자는 “한국의 맛과 멋을 공유할 수 있는 다양한 파트너와 협업해 한국 술 페어링에 대한 인식을 확장하고 ‘푼주’를 한국 음식에서 나아가 문화와 함께하는 한국 술 문화 플랫폼으로 성장시킬 계획”이라고 말했다.

오비맥주는 브랜드 스텔라 아르투아는 이태원에 레스토랑 ‘프리즈 아르투아’를 열었다. 방문객에게 스텔라 아

르투아 생맥주와 ‘프리즈’ 등 벨기에 대표 음식을 만들어내는 레스토랑이다. 스텔라 아르투아는 지난해 소비자들 사이에서 큰 인기를 끌었던 팝업 레스토랑 ‘프리즈 아르투아’를 올해 상시 운영 레스토랑으로 다시 오픈했다.

프리스지는 주류 트렌드에 맞춘 페어링 밀키트 출시를 꾸준히 진행해오고 있다. 최근에는 아삭하면 떠오르는 대표 맥주들로 구성된 ‘아삭자 밀키트’ 4종을 출시했다. 아삭을 간편하고 맛있게 먹기 위해 기획된 제품으로, 늦은 밤 아삭이 생각나는 마음을 뜻하는 ‘아삭(아삭)저격 밀키트’이다.

아삭자 밀키트 4종은 치킨부터 막창까지 호불호 없는 아삭 메뉴들로, 1-2인이 간편하게 먹기 좋은 양으로 제작됐다. 지난해 여름에는 하이네켄과 협업해 ‘하이네켄 0.0’와 최상의 조합으로 즐길 수 있는 ‘스팀계고구리 칵테일’과 ‘스프링스피드 피쉬앤칩스 스텔라 맥스’로 감바스 알 아히요 3종을 출시했다.

업계 관계자는 “푸드와 주류 페어링에 대한 소비자들의 관심이 높아지며 음식과 술의 궁합이 잘 맞는 조합으로 마케팅을 하는 방식이 자리잡았다”라고 말했다.

양진희 기자 jwon04@sporbiz.co.kr



SKT “13~34세까지 '0' 혜택 맞겠 누리러”

SK텔레콤이 컬처브랜드 ‘이영, Young’의 대상 고객을 기존 만 13~24세에서 만 13~34세로 대폭 확대하고, 다양한 혜택을 새롭게 제공한다고 4일 밝혔다. 사진은 ‘0’ 혜택 소개하는 모델. 연합뉴스

“새웃 입고 가을나들이 가자”... 패션, 아우터 매출 쟁점

본격적인 노마스크 시대가 열리면서 패션,류업계의 가을-겨울 류류 소비매출이 부쩍 늘고 있다.

5일 업계에 따르면 8월부터 지난 15일 까지 세정 윌리비아로렌의 가을 아우터 매출은 전년 동기 대비 54% 증가했다. 윌리비아로렌은 올해 아우터 매출이 호조를 보이는 가장 큰 이유로 트렌드에 맞는 상품의 변화와 전속모델 효과를 꼽았다.

올들어 옷 가장 아우터의 수요가 높아진 가운데, 여성스러운 실루엣을 강조한 제품들이 판매율이 높았다. 옷 가장 아우터 중 소매 턴업 라운드넥 제킷은 올해

준비한 물량의 78%가 이미 팔려나갔다. 7부 기장의 소매 부분에 볼륨감을 더해 여성스러움을 강조했으며, 금속 장식 단추로 포인트를 준 제품이다. 또 전속모델 이자이가 착용해 화제가 되고 있는 일명 이자이 컬렉션도 매출 향상을 이끌고 있는 것으로 분석됐다.

윌리비아로렌 관계자는 “본격적인 가을이 돌아오면서 아우터 역시 호조를 보이는 것으로 파악된다”고 말했다.

브랜드엑스코퍼레이션의 액티브웨어 브랜드 제시라는 일직감치 선인인 아우터 판매량이 급증하면서 증대 효과를 톡톡하게 보고 있다. 지난 8월 기준 바람

막이, 플리스 등 아우터 판매량이 전년 대비 175.1% 증가한 것이다.

특히 일교차가 10도 이상 크게 났던 8월 4~5주차는 전년 동기 대비 269.5% 판매량이 상승했다. 이중 바람막이는 아우터 전체 판매량의 50.2% 차지한다. 지난해 큰 인기를 끌었던 플리스 아우터는 8월 판매량만 전년 대비 276.5% 상승해, 올 시즌에도 ‘볼글’이 유행을 이룰 것으로 예상된다.

제시믹스 관계자는 “올겨울 강추위가 예고된 만큼, 단가가 높은 가을-겨울 아우터 수요가 더욱 높아질 것으로 예상된다”며 “트렌드와 고객 눈높이에 부합하

가을-겨울 성수기 맞아 소비 부쩍
FW 주력제품 출시... 할인행사도

는 플리스, 패딩 등의 신제품을 선보이며, 매출 성장에 전력을 다할 계획이다”라고 말했다.

패션 업계에서는 FW 주력 제품 출시가 이어지자 할인 행사도 다양하게 진행되고 있다.

롯데백화점은 오는 12월 31일까지 캐시미어 제품을 할리데이 가격에 선보이는 ‘캐시미어 온리’ 행사를 진행하며, 신세계백화점도 오는 16일까지 가을 정기세일을 펼친다. 현대백화점도 다음 달 16일까지 양구정점전 전국 16개 전 점포에서 정기세일을 진행한다.

고연민 기자 yll11@sporbiz.co.kr

1인가구 2년 42% “부업 뛰는 N잡러”

KB금융지주 경영연구소 발표
저축비율 9.8%p↑ 89% 보험 가입

1인 가구 10명 가운데 4명은 2가지 이상의 직업을 가진 이른바 ‘N잡러’로 조사됐다.

아울러 1인 가구가 대체로 ‘올로(YOLO) 인생은 한 번뿐’ 가치관을 바탕으로 소비에 치중할 것이라는 분석과 달리 이들은 오히려 저축을 늘리는 추세이다.

KB금융지주 경영연구소가 3일 발표한 ‘2022년 1인 가구 보고서’에 따르면 전국 25~29세 남녀 1인 가구 2천명 대상의 온라인 설문조사 결과, 42%가 ‘복수의 직업 활동을 한다’고 답했다.

N잡러의 배경으로는 여류-비상사자(31.5%), 시간적 여유(19.4%), 생활비 부족(14.1%) 등이 꼽혔다. 저축에서 소비가 차지하는 비율은 평균 44.2%로 전년 같은 조사 당시(51.6%)보다 13.4%포인트(p)나 떨어졌다. 반대로 저축 비율(44.1%)은 9.8%포인트 높았다.

특히 20대 1인 가구의 절반 이

상이 “소득을 넘기지 않고 지출한다”(56.3%), “금융원천이나 상황을 고려해 정기적으로 자산을 점검·조정한다”(51.4%)고 답했다. 젊은 층도 계획적으로 소득·자산을 관리하려는 의지가 적지 않은 것으로 연구소는 해석했다.

1인 가구의 금융자산은 총유형보다 나눠보면 유동성자산(현금·시일금·CAM 등)이 41.8%로 가장 많았고, 예·적금(26.7%), 주식·ETF·선물·옵션(19.1%)이 뒤를 이었다. 2020년과 비교하면 유동성자산의 증가가 두드러졌다.

코로나19 이후 금융상품을 해지한 뒤 유동성 자산을 신규투자를 위한 대가 자금을 주로 보유하고 있는 것으로 분석됐다.

보험 가입률은 88.7%로 2년 새 13.4%포인트나 뛰었다. “현재 은·노후를 준비하고 있다”고 답한 1인 가구가 전체 62.5%로 전년 대비 1.5%포인트 증가했다.

1인 가구가 생각하는 노후 대비를 위한 최소 자금 규모는 평균 7947천만 원으로 집계됐다. 연합뉴스