

매일경제

빨간날 없는 6월...임시공휴일 지정해 돈 쓸 시간 줘야

기사입력 2020-04-26 17:48 최종수정 2020-04-26 22:46

친환경 가전·공기청정기 등
외국인 직구족 혹할 상품으로
전세계서 참여하게 유도

◆ 바운스백 코리아 ⑥ ◆



[사진 출처 = 연합뉴스]

지난 23일 한국은행이 발표한 1분기 국내총생산(GDP) 속보치에서 두드러진 부분은 민간소비 감소다. 지난 분기 대비 민간소비 부문 지출은 -6.4%에 달해 실질 GDP 하락(-1.4%)의 핵심 요인으로 작용했다. 외식을 안 하고 여행도 가지 않다 보니 재화(승용차, 의류 등)와 서비스(음식·숙박, 오락문화 등) 부문이 모두 줄었다. GDP의 핵심을 이루는 소비(C), 투자(I), 정부지출(G) 중 소비와 투자가 연쇄 붕괴의 위험에 처한 셈이다. 미국 등 해외 국가들 상황이 개선될 때까지는 수출 회복이 어려울 것으로 보여 2분기에는 소비에 더해 고용까지 위협받는 더욱 힘든 시기가 될 것으로 전망된다.

'동학완판소비운동'은 오는 6월 대기업부터 중소·중견기업까지 대한민국 모든 기업이 참여해 인기 제품을 한시적으로 대폭 할인하는 대형 할인 행사를 열자는 제안이다. 간단한 생필품부터 초고가 OLED TV까지 한국 경제의 얼어붙은 소비에 따뜻한 피를 돌게 하면 기업들은 재고를 털어내고 근로

자 소득도 보전할 수 있다. 이를 위해 제조사들은 시그니처 상품을 과감하게 '100대 한정 50%, 200대 한정 25%' 식으로 '반값 할인' 제품을 대거 쏟아낼 때다. K방역에 이은 K리커버리 모델로 미국 블랙프라이데이나 중국 광군제처럼 해외 직구족이 한국에서 열리는 큰 소비 축제에서 직구를 해가도록 하는 소비 대축제의 장을 만들자는 것이다.

이는 국내 최대 쇼핑 행사인 코리아세일페스타(코세페)의 확장 버전이지만 기존 코세페의 틀에 얽매어서는 의미가 없다. 2016년 메르스(MERS·중동호흡기증후군) 사태 후 진행된 코세페는 내수 진작에 큰 영향을 미쳤다. 당시 한 달간의 할인 행사로 4분기 소비지출 증가율이 0.27%포인트, GDP 성장률이 0.13%포인트 높아진 것으로 추산됐다. 하지만 관 주도로 진행되다 보니 한계도 명백했다.

전격적인 50% 할인으로 국내뿐만 아니라 해외 직구족에게도 사랑받을 수 있는 한국 제품은 많다. 한국 친환경 제품은 이미 수출 경쟁력을 인정받았다. 친환경 가전, 에어컨, 공기청정기 등을 해외 직구족에게 수출할 때다. 경영난에 부딪힌 7대 기간산업 기업들, 특히 자동차 부문의 쌍용자동차 등도 대거 할인 행사에 참여해 재고를 털어내면 다음 판매를 위해 공장을 돌리고 경제에 선순환을 이뤄낼 수 있다.

전문가들은 돈을 쓸 시간도 줘야 한다고 지적했다. 생활방역이 충분히 정착됐다는 전제하에서 소비운동이 시작되는 6월 초 정부가 임시공휴일을 만드는 것도 고민해볼 필요가 있다. 현재 6~8월 석 달간 국경일 휴무가 단 한 차례도 없다. 6월 6일 현충일과 8월 15일 광복절이 모두 토요일이기 때문이다. 이에 따라 6월에 현충일을 전후한 날짜를 내수 촉진을 위한 특별 임시공휴일을 지정하는 것도 좋은 방법이라는 시각이다.

유통업계 관계자는 "나라의 존망이 코로나19 사태 이후 위기 극복 과정에 달려 있다"며 "선조들이 피로써 나라를 지킨 현충일을 전후해 후손들이 소비로 애국하는 모습을 보일 수 있도록 임시공휴일 지정도 전향적으로 검토할 필요가 있다"고 설명했다.

[특별취재팀 = 이진우 산업부장 / 노영우 금융부장 / 황형규 부장 / 이승훈 기자 / 이재철 기자 / 박준형 기자 / 이승윤 기자]

▶네이버 메인에서 '매일경제'를 받아보세요

▶뉴스레터 '매콤달콤' 구독 ▶'매일경제' 바로가기

[© 매일경제 & mk.co.kr, 무단전재 및 재배포 금지]

이 기사 주소 <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LPOD&mid=etc&oid=009&aid=0004564176>