

정부 ‘고강도 개입’에 환율 38원 뚫… 3년來 최대 하락

최대 50억 달러 풀어 시장 개입 강수… 환율 고삐 잡아
서학개미 ‘유탄’하면 양도세 감면 혜택… 당근책 제시도
코스피 장기 수익 기대 어려워 세계 지원 ‘약발’엔 의문

금융당국의 개입으로 원달러 환율이 크게 하락했다. 정부는 해외 투자를 국내 투자로 전환하기 위한 대책도 내놓았지만 한국 주식 시장의 신뢰성 문제가 발목을 잡을 것으로 보인다.

25일 새벽 2시 기준 원달러 환율은 전장 서울환시 종가 대비 37.9원 하락한 1445.70원에 마감했다. 이번 하락 폭은 3년 1개월 만에 최대 하락폭이다.

계속되는 환율 상승으로 심리적 저항선이 1500원선이 무너질 수 있다는 전망이 나오며 이전부터 금융당국이 개입할 수 있다는 신호가 계속 나왔다.

외환당국은 “최근 원화의 과도한 약세는 바람직하지 않다”며 “정부의 강력한 의지와 종합적인 정책 실행 능력을 곧 확인하게 될 것”이라는 이례적으로 강력한 메시지를 날렸다.

금융당국은 구두 경고에서 그치지 않고 실개입까지 진행한 것으로 알려졌다. 정확한 액수는 알려져 있지 않지만 시장에서는 20억 달러에서 50억 달러에 달하는 물량이 시장에 풀린 것으로 보고 있다.

정부는 단기적인 환율 안정책에 그치지 않고 장기적으로 환율을 안정시킬 방안도 내놓았다. 환율 상승의 주요 원인으로 꼽히는 미국 주식 선호 기조를 해결하기 위한 방안이 주요 골자다.

먼저 개인투자자가 12월23일까지 보유하고 있는 해외 주식을 매각한 자금을 원화로 환전해 국내 주식에 장기 투자하는 경우 해외 주식 양도소득세에 대해 한시적(1년) 세제 혜택을 부여한다.

1인당 일정 매도 금액(5000만 원)을 한도로 양도소득세를 비과세하되 복귀 시기에 따라 세액 감면 혜택을 차등 부여할 예정



24일 서울 중구 하나은행 본점에서 직원들이 증시와 환율을 모니터링하고 있다. 이날 원·달러 환율은 33.8원 내린 1449.8원으로 3년 1개월 만에 최대폭 하락했다. 연합뉴스

이다. 다음으로 활용 가능한 환위험 관리 수단인 개인투자자들을 위해 주요 증권사들이 개인투자자용 선물환 매도 상품을

을 신속하게 출시할 수 있도록 지원하고, 이달 23일까지 보유하고 있는 해외주식에 대해 환헷지(선물환 매도)를 실시한 경우 양도소득세 혜택을 부여한다.

마지막으로 국내 모기업이 해외 자회사로부터 받은 배당금에 대한 이중과세 조정을 위해 해외자회사 수입배당금 익금불산입률을 95%에서 100%로 상향한다.

이번 세계 지원으로 2025년 3분기 말 개인투자자 해외 주식 보유 잔액(국제투자대조표 기준) 1611억 달러 중 상당 부분이 국내투자 등으로 전환되거나 환헷지가 이뤄지면 외화 공급 확대 효과가 나타날 것으로 예상된다.

기획재정부는 “정부는 국내 투자 확대와 외환시장 안정을 위해 조속히 입법을 추진할 예정이다”고 밝혔다.

다만 국내 개인투자자들의 국장 장기 수익 기대가 크지 않기 때문에 세계 지원이 있다고 해도 미국 주식에서 자금을 빼 한국 주식에 투자할지는 의문 부호가 붙고 있다.

한국은행은 최근 발표한 하반기 금융안정보고서에서 “수익률 기대 격차가 장기 간에 걸쳐 형성된 만큼 일시적인 수익률 개선만으로는 투자자의 기대를 변화시키기 어렵다”며 “기업 지배구조 개선과 주주환원 확대 등 정책적 노력을 통해 국내 자본시장의 장기 성과와 안정성을 높일 필요가 있다”고 설명한 바 있다.

이에 따라 국장의 신뢰성을 높이기 위한 정부의 장기적인 대책이 요구되고 있다.

양준규 기자 jgyang@skyedaily.com

1000원 팔면 432원 떼가… 면세점 수수료를 최고

공정위, 40개 유통사 실태조사
홈쇼핑 27.7%·백화점 9.1% 順

2024년 유통업체와 납품업체 간 거래에서 판매수수료율은 전반적으로 낮아졌으나, 업체별로 판매장려금과 기타 비용 부담 양상은 차이를 보였다.

공정거래위원회는 백화점, TV홈쇼핑, 대형마트, 아웃렛·복합쇼핑몰, 온라인쇼핑몰, 편의점, 면세점, 전문판매점 등 8개 업태의 40개 주요 유통업체를 대상으로 한 ‘대형유통업체 판매수수료율 등 실태조사 결과’를 25일 발표했다.

상품판매에 대비 납품업체가 유통업체에 지불하는 수수료와 추가비용 등을 합산한 실질판매수수료율은 면세점이 43.2%로 가장 높았다. 이어 TV홈쇼핑 27.7%, 백화점 19.1%, 대형마트 16.6%, 전문판매점 15.1%, 아웃렛·복합쇼핑몰

12.6%, 온라인쇼핑몰 10.0% 순이었다.

2023년 대비 수수료율이 0.4%p 상승한 TV홈쇼핑과, 올해 처음 조사된 면세점·전문판매점을 제외한 대부분 업태에서 실질수수료율은 전년보다 하락했다. 백화점과 아웃렛·복합쇼핑몰은 각각 0.1%p, 0.2%p 소폭 낮아졌고, 대형마트는 1.4%p 하락했다.

공정위는 조사에서 중소·중견기업이 대기업보다 상대적으로 높은 수수료를 적용받는 경향이 여전하다고 설명했다. 중소·중견 납품업체는 대기업 납품업체보다 평균 3.2%p 높은 실질수수료율을 부담했다. 다만 대·중소기업 간 격차는 전년보다 1.0%p 축소됐다.

편의점 등 직매입 거래에서 판매장려금을 지급한 납품업체 비율은 편의점이 48.8%로 가장 높았고, 전문판매점 29.6%, 대형마트 25.7%, 온라인쇼핑몰 19.1% 순이었다. 거래금액 대비 판매장려금 비율

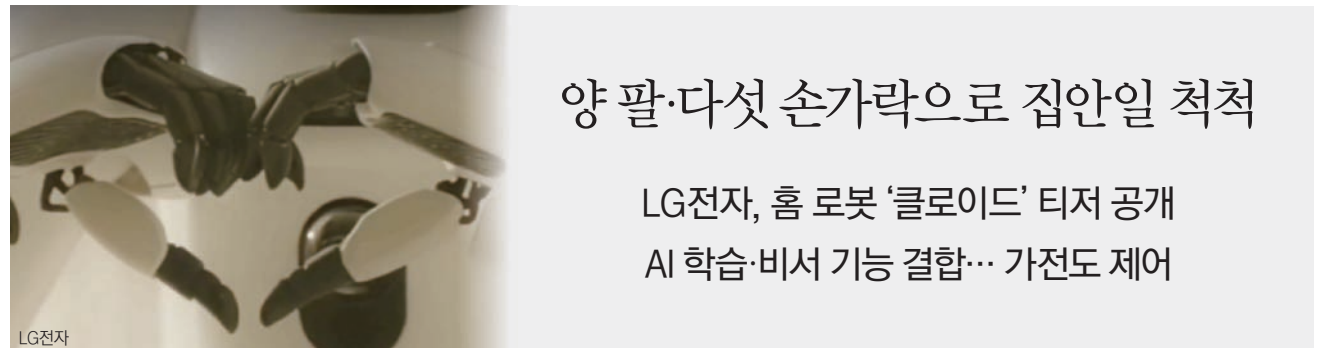
은 온라인쇼핑몰이 3.5%로 가장 높았으며, 전년 대비 증가 폭도 컸다.

판매촉진비와 물류배송비 등 추가 비용도 조사됐다. 거래금액 대비 추가 부담 비중은 편의점 8.1%, 온라인쇼핑몰 4.9%, 대형마트 4.6% 순이었다. 판매촉진비 비율은 온라인쇼핑몰(4.8%)이 높았고, 물류배송비 비율은 편의점(5.4%)에서 높게 나타났다.

임점업체가 부담한 매장 인테리어 변경비용은 1회 평균 기준으로 아웃렛·복합쇼핑몰 1억800만 원, 백화점 7200만 원, 면세점 3000만 원, 대형마트 1700만 원 순이었다. 백화점과 아웃렛·복합쇼핑몰에서는 전년보다 비용이 증가했다.

공정위는 온라인쇼핑몰 분야를 중심으로 판매장려금과 광고·홍보비 등 추가 비용이 증가했다고 언급하며 관련 거래 관행을 점검할 계획이라고 밝혔다.

이선주 기자 sjlee@skyedaily.com



양 팔·다섯 손가락으로 집안일 척척

LG전자, 홈 로봇 ‘클로이드’ 티저 공개
AI 학습·비서 기능 결합… 가전도 제어

LG전자가 내년 1월6일부터 1월9일까지 미국 라스베이거스에서 열리는 세계 최대 규모의 전자제품 전시회 CES 2026에 새로운 홈 로봇 제품을 공개한다. LG전자는 CES 2026 출품에 앞서 관련 영상을 공개했다.

LG전자는 25일 오전 10시 글로벌 SNS 계정을 통해 새로운 홈 로봇 ‘LG 클로이드’ 티저 영상을 공개했다고 밝혔다. 클로이드는 LG전자 로봇 브랜드 ‘클로이’에 역동성을 의미하는 단어 ‘다이나믹’의 ‘D’를 합쳐 만들어졌다. 고객이 가사 일에 쓰던 시간과 노력을 아끼고 더 가치 있는 일에 집중하기 위해서는 집안일을 줄여주는 가전제품뿐만 아니라 일을 직

접 하는 새로운 폼팩터가 필요하다는 구상에서 비롯됐다.

클로이드 몸체에 달린 양 팔과 다섯 손가락은 인간을 닮은 섬세한 동작이 가능해 인체에 맞춰진 거주환경에서 원활히 집안일을 할 수 있다.

인공지능(AI) 기반으로 주변 환경을 스스로 인식·학습하는 능력은 물론 거주자의 스케줄·라이프스타일 등에 맞춰 다양한 AI 가전을 제어해 고객을 케어하는 AI 비서 역할도 보여줄 계획이다.

LG전자는 홈 로봇을 비롯한 로봇 분야를 ‘명확한 미래’로 보고 기술 고도화에 속도를 내고 있다.

또한 LG전자는 이번 조직개편에서

HS사업본부 산하에 HS로보틱스연구소를 신설했다. 전사에 흩어져 있던 홈 로봇 관련 역량을 결집해 차별화된 미래 기술 확보하고 제품 경쟁력 강화하는 차원이다.

로봇 선도 기술을 갖춘 외부 기업과도 협업을 늘리고 있다. 올해 로봇전문기업 로보티즈와 한국과학기술연구원(KIST)과 각각 로봇을 연구하는 업무협약을 맺고 공동연구를 진행 중이다.

미국 피규어AI와 중국 애지봇 등 글로벌 로봇 기업에도 투자하며 홈 로봇의 안전성과 실용성을 높일 수 있는 다양한 기술을 연구하고 있다.

양준규 기자 jgyang@skyedaily.com

사람 중심 휴먼르네상스
심성으로 만들어 갑니다

진심 담은 이야기로 마음을 브랜드하다

SkyDaily

변화의 본질을 담아, 내일의 브랜드 이끌다
심성브랜드연구소