

‘가치주 vs 성장주’... 韓美증시 엇갈린 행보

美 8월 하락했던 채권금리 반등 국내증권업계 “성장주 매수 추천” 내년 이익 모멘텀 개선업종 관심

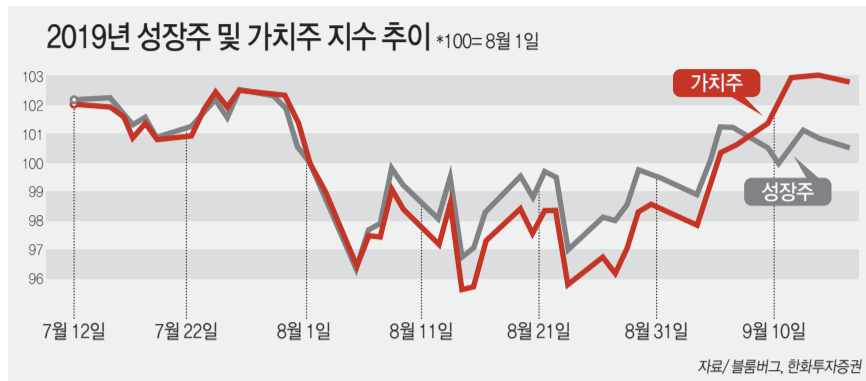
미국 증시에선 가치주가 성장주보다 강세를 보이는 등 ‘가치주의 귀환’이 일어나고 있는 반면, 국내 증시에선 ‘가치주보다 성장주’라는 분석이어서 대조적이다.

미 증시에서는 2007년 이후 지속적으로 강세를 보여온 성장주가 최근 1주 및 1개월 간 가치주 대비 부진한 흐름이 뚜렷하다.

S&P500 지수에서도 지난 달 초가파른 상승세를 보이던 모멘텀주는 지난달 27일 하락하며 2009년 3월 이후 가장 부진한 수익률을 보여줬다.

CNBC 등 주요 외신들은 최근 가치주가 모멘텀주 수익률을 넘어서는 로테이션 현상에 주목하고 있다.

최근 미 증시에서 모멘텀주에서 가치주로 투자자들이 이동한 것은 이들이 금리 상승에 베풀고 있기 때문이



란 분석이 나온다. 그동안 높은 밸류에이션(가치평가) 주식이 시장에서 강세를 보였지만 최근 낮은 밸류에이션을 받은 안정적인 기업이 주목받는다는 것이다.

지난 10년 간 미국 증시에서 단기적인 가치주 회복 이후 성장주 중심 켈리는 계속돼 왔지만 최근 가치주의 강세가 뚜렷하다.

신중호 이베스트투자증권 투자전략팀장은 “최근 1주일 간 성장주를 대표하는 러셀 그로스(Russel Growth) 수익률이 -0.49%를 기록한 데 반해 가치

주(Russel Value)는 2.41%로 상대적인 강세를 보였다”며 “월간 기준으로도 각각 2.43%, 5.44%로 이 같은 흐름이 두드러졌다”고 분석했다. 그는 “지난 2012년, 2016년 가치주의 귀환이 ‘Non US 정책’ 출현과 함께 했는데 지난주 유럽중앙은행(ECB)의 통화정책과 중국의 지급준비율 인하 이후 발생했다는 점에서 Non US 정책조합을 기대할 수 있어 가치주의 상대수익률 회복을 점쳐볼 수 있다”는 의견을 내놓았다.

또 최보원 한화투자증권 연구원은 “미국 주식 시장에서 수익성이 높고, 변동성이 낮고, 가치주 위주의 접근이

필요한 시기”라며 “최근 수익성과 성장성이 높은 기업들의 밸류에이션 부담이 커진 만큼 단기적으로 가치주 위주 접근이 유효하다”고 전망했다.

이에 반해 국내 증권업계 전문가들은 각국의 금리인하가 본격화된 만큼 가치주보다는 성장주를 매수할 것을 추천하고 있다. 김중원 현대차증권 연구원은 “글로벌 시장에서 가치주가 강세를 보이는데 이는 8월 크게 하락했던 채권금리가 다시 반등해 나타나는 현상”이라고 밝혔다. 덧붙여 “반면, 국내 증시에서는 성장주의 최근 1주와 1개월 수익률이 가치주 대비 높은 수익률을 기록하고 있다”고 분석했다.

그는 이어 “통화정책에 대한 기대가 높은 현 시점에서 가치주 대비 성장주가 투자 매력에 높다”며 “성장주 중 내년 이익 모멘텀이 개선되는 업종에 관심이 필요하다”며 관련 업종으로 반도체·조선·IT하드웨어·자동차업종을 꼽았다.

/채윤정 기자 echo@metroseoul.co.kr



한국투자증권 투자권유대행인 설명회

한국투자증권은 예비 투자권유대행인(이하 FC)을 대상으로 ‘투자권유대행인 모집설명회’를 개최한다.

이번 설명회는 오는 20일 서울 여의도 한국투자증권 본사, 25일 서울 강남대로 지점에서 두 차례에 걸쳐 진행되며, 한국투자 FC 제도 소개와 투자권유대행인 지원프로그램 및 영업 전략에 대해 설명한다.

사전 신청한 참가자 전원에게는 스마트폰 무선충전기를 사은품으로 제공한다. FC 활동에 관심 있는 사람이라면 누구나 참석할 수 있으며, 참가 신청은 한국투자증권 홈페이지나 Prime고객부를 통해 할 수 있다. /채윤정 기자

증권사의 이유있는 ‘스포츠 마케팅’

구단 운영·선수 후원 과감한 투자 타겟층·이미지·광고효과 1석3조 시즌 기간 브랜드 노출 효과 커

주요 증권사의 ‘스포츠 마케팅’이 눈길을 끌고 있다. 스포츠의 주 소비층이 증권사 타겟과 일치하는 데다 도전적이고 활동적인 성향이 증권사 이미지 제고에도 도움이 되기 때문이다.

이제 증권사들은 단순히 스포츠 경기에 로고를 노출하던 방식에서 벗어나 실제 구단을 운영하거나 유망한 선수를 꾸준히 후원하는 과감한 투자를 진행하고 있다.

18일 금융투자업계에 따르면 키움증권이 공식 후원하는 키움히어로즈가 2019년 시즌에서 좋은 성적을 거두면서 ‘야구 마케팅’이 성공적이란 평가가 이어지고 있다. 현재 키움히어로즈는 정규리그 2위를 달리고 있다.

앞서 키움증권은 지난해 11월 히어

로즈와 메인 스폰서 계약을 체결했다. 연 100억원, 계약기간 5년에 달하는 대규모 계약이었다.

일각에서는 무리한 투자라는 우려가 나왔다. 하지만 키움증권은 그동안 야구 마케팅에 많은 지출을 해왔다는 점을 고려, 과감한 투자를 결정한 것으로 알려졌다. 결과적으로 업계에선 긍정적인 평가가 나오고 있다.

무엇보다 브랜드 노출 효과가 상당하다. 시즌 기간동안에는 월요일을 제외하고 일주일에 6번 방송에 노출되고 있다. 특히 키움 히어로즈 선수들은 안타 등을 때려낸 뒤 키움의 ‘K’를 손으로 그리는 것을 공식 세레머니로 활용하고 있다.

키움증권 관계자는 “야구가 인기 스포츠인데다 성적도 좋아서 스폰서 기업으로써 내부 분위기도 좋다”면서 “야구와 증권사 모두 만족하는 결과”라고 전했다.

NH투자증권은 골프단을 운영하고, 골프 대회를 주최하며 브랜드 마케팅을 펼치고 있다. NH투자증권의 ‘NH투자증권 레이디스 챔피언십’은 올해로 12 회째를 맞이해 공신력 있는 경기로 자리매김했다.

아울러 NH투자증권은 미국여자프로골프(LPGA) 투어에서 활동하는 이미림과 KPGA 투어의 이승현, 박민지, 이가영에 정윤지 등 5명의 여성 골퍼를 후원하고 있다.

NH투자증권 관계자는 “NH투자증권 프로골프단은 올해 보그너 MBN 여자오픈을 우승한 박민지 선수를 포함, 통산 21승을 기록하며 금융계 골프명가로 발돋움 하고 있다”면서 “특히 NH투자증권 레이디스 챔피언십은 KPGA 대회 중 가장 많은 갤러리가 모이는 대회 중 하나로 선정되는 등 브랜드 가치 제고에 상당한 효과를 보고 있다”고 밝혔다. 이베스트투자증권은 대한당구



키움히어로즈의 한 선수인 안타로 출루한 이후 세레머니를 하고 있다. /연합뉴스

연맹의 공식 후원사다. 당구연맹에서 주최하는 모든 경기에 후원사로 노출된다. 선수 유니폼, 경기장, 대기석 등에서 이베스트투자증권 로고(CI)를 확인하는 것은 어렵지 않다. 이베스트투자증권 관계자는 “당구의 연령층이 30~50대 남성들이라는 점에서 증권사 고객 타겟과 일치한다”면서 “아직 당구에 대한 후원 협찬사들이 많지 않아 스포츠마케팅의 ‘블루오션’으로 보인다”고 말했다. /손엄지 기자 sonumij301@

신한금융투자 신한 차이나그로스랩

신한금융투자는 중국 및 미국증시에 상장된 중국기업에 투자하는 ‘신한 차이나그로스랩’ 서비스를 실시한다. 차이나그로스랩은 임캐피탈파트너스(IM Capital Partners)의 자문을 받아 중국 우량기업을 집중 투자하는 자문형 랩어카운트 서비스다. 이 랩어카운트를 자문하는 임캐피탈파트너스는 홍콩 소재 현지 자문사로 핵심운용 인력의 운용 경력이 평균 14년으로 오랜 운용 경력을 가지고 있다. 최소 가입금액은 1억원 이상이며 수수료는 선취수수료 1.0% (최초 1회), 후취수수료 연 2.0% (분기후취, 자문수수료 0.75% 포함)가 발생한다. /김유진 기자 ujin6326@



키움증권 SK하이닉스 ELS 출시

키움증권은 SK하이닉스와 글로벌 주가지수를 기초자산으로 하는 ELS를 출시했다. ‘키움 제1119회 ELS’는 만기 3년, 예상수익률 세전 연 8.5%이다. 기초자산은 SK하이닉스 보통주와 EUROSTOXX50지수, HSCEI지수이다. 스텝다운 조기상환형 ELS로, 모든 기초자산이 최초기준가격의 90% (6·12개월), 85% (18·24개월), 80% (30개월), 75% (36개월) 이상이면 세전 연 8.5%의 수익률로 상환된다. 조기상환되지 않더라도 투자기간 동안 기초자산이 최초기준가격의 50% 미만으로 하락한 적이 없다면 만기에 세전 25.5% (연 8.5%)의 수익률로 상환된다. /김유진 기자

아이씨케이, 소비자주도 신개념 결제시스템 확대

결제플랫폼 ‘셀피’ 한국 사업 진행 수수료 부담에서 자유로운 플랫폼

전자화폐 신용카드 및 스마트카드 전문 제조업체인 아이씨케이가 소비자주도 결제 시스템을 통해 간편 결제 시장 확대에 나선다.

아이씨케이는 18일 서울 여의도에서 기자간담회를 열고 미국에 본사를 둔 엔트앤비가 개발한 차세대 결제 플랫폼 ‘셀피(Cellfie)’의 국내 사업을 계획하고 있다고 밝혔다. 해당 플랫폼은 기술 개발을 마친 상태로 연내 북미시장 서비스 진행을 목표로 현재 글로벌

카드사의 인증을 진행 중이다.

셀피의 한국사업을 진행할 아이씨케이는 지난 1998년 11월 설립된 전자화폐 신용카드 및 스마트카드 전문 제조기업이다. 비자, 마스터, 유니온페이, 제이씨비, 아멕스 등의 제조 인증을 받아 은행 및 카드사로 신용카드를 공급하고 있다.

셀피는 결제 정보 주도권을 공급자에서 소비자로 이동시켜 결제 편의를 높이고 금융 보안을 극대화해 수수료 부담에서 자유로운 신개념 결제 플랫폼이다.

기존 카드 결제 시스템은 포스(POS)나 카드 단말기를 통해 개인의 결제

정보를 VAN, PG사에 위탁해 조회하고 카드사로 결제 요청하던 방식이었다. 새로운 셀피 플랫폼은 개인이 소지한 스마트폰을 일시적으로 가맹점(판매상)의 POS나 신용카드 조지기 역할을 하는 것이다. 개인이 소지한 스마트폰으로 가맹점의 정보를 취득해 자신의 실물(신용카드와 마일리지, 포인트, 각종 페이 등의 결제 옵션으로 직접 결제하는 자기주도 결제 플랫폼이다.

판매자 정보는 QR코드, 바코드, NFC 등 다양한 방법으로 소비자에게 제공될 수 있어 오프라인 매장부터 홈쇼

핑, 온라인, 모바일 등 결제 시장에서 이용될 수 있다.

특히 사용자가 직접 결제를 진행함에 따라 기존에 높은 수수료의 비대면 결제도 대면 결제 수준으로 결제수료를 줄일 수 있는 것이 장점이다. 해당 플랫폼이 결제 시장에 상용화되면 그동안 결제정보 도용 및 불법 사용에 따라 카드사와 사회적 비용으로 충당된 리스크 비용을 없앨 수 있어 카드사의 결제수수료 추가 인하도 기대된다.

플랫폼 개발사인 엔트앤비는 글로벌 카드사의 인증을 연내 마무리하고 서비스 수요가 높은 북미 시장을 시작으로 서비스를 진행할 계획이다. 이후 한국을 포함한 글로벌 결제 시장으로 서비스를 확대할 방침이다. /김유진 기자