제11권 15호
2021. 7. 19~2021. 8. 1

행복한 금융
하나금융그룹

하나금융 포커스

Bi-Weekly Hana Financial Focus

논단	중국과의 경제관계에 대한 전망
이슈분석	최근 지급결제시장 변화와 카드사의 대응 방향
금융경영브리프	애널리틱스를 활용한 고객관리 전략 쇼피파이, 핀둬둬의 성장과 이커머스 시장의 변화
금융시장모니터	금 리: 금통위, 8월 금리인상 의지 적극 피력 외 환: 국내 코로나 확진자 급증으로 연고점 경신 부동산: 정책 혼선 속 가격 상승세 지속
금융지표	국내 금융시장 해외 금융시장

하나은행
하나금융경영연구소

인간

연구자는 사람,+ 고객은 사람++

세상을 바꾸기 전에 먼저 사람을 바꿔야 합니다.
현실에 기초한 진지한 연구를 통해
사회적 신뢰를 창조하는 것

하나금융경영연구소의 사명입니다.

집필진

편집

연구위원 윤병수(hybs)
연구원 김효섭(hyosupk)

이슈분석

수석연구원 박지홍(jhpark525)

금융경영브리프

연구원 최제민(jemin.choi)
수석연구원 김문태(kmt)

금융시장모니터

금 리 | 수석연구원 김수정(sjkim1771)
외 환 | 연구원 윤지선(jisun.yun)
부동산| 수석연구원 하서진(seojinha)

금융지표

연구원 최제민(jemin.choi)

내용에 대한 문의나 건의사항은 담당연구원에게 연락해 주시기 바랍니다. (hyosupk@hanafn.com)

하나은행
하나금융경영연구소

제11권 15호
2021. 7. 19~2021. 8. 1

하나금융 포커스

Bi-Weekly Hana Financial Focus

01	논단	중국과의 경제관계에 대한 전망
04	이슈분석	최근 지급결제시장 변화와 카드사의 대응 방향
08	금융경영브리프	애널리틱스를 활용한 고객관리 전략 쇼피파이, 핀둬둬의 성장과 이커머스 시장의 변화
12	금융시장모니터	금 리: 금통위, 8월 금리인상 의지 적극 피력 외 환: 국내 코로나 확진자 급증으로 연고점 경신 부동산: 정책 혼선 속 가격 상승세 지속
18	금융지표	국내 금융시장 해외 금융시장

중국과의 경제관계에 대한 전망*

김 주 훈 KDI 선임연구위원(kjh@kdi.re.kr)

국제질서가 순조로워지면 중국시장은 한국기업들에게 지금까지와 같은 성장의 발판이 계속되어줄 것인가? 그렇지 않을 것으로 보인다. 왜냐하면 값비싼 한국산 부품이나 설비를 대체하여 수익성을 높이려고 중국기업들이 끊임없이 노력할 것이기 때문이다. 특히 4차 산업혁명으로 중국의 기술적 자립은 가속화될 것이다. 과거 한일 간의 의존적 경제관계가 한국의 기술발전에 따라 경쟁적 관계로 바뀌었듯이 한중간 또한 경쟁적 관계로 바뀔 것이며, 이에 대한 철저한 대비가 필요하다.

한중 경제관계 전망은 과거 한일 경제관계로부터 예측 가능

미중 간의 갈등이 갈수록 악화되고 있다. 양국과 깊은 관계에 있는 한국으로서는 어려운 시간이 되고 있다. 어쩌면 선택을 해야 하는 국면으로까지 갈지 모른다는 불안이 깊어지고 있다. 안보측면에서는 미국과의 관계가 절대적으로 중요하지만 경제적으로는 중국과 관계가 깊은 것이 현재 한국이 처한 고민일 것이다. 경제외적 요인에 의해 중국과의 경제적 관계에 손상이 올까 우려가 큰 것이 사실이다. 그런데, 만일 경제외적 충격이 없다면 현재와 같은 중국과의 긴밀한 경제적 관계가 지속될 것인가? 결론부터 말한다면 경제적 요인만으로 보아도 그렇지 않을 가능성이 높아 보인다. 왜 그런가를 이해하기 위해 시간을 60년 전으로 돌려 한일 간의 경제적 관계를 살펴보자.

한국의 安美經中 구조에서 미중갈등 심화로 인해 중국과의 경제관계 지속 가능성에 우려 제기

1960년대에 우리나라가 경제개발을 시작할 때는 기술력이 취약하였으므로 주로 일본에서 수입한 부품에 우리의 노동력을 입혀 해외로 완제품을 수출하는 전략을 택했고 성공을 거두어 오늘날의 경제적 번영을 가져 왔다. 일본의 입장에서 보면 한국의 산업화로 기술집약적 부품이나 설비 등의 수출시장이 활짝 열리게 된 것이었다. 더욱이 한국의 산업화가 성공 궤도에 들어서 제품생산의 폭이 확대될수록 일본의 핵심부품이나 설비 수출이 한층 더 확대되었다. 예를 들어 한국이 자동차를 생산하게 됨에 따라 일본으로부터 엔진이나 주요 부품을 수입하게 되었고 반도체 생산에 뛰어들면서 반도체 제조장비 수입이 추가된 것이다. 일본의 대외수출 중에서 한국으로의 수출비중은 1970년대 4~5%대에서 지속적으로 늘어나 2000년대 7~8%대에 이르렀다.

한국은 1960년대 일본 수입 부품·설비 기반의 완제품 수출전략으로 산업화에 성공하고 일본의 수출 중대에도 기여하며 상호 의존적 경제관계 형성

* 본고의 내용은 집필자 개인의견으로 하나금융경영연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

그러나 한국이 기술력을 차곡차곡 쌓아 기술자립의 수준에 도달하게 되면서 일본으로부터의 수입이 드디어 줄게 되는 상태에 이르게 되었다. 달리 말한다면 일본의 대한 수출 비중이 2010년 이후 감소세로 전환된 것이다. 한국기업들의 입장에서 보면 기술력이 부족한 상태에서는 값비싼 일제부품의 수입이 불가피했지만 이를 값싼 국산 부품으로 대체할 경우 수익이 높아질 것이므로 부품 국산화를 지속적으로 추구해온 결과라고 볼 수 있다.

한중 경제관계도 질적으로는 한일 경제관계와 동일한 모습

중국도 한국의 수출공업화 전략을 답습하여 산업화 및 성장의 발판으로 삼아 눈부신 성공

이제 한국과 중국과의 관계로 되돌아 가보자. 중국은 한국의 수출공업화 전략을 답습하여 자신들이 생산하지 못하는 핵심부품이나 장비를 일본 및 한국 등으로부터 수입하고 이를 중국의 노동력과 결합하여 해외로 수출하는 전략을 구사한 결과 한국과 마찬가지로 눈부신 성공을 거두게 되었다. 다른 한편 과거 일본이 한국의 산업화를 성장의 지렛대로 삼았듯이 한국 또한 중국의 산업화를 성장의 발판으로 활용하였다. 한국의 경제규모가 작아 일본 수출에서 점하는 비중이 작았고 중국의 경제규모가 막대하므로 한국 수출에서 점하는 중국 수출의 비중이 매우 크다는 양적인 차이를 제외하면 질적으로는 동일한 모습을 반복하고 있다.

중국과의 경제관계는 1990년대부터 열렸고 대중 수출이 급속히 증가하였다. 특히 중국이 1990년대 섬유, 신발 등 노동집약적 산업에서 성공을 거두고 이를 기반으로 2000년대에 들어 WTO 가입과 함께 중화학공업으로 성장의 기반을 전환하면서 대중 수출이 매우 가파르게 증가하였다. 이에 따라 1992년 한중수교 당시 4%대였던 한국의 대중 수출비중이 25%대까지 증가하였다. 놀라운 것은 우리 기업들의 급속한 경쟁력의 향상이었다. 1990년대 말까지 한국은 중국의 수입에서 4위 수준에 있었고 일본이 부동의 1위 지위에 있었으나, 그 후 일본을 제치고 2010년대에 1위로 등극하였으며 2020년 현재 3위를 기록하고 있다.

과거 한국이 일본으로부터의 수입에 종속될 수밖에 없었던 것은 기술력 부족이 일차적 원인이었지만 시장수요도 주요한 원인으로 작용하였다. 산업화가 지속되면서 한국 기업들도 핵심부품을 개발할 기술력을 어느 정도 갖추게 되었지만 실제 생산에 들어가려면 막대한 개발비와 설비투자가 필요하므로 단가를 낮추기 위한 대량생산을 해야 된다. 이는 시장규모가

협소한 한국의 입장에서는 수출을 해야 됨을 의미하는데 당시 선진국들의 한국으로부터 수입을 기대하기는 어려웠다. 그러다가 중국의 산업화라는 기회를 맞아 한국산 부품과 설비를 소화할 수 있는 시장을 찾게 됨에 따라 한국기업들의 핵심부품과 설비 수출이 급성장할 수 있게 된 것이다. 그러니까 대중 수출이 증가하게 된 것은 막연하게 거대시장을 가진 이웃나라 중국이 있어서가 아니라 기술력 향상을 이루려는 우리 기업들의 각고의 노력이 중국시장이라는 행운을 만나게 된 결과로 보아야 한다.

한국기업은 기술력 향상과 중국의 수요시장으로 인해 성장 동력을 확보하며 일본과 경쟁관계로 전환

중국의 기술자립에 따른 한중 경쟁관계 전환에 대비 필요

다만, 한중간의 경제관계가 한일 간의 경제관계와 동일한 모습을 보이고 있는데 차이점은 한중간에는 수출 감소가 아직은 나타나지 않았다는 점이다. 그러나 이미 2013년 이후 대중국 수출이 정체국면에 들어서 조만간 감소 추세로 바뀔 것이 거의 확실해 보인다. 왜냐하면 한국기업들이 값비싼 일본 부품에서 벗어나기 위해 기술력을 발전시킨 것과 동일하게 중국기업들 또한 한국산 부품으로부터 벗어나기 위해 기술력을 축적해 갈 것이기 때문이다. 향후 4차 산업혁명이 전개되면서 인공지능의 기반이 되는 빅데이터가 매우 중요한 요소가 될 터인데, 중국은 거대규모로 인하여 매우 유리한 여건이므로 기술적 자립이 더욱 빠르게 다가올 가능성이 높다.

중국도 기술자립 노력 지속, 특히 4차 산업혁명으로 가속화 가능 한중 경쟁관계 전환에 철저히 대비해야

비즈니스의 세계는 냉정한 것이다. 2017년 중국의 사드보복으로 한국은 관광, 문화오락 등 서비스 수출에서 막대한 타격을 받았다. 그럼에도 제조업에서는 한국으로부터의 수입에 변동이 없었다. 그들의 필요에 의해 수입하였기 때문이다. 정치·외교의 돌발적 요인에 의해 대중국 수출이 갑작스러운 타격을 받는 일은 없어야 할 것이다. 그러나 그렇다고 해서 앞으로도 지금까지와 같이 중국시장이 한국기업들에게 성장의 기반이 계속 되어줄 것으로 기대해서는 곤란하다. 한국의 기술발전으로 인해 한국과 일본이 경쟁적 관계로 바뀌었듯이 한중간 경제관계 또한 경쟁적으로 바뀔 것이기 때문이다. 결국 한국으로서는 중국에 대한 기술경쟁력 유지 노력과 함께 대중국 수출의 존도를 낮출 수 있도록 수출다변화 노력도 병행하여 한중 경쟁관계 전환에 대비해야 한다.

최근 지급결제시장 변화와 카드사의 대응 방향

박 지 홍 수석연구원(jhpark525@hanafn.com)

최근 지급결제시장은 간편결제 이용이 빠르게 확대되면서 非카드 직불결제 이용액이 급성장중이며, 전자금융거래법 개편이 이를 가속화시킬 전망이다. 또한, 非카드 후불결제 서비스는 신용기반의 결제영역에도 침투하고 있다. 향후 온라인 부문은 플랫폼 지위에 기반한 빅테크의 시장 지배력 강화가 예상되며, 오프라인 부문은 카드사의 영향력이 크지만 변화 가능성이 남아 있다. 카드사는 지급결제 사업의 지속 가능성을 위해 오프라인 영역의 강점을 살려 차별화된 경쟁력 확보가 필요하다.

■ 최근 지급결제 시장은 비금융회사의 영향력이 확대되는 방향으로 변화 중

- 그동안 국내 지급결제 시장은 신용카드 의무수납제, 소득공제 혜택 등 정부의 정책적인 지원 및 결제 편의성 등에 힘입어 신용카드를 중심으로 발전
- 그러나 모바일 간편결제 서비스의 등장으로 촉발된 지급결제 시장 변화는 최근 코로나19로 인한 소비 및 결제 행태의 변화로 가속화되는 양상
- 특히, 간편결제 내 선불충전, 제로페이 등 非카드 직불결제 수단이 확대되고 있으며, 전자금융업자 및 e커머스 업체의 후불결제 도입 등 기존 카드사의 영역이었던 지급결제 시장에서 비금융회사의 영향력이 점차 증대

■ 간편결제가 빠르게 성장하면서 非카드 직불결제 이용액도 급격히 증가

- 간편결제 이용액은 2020년 기준 약 164조원으로 전년 대비 42% 성장했으며, 결제 편의성과 e커머스 급성장 등으로 빠르게 증가
  - 2016년부터 2020년까지 연평균 약 62.4% 성장세를 기록
- 간편결제 내 카드(신용+체크) 비중은 84%로 여전히 절대적인 비중을 차지하고 있으나, 선불충전 방식이 빠르게 성장하면서 카드 비중은 감소세
  - 간편결제 내 카드(신용+체크) 비중은 2016년 96%에서 2020년 84%로 감소한 반면, 선불충전 비중은 2016년 2%에서 2020년 12.6%로 확대
- 간편결제 업체들은 추가 적립 혜택 제공 등 각종 유인책을 통해 선불 충전을 유도하고, 혜택과 편의성을 원하는 소비자의 니즈를 충족시키며 급성장
- 특히, 코로나19 확산으로 인해 온라인 쇼핑이 확대되면서 온라인 직불결제 수요가

선불충전 방식으로 이전했으며, 2020년 체크카드 이용액이 역성장하는 결과 초래

- 코로나19로 인해 발행된 지역사랑상품권으로 제로페이가 재조명 받으면서 오프라인 부문의 체크카드 이용액 일부를 가져간 측면도 존재
- 2020년 카드 이용액은 코로나19 영향에 따른 소비 위축 등의 영향으로 전년대비 0.3% 증가에 그쳤으며, 신용카드는 0.6% 증가한 반면, 체크카드는 1.0% 감소

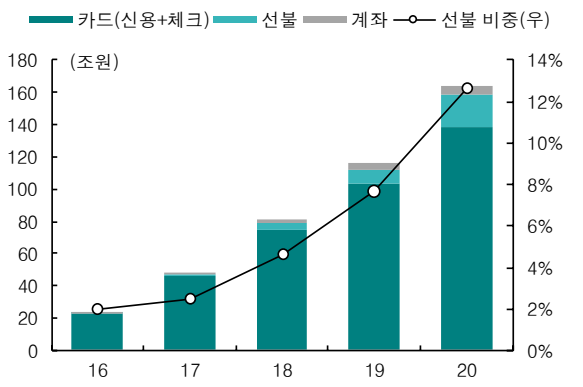
■ 전자금융거래법 개편 시 非카드 직불결제 확산은 가속화될 전망

- 현재 금융당국은 종합지급결제업, 지급지시전달업, 소액 후불결제, 선불충전 한도 상향 등을 주요 내용으로 하는 전자금융거래법 개편을 추진 중에 있음
- 지급지시전달업이 도입될 경우 고객의 자금 보유 없이도 고객의 모든 계좌에 결제송금 등에 필요한 이체지시를 전달할 수 있음
  - 종합지급결제사업자는 고객 결제 계좌를 직접 발급 관리하고 결제·이체 등 다양한 디지털 금융서비스를 원스탑으로 제공 가능
- 지급지시전달업자는 기존 카드 결제망 대비 저렴한 수수료 체계 구축이 가능해 직불결제에 대한 추가적인 혜택 부여를 통해 사업을 확대할 수 있음
  - 금융회사 간 직접 송금·결제 지시가 가능해져 중개 업체를 거치지 않게 되어 관련 수수료 절감이 가능하며, 절감된 수수료를 고객의 혜택으로 제공할 수 있음

■ 신용기반의 결제 부문에서도 非카드 후불결제 서비스 도입이 확산

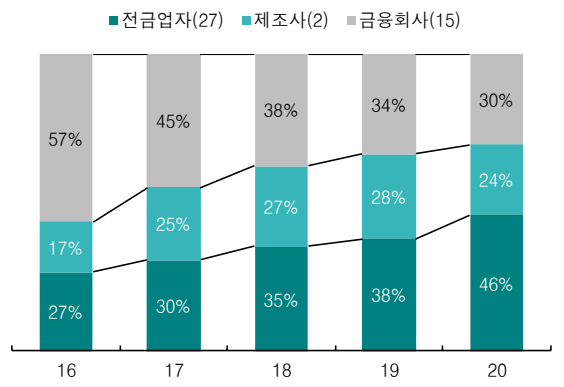
- 금융당국은 전자금융거래법 개정을 추진하면서 개정안에 포함되어 있던 전자금융업자의 후불결제 서비스를 혁신금융서비스로 선정하여 우선 추진
- 지난 4월 네이버페이가 후불결제 서비스를 선보인 것을 시작으로 10월에는 카카오페이가 모바일 후불결제 교통카드 서비스를 출시할 예정

■ 간편결제 이용 금액 추이



주 : 일평균 실적을 연간 실적으로 환산
자료 : 한국은행

■ 간편결제 제공 업체별 비중



주 : 괄호는 업체 수를 의미
자료 : 한국은행

- 네이버페이는 일부 고객을 대상으로 30만원 한도로 시범 운영 중이며, 카카오페이는 15만원 한도로 운영할 예정

- 한편, 쿠팡은 금융 부문의 후불결제 서비스와는 달리 외상 형태의 후불결제 서비스인 '나중결제' 서비스를 시범 운영하고 있음
  - 쿠팡의 나중결제는 직매입 상품에 한해 상법상 상품매매계약 형태로 후불결제 서비스를 제공하는 방식이며, 현재 30만원 한도 내에서 시범 운영 중

- 아직까지 非카드 후불결제 서비스는 소액이며, 초기 단계 수준이나 서비스 주체들의 플랫폼 지위 고려 시 카드사의 신용 판매를 위협하는 수준으로 성장 가능

■ 향후 온라인 부문은 플랫폼 지위를 기반으로 빅테크의 시장 지배력이 더 강화될 전망

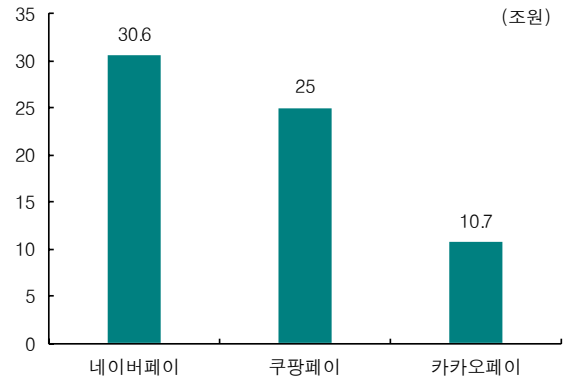
- 초기 간편결제 시장에서 금융회사의 간편결제 이용 비중이 과반 이상이었으나, 점차 전자금융업자의 비중이 확대되는 모습
  - 간편결제 내 금융회사 비중은 2016년 57%에서 2020년 30%로 감소한 반면, 전자금융업자 비중은 2016년 27%에서 2020년 46%로 증가

- 금융회사(카드사)들은 편의성, 범용성 및 자체 플랫폼 부재 등으로 간편결제 시장 주도권 확보에 실패하면서 시장 내 영향력이 하락세를 지속

- 특히 네이버, 쿠팡, 카카오 등 3개 대형사가 전체 간편결제 시장 규모의 40%, 전자금융업자 내 88%를 차지하는 등 플랫폼 지배력을 기반으로 시장 잠식 중
  - 플랫폼 내 거래액이 증가하면서 간편결제도 증가하는 선순환 구조 구축

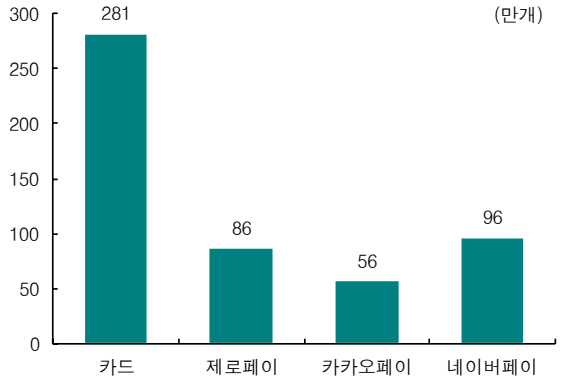
- 향후 전자금융업자들은 굳건한 플랫폼 생태계, 결제 편의성과 혜택 등을 바탕으로 온라인 결제 시장 내 시장 지배력을 더욱 확대할 것으로 예상

■ 주요 전자금융업자의 간편결제 서비스 이용 규모



주 : 쿠팡은 2020년 4분기 결제액 6.2조원을 연간으로 환산
자료 : 윤창현 국민의힘 의원실

■ 주요 결제수단별 가맹점 수



주 : 네이버페이는 제로페이 가맹점(86만개)과 BC카드 QR가맹점(10만개)를 합산한 수치
자료 : 언론보도, 여신금융협회

■ 오프라인 부문은 아직까지 카드사의 영향력이 더 크지만 변화 가능성 상존

- 오프라인 부문은 중앙집중형 플랫폼 생태계 구축이 가능한 온라인과는 달리 가맹점 모집 등 인프라 구축이 필요하기 때문에 카드사의 영향력이 높은 시장

- 일정 수준 이상의 오프라인 가맹점을 모집하기 위해서는 개별 가맹점별 결제 인프라 구축이 필요하며, 이를 위해서는 많은 비용과 시간이 소요
  - 인프라 구축의 척도로 볼 수 있는 가맹점 수는 카드사가 약 281만개이며, 非카드 결제수단 중에서는 제로페이가 85만개, 카카오페이가 56만개 수준

- 다만, 향후 지급지시전달업 도입 시 카드 결제망 대비 저렴한 수수료 체계 구축이 가능해져, 전자금융업자들이 소비자 혜택을 바탕으로 온라인에서 선불충전방식을 확산시켰던 것처럼 오프라인 영역도 공격적으로 확대할 가능성 상존
  - 간편결제 내 선불충전 및 제로페이의 지역사랑상품권 사례를 볼 때 소비자는 일정수준 이상의 혜택 제공 시 결제수단을 변경할 의향이 높음
  - 다만, 신용 기반 결제와 직불 기반 결제는 소비 형태가 다르기 때문에 오프라인 非카드 직불결제 확산은 체크카드 수요를 감소시키는 방향으로 전개될 전망

■ 카드사는 오프라인 결제 영역의 강점을 살려 빅테크와 차별화된 경쟁력 확보 필요

- 카드사에 있어 지급결제 시장은 다양한 수수료 및 이자수익 등을 창출할 수 있는 회원을 확보할 수 있다는 점에서 여전히 중요하며, 향후 카드사는 지급결제 시장 내 주도권을 가지고 안정적인 사업 영위를 위한 역량 강화 노력이 필요
  - 가맹점 수수료 인하 등으로 지급결제 부문의 수익성은 지속적으로 하락 중이나 카드 회원 기반의 부가적인 사업(금융서비스 등)을 추진할 수 있다는 점이 중요

- 온라인 부문은 소위 빅테크들이 플랫폼 지위를 기반으로 시장을 잠식하고 있는 점을 고려할 때 개방형 결제 플랫폼을 지향하되 다양한 사업자와의 적극적인 제휴를 통해 틈새시장을 확보하는 전략이 유효할 것으로 판단
  - 최근 카드사들은 간편결제 시장 확대의 한계로 지적받던 범용성 해소를 위해 카드사간 오픈페이 도입을 추진하고 개방형 지급결제 플랫폼 구축 등도 추진중

- 오프라인 부문은 전자금융업자 대비 강점을 보유하고 있기 때문에 이를 최대한 활용하여 빅테크와 차별화된 경쟁력을 확보할 필요
  - 기존 가맹점망을 활용해 각 가맹점에 데이터 기반 맞춤형 컨설팅 등을 통해 협력을 강화하고, 소비자에게는 충분한 혜택 및 결제 편의성 제고 노력 지속 등이 필요

- 또한, 향후 도입될 종합지급결제사업자 라이선스 획득을 통한 非카드 결제수단 탑재 등 카드에 국한되지 않는 종합결제서비스 업체로 발돋움할 필요

애널리틱스를 활용한 고객관리 전략

최 제 민 연구원(jeminchoi@hanafn.com)

디지털 전환이 빠르게 진행되고 경쟁이 치열해지면서 고객을 관리하고 고객과의 관계를 강화하는데 있어서 애널리틱스(데이터 분석)의 역할이 매우 중요해졌다. 특히, 다양한 고객의 니즈를 충족하기 위해서는 고객을 특성과 가치에 따라 세분화하고, 충성도와 이탈률 예측 정확도를 개선하는 등 데이터에 기반한 분석적 접근에 대한 요구가 점차 커지고 있다. 향후 금융업 전 분야에서 애널리틱스의 활용도가 높아질 것으로 예상됨에 따라 이에 대응한 적절한 전략 및 체계적 지원이 요구된다.

■ 디지털 전환 가속화와 경쟁 심화로 데이터분석 기반의 고객관리 전략 중요성 대두[1]

- 디지털 사회로의 전환이 가속화되는 가운데 인터넷은행·빅테크·핀테크 기업 등의 금융산업 진출 확대로 고객 유치 경쟁이 점차 심화되는 양상
- 특히, 코로나19 사태 이후 비대면 거래가 증가하면서 국내외 인터넷은행과 핀테크 등을 활용하는 고객이 점차 늘어나는 추세
- 더욱이 인터넷은행과 핀테크 업체들은 기존 전통 은행들 대비 AA/ML을 활용하기 적합한 환경과 역량을 보유하고 있어 비대면 서비스에서 상대적 우위를 차지
  - AA/ML은 고급데이터분석(Advanced Analytics)/기계학습(Machine Learning)을 의미
- 이에 따라 전통적 은행에서도 고급 데이터 분석(AA, 이하 애널리틱스)을 활용한 체계적 고객관리 전략을 마련하고 구체화할 필요성 대두

■ 고객 유출 방지 및 관계를 강화하기 위해 애널리틱스 활용도 제고 필요

- 최근 AA 기술이 급격하게 발전하는 가운데 이를 적절히 활용해서 고객을 이해하고 보다 개인화된 서비스를 고객에게 제공하여 성공하는 사례가 증가
- 치열한 경쟁 환경에 직면한 은행산업의 경우 단순한 고객 유지를 넘어서 기존 고객의 활성화(activate) 및 고객관계 강화가 매우 중요
- 이러한 관점에서 볼 때 기존 은행들도 체계적이고 분석적인 접근을 통해 고급 데이터 분석(AA) 활용도를 높여 고객의 충성도 제고에 힘쓸 필요

|1| "How Analytics Can Deepen Bank's Customer Relationship", Bain&Company, 2021.7.1

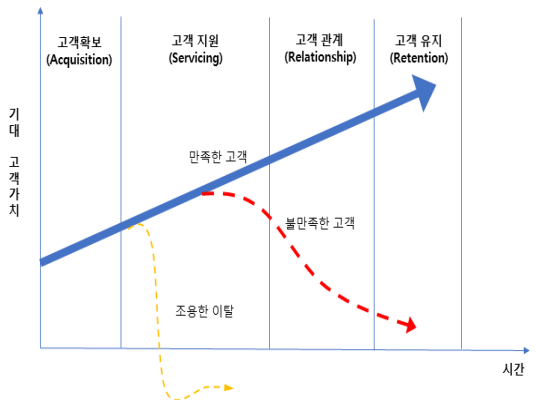
■ 애널리틱스를 효율적으로 활용하기 위해서는 다음과 같은 5가지 원칙을 적용

- (고객 세분화) 기존의 고객 분류 방식(연령, 지역, 예금규모 등)에서 더 나아가 브랜드 선호도, 채널 활용도, 개인의 특성 등 내외부 정보를 활용해 고객을 세분화
- (예측 자동화) 디지털 기업의 검증된 알고리즘(Facebook의 Prophet 등)을 활용해 자동화된 대규모 예측(forecast) 체계를 구축하고 전문가의 검증 및 개입을 병행
- (충성도 예측) 서베이에 응답하지 않는 고객의 충성도에 대한 예측을 위해 기초적인 예측 모델을 구축하고 점차 다양한 데이터, 분석방법을 추가하는 형태로 발전
  - 머신러닝 기반 지지율&이탈률 예측 모델, 소셜네트워크 모델, 순고객추천지수(NPS)기반 모델 등을 활용하여 고객에 대한 이해도를 제고하고 마케팅에 활용
- (고객이탈 원인 파악) 고객 이탈 원인을 명확히 파악하기 위해 설명가능한 인공지능 (Explainable AI) 모델을 활용하고 이탈률 감소를 위한 현실적 방안 마련
- (실험&학습) 다양한 옵션과 조합을 고려한 수천개의 디지털 모델을 신속하게 실험하고 학습하는 방식을 통해 고객 유지 및 활성화 전략에 적용

■ 향후 체계적 접근 및 지원을 통한 애널리틱스 기반 전략의 활용 범위 확장이 요구

- 최근 데이터 분석 분야의 발전에 힘입어 과거에는 시간과 비용 측면에서 쉽게 접근하기 어려웠던 부분에 대한 접근성이 크게 개선
- 대규모 데이터를 신속히 분석하고 고객을 세분화·개인화하여 적시·적소에 원하는 서비스를 제공할 수 있어야 고객 유출 방지 및 고객가치 극대화가 가능
- 향후 국내 은행에서도 애널리틱스에 대한 전사적 지원과 함께 다양한 실험(experiments)을 통해 최적화된 모델을 찾을 수 있도록 체계적 지원이 필요

■ 고객 확보 이후 고객 이탈 경로



자료 : Deloitte

■ 고객 유지 및 활성화를 위한 옵션의 조합

카테고리	주요 고려사항
세분화	인구학적 지표, 행동, 상품, 필요, 개인특성
목적	고객 확보, 고객 유지 및 활성화, 예금 증대, 예금 전환
제안	교차판매(보험), 연장/갱신(모기지), Deep-Sell, Upsell(프리미엄 카드), Down-sell(학생 계좌 등)
채널	지점, ATM, 전화, 우편, 이메일, 문자, 검색, 소셜, 배너, 온라인, 모바일
구조화(예시)	이야기와 비밀, 혜택과 염려, 상품과 가격, 할인과 제안, 클레임과 증명
타이밍	고정 스케줄, 생애 이벤트, 행동 트리거(지점 방문), 상황 트리거(만기일)

자료 : Bain&Company

쇼피파이, 핀둬둬의 성장과 이커머스 시장의 변화

김 문 태 수석연구원(kmt@hanafn.com)

온라인몰 솔루션 업체 쇼피파이는 D2C 트렌드 하에서 미국 이커머스 시장 2위로 성장했으며 최근 구글과 반아마존 연합을 구축하며 경쟁력을 강화했다. 한편 중국에서는 소셜커머스 핀둬둬가 텐센트와의 협업 및 공동 구매를 기반으로 사용자수 1위 업체로 성장했다. 이들은 직거래 방식과 디지털 플랫폼을 활용하여 판매자와 소비자 기반을 확보하였다. 독점적 시장 구도를 변화시킬 대안적 모델에 대한 수요를 반영하고 있어서 국내 금융권도 이러한 변화를 고려한 기회 모색이 필요하다.

■ 미국 이커머스 시장 2위로 성장한 솔루션 기업 쇼피파이는 최근 구글과도 협업 구축

- 쇼피파이는 온라인 쇼핑몰 개설 및 운영을 위한 기획, 마케팅, 주문처리, 결제 등의 솔루션을 제공하는 업체로 D2C 트렌드와 맞물려 성장 중
  - D2C(Direct to Consumer)는 판매자와 소비자 간 직거래 쇼핑몰을 지칭
- 2020년 쇼피파이 이용 판매자들의 거래액은 1,190억달러로 전년 대비 96% 증가하면서 월마트, 이베이 등을 제치고 아마존에 이은 미국 이커머스 분야 2위로 성장
  - 미국 이커머스 점유율 : 아마존 39.0%, 쇼피파이 8.6%, 월마트 5.8%, 이베이 4.9%
- '쇼피파이'는 최근 이커머스 분야를 활성화하고 있는 '구글'과 쇼핑 검색 및 결제 부문에서 협업 관계를 구축하며 反아마존 연합을 구축[1]

■ 중국 핀둬둬는 텐센트와의 협업과 공동구매를 기반으로 2020년 사용자수 1위로 성장

- 2015년 설립된 중국의 '핀둬둬'는 설립 5년만인 2020년에 이커머스 분야에서 연간 사용자수 1위(7.8억명), 거래액 기준 2위(1.7억위안) 업체로 성장[2]
  - 2020년 연간 사용자 수 : 핀둬둬 7억 8,840만명, 알리바바 7억 7,900만명
- 중국 최대 SNS 업체인 텐센트의 자금 지원 및 인프라 제공 하에서 핀둬둬는 텐센트의 위챗, QQ와의 연동 서비스를 통해 단기간에 사용자 수를 증대
- 또한, 경쟁이 치열한 대도시 대신 3~4선 중소도시 소비자를 대상으로 중간 유통 단계를 축소한 공동구매 방식의 초저가 전략을 구사한 것도 성공 요인

|1| "Shopify and Google Take on Amazon in Retail Battle", yahoo finance, 2021.6.13

|2| "Pinduoduo steals Alibaba's crown with 788M annual active users", TechCrunch, 2021.3.17

■ 쇼피파이와 핀둬둬는 직거래와 디지털 플랫폼을 활용하여 판매자와 소비자 기반을 확대

- 쇼피파이와 핀둬둬는 솔루션과 소셜커머스라는 사업 모델의 차이는 있으나 양사 모두 직거래 방식과 디지털 플랫폼을 활용하여 판매자와 소비자 기반을 확대

- (직거래) D2C, C2M 등 직거래 방식을 통해 중개 수수료를 절감하고 플랫폼의 통제 정도를 낮추면서 판매자의 참여 확대와 이에 따른 상품 다양성을 확보
  - 쇼피파이 : 솔루션 플랫폼을 통해 D2C몰 구축의 편의성을 향상하고 비용을 절감
  - 핀둬둬 : C2M(Customer to Manufactory) 모델(소비자 수요에 맞춰 생산·판매하는 방식)을 통해 유통 마진을 절감하고 과잉 생산 및 재고 증가 위험을 축소

- (디지털 플랫폼) 직거래 방식으로 판매자 참여를 유도하는 한편, 구글, 페이스북, 위챗 등 디지털 플랫폼과의 적극적인 협업을 통해 소비자를 확보
  - 쇼피파이 : 페이스북과의 파트너십, 구글 검색 우선 노출 등으로 플랫폼 활용
  - 핀둬둬 : 위챗을 통한 소비자 스스로의 공동 구매 모집을 통해 소비자 기반 확대

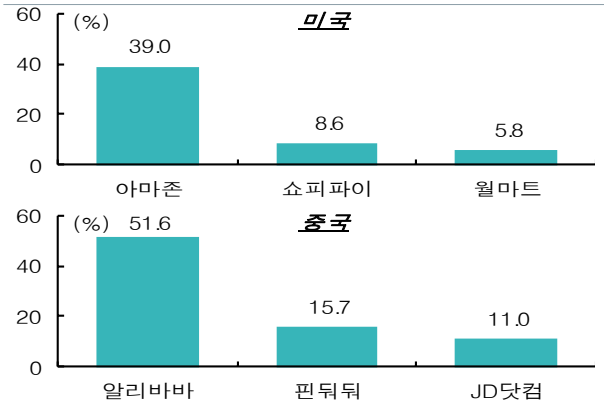
■ 아마존과 알리바바의 독점적 지위에 대한 새로운 도전자의 등장은 대안적 모델에 대한 수요를 반영하고 있으며, 국내에서도 이러한 변화를 고려한 기회 모색이 필요

- 오프라인과의 '도전과 응전'의 역사 속에 독점적 지위를 구축한 아마존, 알리바바에 대한 새로운 도전자의 등장은 플랫폼 경제 질서의 변화 가능성을 시사

- 이러한 변화는 독점적 행위에 대한 반감과 규제, 이커머스 성장 및 신규 참여자 증가로 인한 다양성 확대 등으로 대안적 모델에 대한 수요가 증가한 것에 기인

- 국내에서도 D2C 트렌드 확산, 플랫폼과의 협업(유통, 물류) 확대 등의 변화가 나타나고 있어 비금융 플랫폼 확대를 고려 중인 금융권의 기회 모색 필요

■ 미국과 중국의 이커머스 상위 3사 점유율(2020년)



주 : 쇼피파이 점유율은 eMarketer 자료에 거래액을 대입하여 추산
자료 : eMarketer, 쇼피파이(거래액 기준)

■ 쇼피파이와 핀둬둬의 생태계 참여자 증대 전략

	쇼피파이	핀둬둬
직거래 (판매자 증가)	- D2C몰 구축을 위한 통합 솔루션 제공 - 파트너십을 통한 외부 서비스 제공으로 편의성 및 효율성 확보	- 소비자 공동 구매 수요를 판매자에게 전달하는 C2M 모델 - 중간 유통 단계 축소 및 과잉 생산 방지
디지털 플랫폼 (소비자 증가)	- 쇼피파이 쇼핑몰을 구글, 페이스북 등에 직접 연동하여 소비자 유입 증대	- 텐센트와의 협업으로 위챗, QQ 연동 - 다수 소비자를 모아야 하는 공동 구매 특성을 강화

자료 : 언론자료, 하나금융경영연구소

금리: 금통위, 8월 금리인상 의지 적극 피력

김 수 정 수석연구원(sjkim1771@hanafn.com)

美 국채 10년 금리는 인플레이션 압력에도 불구하고 연준의 신중한 스탠스와 국채시장 초과 수요로 1.2%대에 재진입했다. 국내는 변이 바이러스 확산으로 금리가 하락세를 보이다가 금통위 소수의견 등장으로 급등했다. 특히 한은 총재는 코로나 재확산이 성장에 큰 영향을 주지 않을 것이며 금융불균형 해소에 역점을 두어야 할 시기임을 강조했다. 특히 재확산이 경기 회복을 크게 저해하지 않는다면 8월 금리인상 여부를 타진하겠다고 언급해 연내 2회 금리인상을 배제할 수 없을 것으로 보인다.

■ 미국 국채 금리는 파월 의장의 신중한 스탠스와 초과 국채 수요 상황으로 하락

- 파월 의장은 예상을 상회하는 물가지표에도 불구하고 인내심을 강조했고, FOMC 의사록에서 자산매입 경로와 구성(MBS 우선 축소 여부 등)에 대한 논의를 시작
- 중국 인민은행은 원자재 가격 상승에 따른 기업 자금사정 악화를 감안해 지준율을 0.5%p 인하했으나 완화기조 선회가 아닌 적절한 유동성 공급 차원임을 강조
- ECB는 통화정책전략 리뷰를 통해 물가 목표를 상향조정(below, but close to 2% → at 2%)했으며 소비자물가에 자가주거비도 포함할 계획이라고 발표
- 뉴질랜드 중앙은행은 물가 상승압력 확대와 고용시장 개선, 일부 자산시장 과열 등을 감안해 국채매입 종료를 발표했으며 금리인상 논의도 진전 중임을 시사
- 美 국채 10년 금리는 6월 CPI가 13년 만에 최고치를 기록하며 반등하기도 했으나 파월 의장의 신중한 스탠스와 국채시장 초과 수요로 1.2%대에 재진입

■ 국내 금리는 델타변이 확산으로 하락압력이 부각되었으나 금통위 결과로 급등

- 7월 금통위는 코로나19 전개 상황과 경제 파급효과 점검 필요성으로 기준금리를 동결했으나 코로나 위기 이후 처음으로 금리인상 소수의견(고승범 위원) 등장
- 총재 역시 코로나 재확산이 경기 회복세를 크게 저해하지 않는다면 8월부터 기준금리 인상 여부를 검토해 나갈 것임을 언급하며 기준금리 인상 의지를 적극 표명
- 국채 금리는 변이 바이러스 확산으로 금리인상 지연 기대가 높아지며 단기물 중심으로 하락했으나 금통위에서 소수의견 등장과 총재의 매파적 스탠스로 급등
  - 국고 3/10년 금리(%): 6월말 1.45/2.09 → 7.14일 1.39/2.01 → 7.15일 1.50/2.02

■ 한은 총재, 금융불균형 해소에 "역점"을 두어야 할 시기임을 강조하며 인상 의지 피력

- 총재는 경제주체의 학습효과, 수출·설비투자 호조, 경기 활성화 대책으로 코로나 재확산이 성장세에 큰 영향을 주지 않는다고 평가하며 올해 4% 성장 전망 유지

- 반면 완화적 금융여건 속 경제주체 위험추구와 차입을 통한 투자, 자산가격 급등이 계속되며 금융불균형 누증으로 인한 성장잠재력 훼손 우려가 점증한다고 평가

- 특히 저금리 장기화 기대가 거시건전성 정책 효과를 절감시키고 있음을 시사하며 경제여건이 뒷받침되는 한 내후년까지도 금리인상 기조가 이어질 것을 언급
  - 취약계층 지원은 저금리 장기화보다는 선별적 지원과 재정정책이 적절함을 시사

- 따라서 코로나 재확산이 8월 중에 통제될 경우 8월말 시작으로 연내 2회 금리 인상이 예상되며 내년 말 기준금리가 코로나 이전 수준(1.25%)으로 복귀될 전망

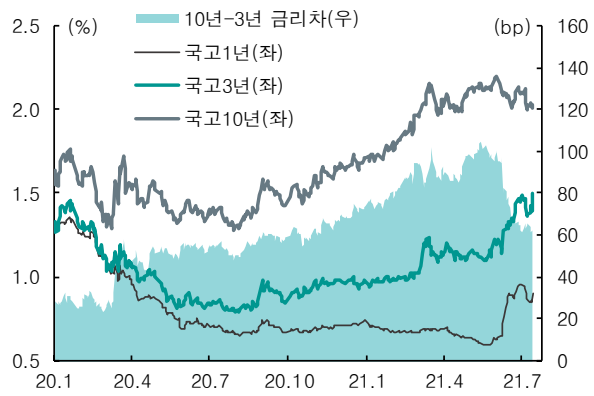
- 특히 총재가 "확진자수 증가"보다 "성장흐름 영향"을 보다 주시하고 있어 코로나 확진자수가 어느 정도 진정된다면 8월 금리인상이 유력한 것으로 판단
  - 확산세 지속시 인상은 10월로 지연되나 총재 임기(~'22.3월) 내 2회 인상 전망

■ 연내 두 차례 기준금리 인상 가능성이 재부상함에 따라 단기물 중심의 금리 상승 예상

- 금번 금통위 결과로 내년 말 기준금리가 1.25% 이상 될 가능성이 높아짐에 따라 시장금리는 추가 상승 여력이 있는 1년물 구간 중심으로 상승세를 이어갈 전망

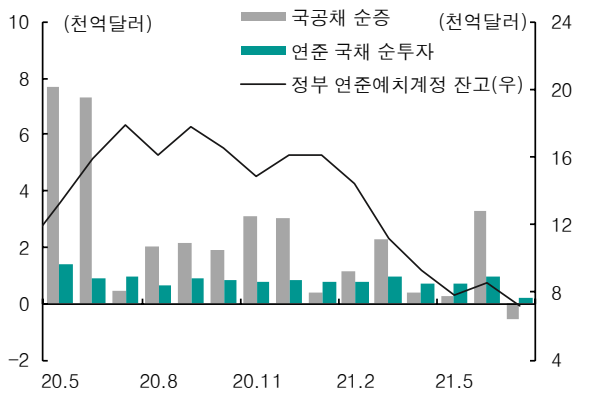
- 다만, 미국 국채 금리가 초과 국채수요와 연준의 완화적 스탠스로 하향 안정되고 있어 10년 이상 장기금리의 경우 이에 영향을 받으며 상승폭이 제한될 전망
  - 미국 정부의 7월말 부채한도 협상 체결 및 연준예치계정을 통한 자금집행 일단락 이후 미국 금리가 상승할 수 있으나 과도한 낙폭을 되돌리는 수준에 그칠 듯
  - 국고채 3년, 10년 금리는 각각 1.40%~1.60%, 2.00%~2.15% 범위로 전망

■ 국고채 금리와 장단기 금리차



자료 : Bondweb

■ 미 정부, 국채 발행보다 연준예치계정을 우선 소진



자료 : FRED, Bloomberg

외환: 국내 코로나 확진자 급증으로 연고점 경신

윤 지 선 연구원(jisun.yun@hanafn.com)

글로벌 델타 변이 바이러스의 확산세 지속에 따른 위험회피심리가 부각되면서 원/달러 환율은 장중(7.9일) 1,150원을 상회하며 연중 최고치를 기록하였다. 그러나 이후 7월 금통위에서 매파적인 한은 총재의 발언 및 위안화 강세 영향으로 1,140원 초반으로 반락하였다. 국내 코로나 확산세 심화 및 백신 공급 불확실성 등으로 원화의 약세가 두드러지고 있는데, 대내 코로나 경계감 지속에도 불구하고 연고점 부근에 대한 부담으로 1,130~1,150원을 중심으로 높은 변동성을 보일 전망이다.

■ [원/달러 환율] 일시적으로 1,150원을 상회하였으나, 매파적 금통위 발언으로 반락

- 델타 변이 확산세 심화 및 거리두기 격상에 따른 위험회피와 美 6월 물가지표 서프라이즈에 따른 긴축 우려가 고조되면서 장중 1,150원 상회(연중 최고치 기록)
- 이후 달러화 강세 제한 및 위안화 강세 전환, 7월 금통위에서 매파적인 한은 총재의 발언으로 원/달러 환율은 1,140원대 초반으로 안정
- 한편 5월 국제수지에서 본원소득수지가 $57.9억으로 역대 최대 흑자를 기록하였는데, 해외 법인 이연소득 배당에 따른 일시적 성격도 있으나 향후 해외자산이 꾸준히 축적되면서 본원소득수지 확대가 추세적으로 나타날 것으로 예상

■ [국제 환율] 델타 변이 바이러스 확산을 경계하며 안전자산 통화 강세 부각

- 달러인덱스는 델타 변이 바이러스 확산에 따른 안전선호 심리 확대에도 불구, 美 조기 긴축 우려가 완화되며 92pt대를 중심으로 높은 변동성을 시현
  - 美 6월 CPI와 Core CPI는 각각 YoY +5.4%, +4.5%를 기록하며 기대치를 상회하였으나, 일시적이라는 평가와 파월의장의 완화적 발언으로 시장 영향 제한
- 유로화는 실망스러운 독일 산업생산 지표 발표와 유럽 주요국 코로나 확산으로 4월초 이후 처음으로 유로당 1.18달러를 하회한 뒤 낙폭을 소폭 회복
  - ECB는 통화정책 프레임 변경안('인플레 목표치 2%바로 아래'→'중기적으로 대칭적인 2%인플레이션')을 발표하였는데 시장 기대보다 덜 완화적인 것으로 평가
- 위안화는 디디추싱 등 자국 기술기업에 대한 규제 및 지준율 인하 기대감으로 달러당 6.5위안 부근으로 상승하였으나, 양호한 中경제지표 발표로 반락
  - 7.7일 지준율 15개월 만에 50bp 인하, 7.15일 2Q GDP성장률은 YoY +7.9%로 발표

■ 글로벌 탈탄소 움직임은 장기적으로 선진국 통화 강세 요인으로 작용

- 6.28일 유럽기후법(2030년 유럽 온실가스 순배출량 90년 대비 최소 55%감축 목표) 공식 승인에 이어 7.14일 목표 실행을 위한 입법패키지 'Fit for 55'발표
  - 특히 이번 계획안에서는 '탄소국경세의 시행방안' 부분이 핵심 관심사항이었는데, 전력·시멘트·철강·알루미늄·비료 산업을 대상으로 26년부터 본격 시행 예정

- 탄소국경세는 신흥국과 같이 탄소 규제가 약한 나라로부터 선진국과 같이 탄소규제가 강한 나라로 수출을 할 때 부담해야 하는 일종의 '무역관세'로 작용
  - 이 과정에서 탄소비용부담은 친환경 기술 수준이 낮고 중후장대 산업을 기간으로 하는 신흥 수출국의 부담이 높아지기 때문에 러시아 등 일부 신흥국은 반발 중

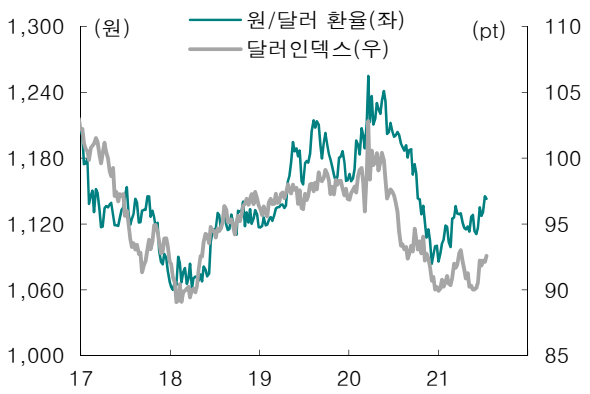
- 이에 따라 장기적으로 수출입 물가 상승(특히 신흥국에 공급측 물가 상승 압력 가중) 및 선진국의 성장헤게모니 장악에 따른 선진 통화 강세 요인으로 작용
  - EU 뿐만 아니라 미국도 이번 인프라 예산안에 탄소국경세 도입안을 포함

■ 변이 바이러스 경계 속에서 1,130~1,150원을 중심으로 높은 변동성을 보일 전망

- 美인플레이션 과열 및 고용 회복 가능성에 따른 美통화정책 정상화 전환 신호에 대한 시장의 경계가 당분간 달러화 수요 우위 환경을 조성
  - 다만 7월말 채무한도 협상 유예기간 종료를 앞두고 8월 의회 휴회 전 협상이 이뤄지지 않는다면 달러화에 대한 신뢰 약화로 이어지며 강달러를 제한할 요인

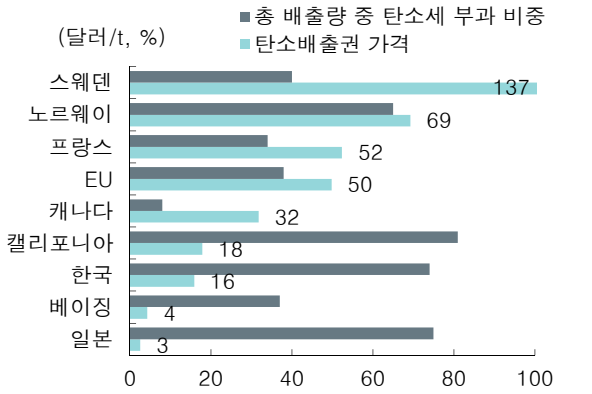
- 그러나 연고점 수준에서의 롱심리 완화와 한은의 매파적 기조, 3.5억달러 규모의 美인프라 부양책 통과 가능성, 견조한 위안화 흐름 등이 원/달러 환율의 일방적인 상승을 제한하면서 1,130~1,150원의 박스권에서 높은 변동성을 시현할 전망
  - 물론 국내 코로나 확산세가 추가로 악화된다면, 국내 경기에 대한 의심이 높아지며 원/달러 환율의 주변동 범위가 재차 상승할 가능성 존재

■ 달러인덱스와 원/달러 환율 추이



자료 : Bloomberg

■ 유럽 및 주요국 탄소배출권 가격 및 탄소세 부과 비중



자료 : World Bank

부동산: 정책 혼선 속 가격 상승세 지속

하 서 진 수석연구원(seojinha@hanafn.com)

노후화 단지 등 저평가 지역과 개발호재 지역에서 상승세를 주도하며 가격 상승폭이 전월 대비 확대되었다. 특히 재건축 규제 완화 기대가 높은 수도권을 중심으로 가격상승세를 주도하는 상황이다. 국토부와 서울시 간 주택정책 협력안을 발표하며 공급정책 추진을 도모하였으나 기존 공급정책 추진과 관련된 갈등과 의견 대립이 지속되고 있다. 전국 83만호 공급계획이 담긴 2.4대책의 규제내용이 수정되었으나 수요자들의 혼란을 가중시키고 투자수요를 유인하는 결과를 초래할 가능성이 높다.

■ 저평가 지역, 개발호재 지역에 투자수요 집중되며 가격 상승폭이 전월 대비 확대

- 노후화 단지 등 저평가 인식 있는 지역, 개발호재(정비사업, GTX) 지역을 중심으로 가격 상승세를 주도하면서 전월 대비 전국 주택가격 상승폭 확대
  - 전국 주택 매매가격 상승률(%, MoM) : 0.71('21.4월) → 0.70('21.5월) → 0.79('21.6월)
- 특히 재건축 규제 완화 기대, 가격 상승기대가 높은 수도권에서 가격 상승폭이 확대되며 높은 수준의 가격 상승폭이 높게 유지되는 모습
  - 수도권 주택 매매가격 상승률(%, MoM) : 0.91('21.4월) → 0.86('21.5월) → 1.04('21.6월)
- 매매가격의 상승 전망이 우세하고, 시장 내 매수자 비중이 확대되는 등 가격 상승 압력 증가로 인해 가격 상승세는 지속될 전망
  - 매매가격 전망지수: 108.9('21.4월) → 112.3('21.5월) → 117.4('21.6월)
  - 매수우위지수: 84.0('21.4월) → 85.3('21.5월) → 94.6('21.6월)

■ 국토부와 서울시 간 협력안을 발표했으나 정부와 지자체 간 의견 대립은 지속

- 정비사업 조합원 지위양도 금지 조기화, 기발표 공공택지 정상공급을 위한 상호협력, 장기전세주택 물량확보 등 주택정책의 추진을 위한 협력안 발표
- 그러나 지난해 8.4대책으로 발표한 공급계획(도심 내 유휴부지를 활용한 택지공급)에 대해 정부와 지자체, 주민 간 갈등이 이어지는 상황
  - 태릉CC, 용산 정비창 등 주민반발 지속, 과천시의 경우 반발로 인해 공급계획 수정
- 정부주도의 공급정책이 추진되고 있으나 지자체 간 갈등, 주민 반발에 따른 공급계획 수정 등으로 인해 신속한 공급계획에 차질이 불가피

■ 2.4대책이 수정되었으나 오히려 투자수요를 유인해 가격상승을 초래할 가능성 농후

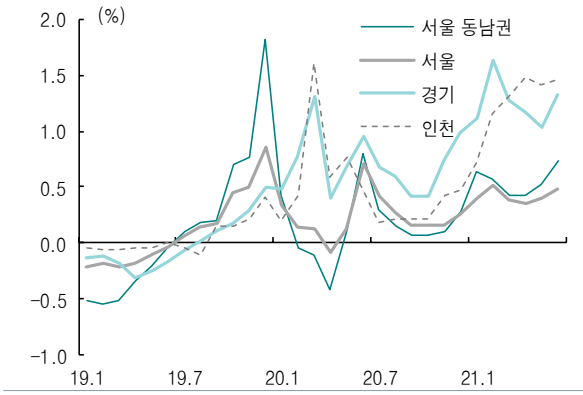
- 당초 2.4대책에서는 도심 공공주택 복합사업지구로 지정된 지역의 2.4일 이후 신규 매입은 현금청산이 예정되어 재산권 침해 등의 논란이 발생
- 그러나 공공주택특별법 개정안이 수정 의결되면서 국회 본회의 의결일(6월 말)까지 이전등기를 완료할 시에는 우선공급권을 인정하기로 2.4대책을 수정
- 또한 2.4대책에 참여하는 토지주의 취득세와 시행자의 종부세 감면, 예정지구 지정을 위한 소유자 10% 동의요건 삭제 등 신속한 사업절차 추진을 위한 내용이 추가
- 이러한 규제정책의 수정은 이해관계가 얽힌 수요자들의 혼란을 야기하고 도심 공공주택 복합사업지 후보지에 투자수요를 유인하여 가격 상승을 초래할 가능성

■ 3기 신도시 사전청약이 시행되나 전세가격 상승요인이 우세하여 전세가격 상승세는 지속

- 7월부터 3기 신도시 사전청약이 시작되나 본청약까지 무주택 조건을 유지해야 하기 때문에 매매 대기수요의 해소에는 큰 영향을 끼치지 않을 전망
- 주임법 개정안과의 상충 등으로 인해 재건축 2년 실거주 요건이 폐지되었으나 기존 임대인의 실거주로 인해 단기간 내 전세매물 증가는 크지 않을 가능성
- 또한 다주택자 대상 양도세 중과, 공시가격 상승으로 인한 보유세 상승 등 임대인의 경제적 부담 증대분이 임차인에게 전가되어 전세가격 상승요인으로 작용할 우려
- 도심 내 교통 요충지, 학군 우수지, 직주근접지 내 전세수요는 여전히 높기 때문에 공공 부문과 민간 부문의 공조 및 안정적인 수급이 필요
  - 전세수급지수('21.5월 → 6월): 전국 170.6 → 173.7, 서울 157.9 → 166.8

※전세수급지수: 0~200범위 이내이며 100을 초과할수록 공급부족 비중이 높음

■ 월간 주택 매매가격 변동률



주 : 서울 동남권은 강남구, 서초구, 송파구, 강동구
자료 : 한국부동산원

■ 2.4대책 수정 내용 요약

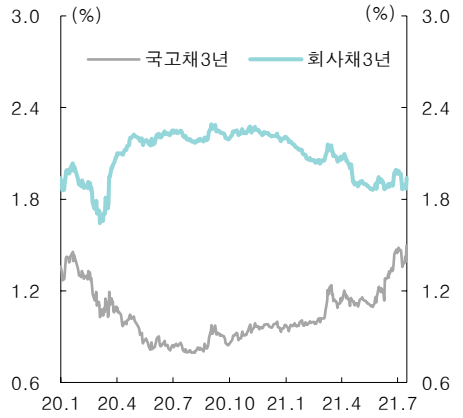
구분	주요 내용
세제 개선	- 사업참여 토지주는 공공에 토지납입 후 완공된 주택을 취득할 경우 현행 일반정비사업 수준으로 취득세를 감면 - 사업시행자의 경우 수용한 토지주 부동산 일체에 대해 종합부동산세를 면제
규제내용 보완	- 법안의 국회 본회의 의결일까지 이전등기 완료 시 우선공급권 부여
사업추진 활성화	- 예정지구 지정을 위한 소유자 10% 동의 요건 삭제 - 본 지구지정 후 3년 경과한 구역 중 토지 등 소유자 2분의 1이상이 해제 요청시 해제 가능

자료 : 2.4대책 활성화를 위한 제도 보완방안, 공공주택특별법 개정안

국내 금융시장

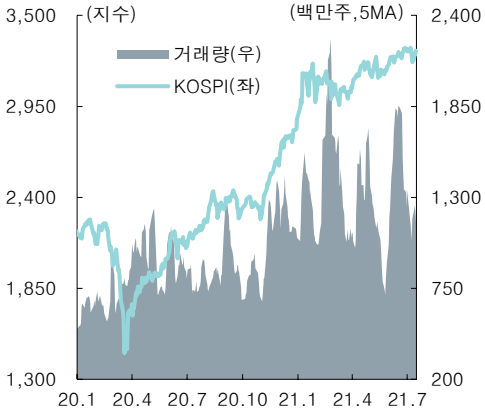
금리

	콜 (1일)	CD (91일)	산금채 (1년)	회사채 (AA-,3년)	국고채 (3년)	국고채 (5년)
'19년말	1.39	1.53	1.49	1.94	1.36	1.48
'20년말	0.61	0.66	2.21	0.98	1.36	1.48
6월말	0.63	0.68	1.17	1.97	1.45	1.74
07월 09일	0.52	0.68	1.09	1.87	1.38	1.68
07월 12일	0.52	0.68	1.08	1.88	1.38	1.69
07월 13일	0.58	0.69	1.08	1.90	1.42	1.72
07월 14일	0.59	0.69	1.08	1.87	1.39	1.69
07월 15일	0.59	0.69	1.12	1.94	1.50	1.75



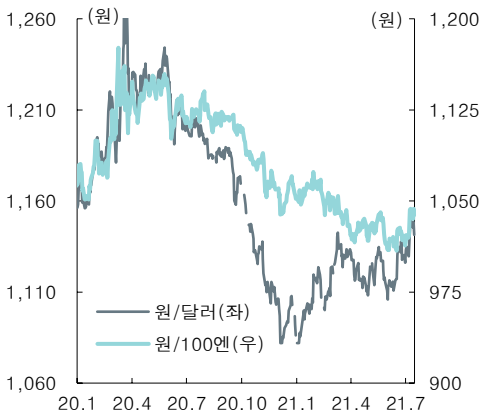
주가

	KOSPI	거래대금 (억원)	거래량 (백만주)	외인순매수 (억원)
'19년말	2,197.7	41,136	416	-3,404
'20년말	2,873.5	1,074	416	-3,404
6월말	3,296.7	156,467	1,610	70
07월 09일	3,218.0	164,731	1,308	-13,421
07월 12일	3,246.5	112,801	1,135	372
07월 13일	3,271.4	134,944	1,150	2,652
07월 14일	3,264.8	129,931	909	-2,740
07월 15일	3,286.2	136,839	1,172	1,006



환율

	원/달러	원/100엔	원/위안	원/유로
'19년말	1,156.4	1,064.2	166.0	1,297.1
'20년말	1,086.3	166.3	166.0	1,297.1
6월말	1,126.1	1,013.2	174.4	1,335.2
07월 09일	1,149.1	1,043.6	177.3	1,364.8
07월 12일	1,147.0	1,038.9	177.1	1,360.3
07월 13일	1,145.4	1,035.1	177.0	1,348.8
07월 14일	1,148.5	1,043.5	177.5	1,359.4
07월 15일	1,141.5	1,038.4	176.7	1,348.2

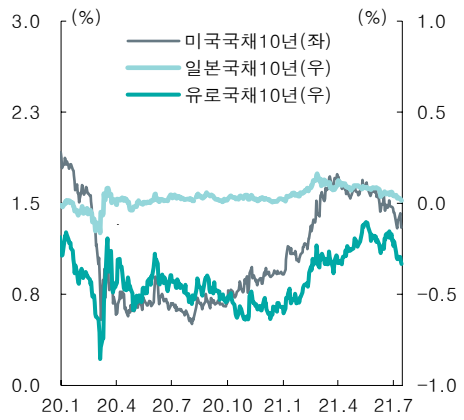


자료 : Bloomberg, 연합인포맥스

해외 금융시장

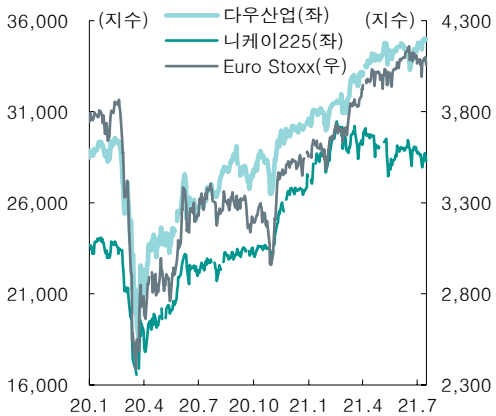
금리

	미국				일본	유로
	FFR	리보(3월)	국채2년	국채10년	국채10년	국채10년
'19년말	1.55	1.91	1.57	1.92	-0.01	-0.19
'20년말	0.09	0.24	0.12	0.91	0.02	-0.57
6월말	0.10	0.15	0.25	1.47	0.06	-0.21
07월 09일	0.10	0.13	0.21	1.36	0.03	-0.29
07월 12일	0.10	0.13	0.23	1.36	0.03	-0.30
07월 13일	0.10	0.13	0.25	1.42	0.03	-0.29
07월 14일	0.10	0.13	0.22	1.35	0.02	-0.32
07월 15일	0.10	0.13	0.22	1.30	0.01	-0.33



주가

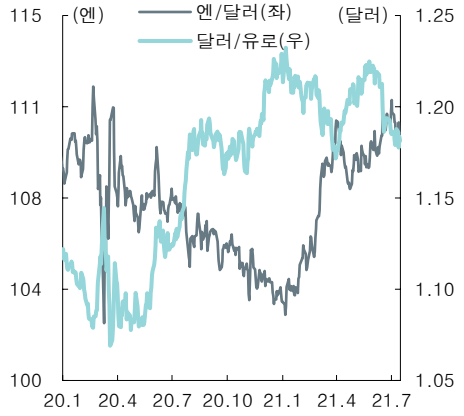
	다우산업	니케이225	상하이종합	Euro Stoxx
'19년말	28,538.4	23,656.6	3,050.1	3,745.2
'20년말	30,606.5	27,444.2	3,473.1	3,552.6
6월말	34,502.5	28,791.5	3,591.2	4,064.3
07월 09일	34,870.2	27,940.4	3,524.1	4,068.1
07월 12일	34,996.2	28,569.0	3,547.8	4,093.4
07월 13일	34,888.8	28,718.2	3,566.5	4,094.6
07월 14일	34,933.2	28,608.5	3,528.5	4,099.5
07월 15일	34,987.0	28,279.1	3,564.6	4,056.4



환율/상품

	환율		상품	
	엔/달러	달러/유로	Dubai($/배럴)	Gold($/온스)
'19년말	108.66	1.122	67.3	1,523.1
'20년말	103.25	1.222	51.1	1,895.1
6월말	111.10	1.186	72.9	1,771.6
07월 09일	110.03	1.188	73.0	1,810.6
07월 12일	110.37	1.186	73.5	1,805.9
07월 13일	110.60	1.178	74.4	1,809.9
07월 14일	109.98	1.184	74.7	1,825.0
07월 15일	109.85	1.181	72.2	1,829.0

자료 : Bloomberg, 연합인포맥스



메 모

하나금융포커스

제11권 15호

등록번호 서울중, 다00037
등록일자 2011년 3월 21일

2021년 7월 17일 인쇄
2021년 7월 19일 발행

발행인 박성호
편집인 윤병수
발행처 하나은행 하나금융경영연구소
서울특별시 중구 을지로 66 하나금융그룹 명동사옥
대표전화 2002-2200
홈페이지 www.hanaif.re.kr

인쇄 (주)광문당

본 지에 게재된 내용은 집필자 개인의견으로
하나금융경영연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

www.hanaif.re.kr

하나은행 하나금융경영연구소

하나금융포커스 제11권 15호

04538 서울특별시 중구 을지로 66 하나금융그룹 명동사옥

Tel 2002-2200 Fax 2002-2610