

‘갤럭시S9’ 사전예약만으로 평가 이르다

1 국내외 경쟁자 없네 2 갤럭시S7 교체주기 겹쳐 3 70개국 반응 뜨거워

(조기출시국)

삼성전자의 전략 스마트폰 ‘갤럭시S9’이 사전 개통을 시작했다. 첫날 사전계약 실적이 전작의 70% 수준에 그치면서 일각에서는 우려의 목소리를 내놓고 있다.

그러나 업계 전문가들은 “정식 출시가 되기도 전 평가는 이르다”고 입을 모은다.

갤럭시S9은 오는 16일 전세계 70개국에서 동시에 출시되는 상반기 유일한 스마트폰 신제품이다. 2년마다 돌아오는 갤럭시S 출시 시리즈 교체주기 역시 갤럭시S9에는 호재다.

12일 통신업계에 따르면 사전예약자를 대상으로 개통을 시작한 지난 9일 이통통신 3사를 통해 개통된 갤럭시S9은 18만대 정도 수준으로 추정된다. 전작인 갤럭시S8이 첫날 26만대가 개통됐다는 점을 감안하면 약 70% 수준이다.

이로 인해 일각에서는 부정적인 전망을 내놓고 있다.

이에 대해 삼성전자 관계자는 “갤럭시S9이 전작과 달리 언팩 직후 사전예약을

바로 시작해 대기수요가 다소 적었고, 전년 대비 빨라진 출시시기 등으로 개통량이 적었을 뿐”이라고 설명했다.

실제로, 갤럭시S8는 신제품 공개와 출시가 예년보다 한 달 이상 늦은 4월이 진행됐다. 삼성전자는 3월쯤 상반기 전략 스마트폰을 선보이고 국내외에 출시했지만 지난 2016년 말 갤럭시노트7 배터리 발화 사건으로 갤럭시S8 준비가 늦어졌기 때문이다.

이로 인해 갤럭시노트는 물론 갤럭시S 시리즈를 기다리는 대기수요가 누적되면서 갤럭시S8는 첫 개통량은 물론 흥행에 있어서도 좋은 성적을 거둘 수 있었다는 분석이다.

삼성전자는 일부의 부정적인 전망과 상관없이 갤럭시S9의 흥행에 자신감을 보이고 있다.

우선, 국내는 물론 해외에서도 마땅한 경쟁자가 없다는 이유가 크다. 삼성전자는 올해 ‘모바일 월드 콩그레스(MWC)

2018’에서 유일하게 스마트폰 신제품을 공개했다.

LG전자는 전작인 V30의 업그레이드 제품을 내놓았고 화웨이 등은 올 하반기에 신제품을 선보일 예정이라 상반기에는 경쟁제품이 없을 것으로 보인다.

역대 최고 판매량을 기록했던 갤럭시S7 교체주기가 도래했다는 점도 작용할 것으로 보인다.

통상적으로 스마트폰 교체주기가 18개월 정도인 점을 고려할 때, 갤럭시S7 이용자 중 상당수가 신제품 갤럭시S9으로 교체할 가능성이 높다.

갤럭시S7는 2016년 3월 10일 출시된 만큼 약정 2년을 고려하면 본격적인 교체는 4월부터나 이뤄질 것으로 예상된다.

갤럭시S9 시리즈 출시 국가도 전작보다 확대됐다. 갤럭시S8의 경우 지난해 4월 21일 초기 출시국가는 미국, 캐나다, 한국 등 4개국에 불과했지만 갤럭시9의 초기 국가는 70여개다.



삼성전자는 아랍에미리트 두바이에 위치한 세계 최고 빌딩 부르즈 칼리파에서 갤럭시 S9 출시를 알리는 초대형 광고와 함께 체험존을 운영했다. /삼성전자



‘갤럭시 S9’ ‘갤럭시 S9+’ 제품 발표회에 참석한 중국 미디어와 파트너들이 제품을 체험하고 있다. /삼성전자

인도, 중국, 미국, 멕시코 등 주요 국가에서 미디어 행사와 함께 체험존을 마련하며 초반 마케팅에 공을 들이고 있다.

삼성전자 관계자는 “세계 각국에서의 미디어 행사와 체험 행사를 통한 반응은 긍정적”이라며 “내부적으로는 갤럭시S9에 대해 고무적으로 보고 있다”고 말했다.

이승우 유진투자증권 애널리스트는 “갤럭시S9은 전작 대비 초기 반응이 긍정적이라고 보기는 어렵다”면서도 “전작 대비 초기 출시국이 대폭 확대됐고, 상반기 중 눈길을 끌만한 경쟁 제품이 없어 1분기 출하량이 900만~1000만대에 이를 것으로 예상된다”라고 내다봤다.

/정은미 기자 21cindiun@metroseoul.co.kr

금리인상 예고에 예·적금 짧게 맡기는 ‘단타족’ 늘어

은행, 파킹통장·단기상품 출시

1년 미만 정기예금 14.4%p 늘고
3년 이상 장기에금은 5.6%p 줄어

미국발(發) 금리 인상을 앞두고 예금 시장에서도 ‘단타족’이 늘었다. 이들은 금리가 높은 자유입출금통장이나 만기 3~6개월의 단기 상품을 이용해 짧은 기간 금리를 얻는 식으로 재테크를 하고 있다. 이에 은행들도 ‘파킹통장’이나 단기 예·적금 상품 출시에 나섰다.

13일 한국은행 경제통계시스템에 따르면 지난해 은행권 정기예금 잔액은 617조 4699억원으로 전년 대비 5.2%(30조 4933억원) 증가했다.

이 중 만기 1년 미만 정기예금 잔액은 206조 4708억원으로 전년 대비 14.4%(26조 343억원) 늘어 전체 정기예금 증가액을 견인했다. 반면 3년 이상 장기 예금 잔액은 1년 전보다 5.6%(9981억원) 줄어든 16조 8125억원으로 나타났다.

이런 현상은 금리가 오르는 것을 대비해 소비자들이 단기 상품에 자금을 묶어

(은행권 ‘파킹 통장’ 및 단기예·적금 상품)

은행	예금상품	연 금리(최대)
SC제일은행	SC제일 마이쥬 통장	1.50%
Sh수협은행	Sh내가만든통장	1.70%
카카오뱅크	세이프박스	1.20%
케이뱅크	듀얼K 입출금 통장	1.30%
웰컴저축은행	웰컴 직장인사랑 보통예금	2.50%
SBI저축은행	SBI 사이다 보통예금	1.90%
OK저축은행	OK 대박통장	1.70%
신한은행	선물하는 적금	3%(6개월)
	마이 프로야구 S드림 정기예금	1.8%(100일)
국민은행	매일매일적금	2%(6개월)
카카오뱅크	정기예금	1.8%(6개월)

둔 영향으로 풀이된다.

미국 연방공개시장위원회(FOMC)가 조만간 정책금리를 현 1.25~1.50%에서 0.25%포인트 인상할 가능성이 높기 때문이다. 미국이 금리를 올리면 한국은행도 기준금리를 조정할 수 있기 때문에 소비자들은 일단 만기가 짧은 통장에 돈을 ‘파킹(Parking)’ 해놓는 추세다.

이에 은행들은 짧은 시간 자금을 보관

하는 용도로 수시입출금이 가능하면서 비교적 높은 금리를 제공하는 ‘파킹통장’을 내놓고 있다.

대표적인 상품이 SC제일은행의 ‘SC제일마이쥬 통장’이다. 이 상품은 최소 100만원부터 최대 10억원까지 유지되는 예치금액을 고객이 직접 설정하고 설정 금액을 유지하면 연 1.5%의 금리를 제공한다. SC제일마이쥬 통장은 출시 4개월 만

에 수신 잔액 2조원을 돌파했다.

Sh수협은행의 ‘Sh내가만든통장’은 매일 최종 잔액이 고객이 지정한 금액 이상이면 연 최대 1.7%의 금리를 준다. 금액은 최소 100만원부터 최대 10억원까지 지정할 수 있으며, 지정금액은 매일 1회에 한해 변경할 수 있다. 이 통장도 출시 2개월 만에 가입자 1만명, 잔액 1000억원을 넘어섰다.

인터넷전문은행 케이뱅크의 ‘듀얼K 입출금 통장’도 파킹 통장 기능을 한다. 이 상품은 한 달간 잔액 유지 목표를 달성하면 최고 연 1.3%의 금리를 제공한다. 카카오뱅크도 입출금통장의 ‘세이프박스’를 이용해 일정 금액을 묶어 두면 최대 500만원까지 연 1.2%의 금리를 준다.

저축은행도 상대적으로 높은 금리를 제공하는 입출금 통장을 판매 중이다.

웰컴저축은행의 ‘웰컴 직장인사랑 보통예금’은 급여이체 등 조건을 충족하면 최고 연 2.5%의 금리를 받을 수 있다. SBI저축은행의 ‘SBI 사이다 보통예금’은 체크카드 이용 실적에 따라 연 최고 1.9%, OK저축은행의 ‘OK 대박통장’은 하루만 맡겨도 연 1.7% 금리를 제공한다.

입출금식 예금뿐만 아니라 1~6개월 만기의 단기 예·적금 상품도 속속 나오고 있다.

신한은행의 ‘선물하는 적금’은 선물할 사람이 신규금액을 넣은 적금을 선물하면 받은 사람은 6개월간 자유롭게 추가 입금할 수 있다. 금리는 연 3.0%다. 또 최소 300만원에서 최대 1억원까지 가입하는 만기 100일의 ‘마이 프로야구 S드림 정기예금’도 판매한다.

KB국민은행은 월 30만원 이내에서 매일 자유롭게 저금하는 6개월제 단기적금 ‘매일매일적금’을 출시했다. 우대이율을 포함하면 연 최고 2.0%를 받을 수 있다. 카카오뱅크의 정기예금은 만기 1개월짜리부터 있다. 3~6개월의 경우 1.5%를 제공한다.

시중은행 관계자는 “미국의 금리 인상이 기정사실화되면서 단기 상품에 잠깐 돈을 묶어두는 소비자가 늘고 있다”며 “이후에 금리 인상이 본격화되면 고금리 상품으로 갈아탈 수 있도록 자금을 ‘파킹’해놓고 짧은 시간 금리를 얻어가는 식으로 재테크를 하는 모습”이라고 말했다.

/채신화 기자 csh9101@

4050세대 1인가구, 소득 높지만 소비는 적어

신한카드, 중장년층 소비특성 분석
여가 때 감성적 측면서 어려움 느껴

중장년층 1인 가구는 타연령보다 소득 수준은 높지만 실제 소비는 가장 낮은 것으로 나타났다.

신한카드는 13일 고객의 2017년 소비 빅데이터로 ‘중장년층 1인 가구’의 소비 특성을 분석한 결과를 내놨다.

2017년 월평균 300만원 소득고객의 50대 비중은 42.5%를 기록해 20대 14.3%, 30대 32.5%, 40대 38.7%보다 월등히 높은 것으로 나타났지만 월평균 이용금액

규모는 30대 이용금액을 1로 보았을 때 20대 0.9, 40대 0.99, 50대 0.62로, 50대가 가장 낮은 수치를 보였다.

이어 ‘중장년층 1인 가구’는 감성적 측면 중 여가활동을 할 때 어려움을 느끼고 여가활동에 대한 소비 욕구가 강한 것으로 분석됐다.

‘혼자 생활할 때 불편한 경우’를 질문한 결과 식사와 일상활동에는 2030세대(38.5%)와 4050세대(39.9%)가 작은 차이의 비중을 보였으나 여가활동에서는 2030세대 16.2%, 4050세대 25.2%로 나타났다.

또 2017년 총 소비 중 여가활동에 대한 50대의 비중이 6.1%로 타연령대보다 높게 나타나 여가활동에 대한 소비 욕구는 높은 것이 확인됐다.

특히 감성적 측면에서 어려움을 느낀다고 응답한 중장년층의 성별 비중은 40대와 50대 여성이 각각 41.7%, 34.8%로 나타나 동연령대의 남성(40대 44.9%, 50대 54%)보다 낮은 것으로 분석됐다. 소비행태 중 남성의 쇼핑 및 여가는 46.4%였지만 여성의 쇼핑 및 여가 비중은 56.4%로 나타나 여성의 쇼핑 및 여가활동 욕구가 남성보다 높은 것으로 나타났다.

/나유리 기자 yul115@