

점차 사라지는 은행 CD·ATM 기

한은 “2년 연속 감소세... 비대면·비현금 거래 확대·영업점 통폐합 영향... 스마트형 ATM 보급될 듯”

인터넷 뱅킹 등의 비대면 거래가 늘고 현금 거래가 줄면서 은행들의 현금자동화기기(CD·ATM)가 자취를 감추고 있다.

8일 한국은행에 따르면 지난해 말 기준 국내에 설치된 CD·ATM은 12만1344대로, 2013년 최고치(12만4236대)를 찍은 뒤 2년 연속 감소세를 보이고 있다.

이는 국내 은행들의 영업점 수가 2013년 이후 계속 감소하면서 영업점 내 설치된 CD·ATM 대수가 줄어든 데 주로 기인한다. 국내은행 영업점 수는 2012년 7700개에서 2013년 7600개, 2014년 7400개, 지난해 7300개로 줄었다. 이에 전대 CD·ATM 수 역시 2013년 6만7100대에서 지난해 6만2700대로 덩달아 감소했다.

CD·ATM 이용건수도 하락 추세다. 지난해 CD·ATM총 이용건수는 42

억5629만건으로 2011년 최고치(43억7000만건)를 기록한 후 지속적으로 감소하고 있다.

지난해 CD·ATM 1대당 이용건수는 3만5000건으로 2011년 이후 비슷한 수준을 유지하고 있다. 현금인출이 감소한 반면 계좌이체 업무가 늘어난 덕분이다.

CD·ATM 설치대수 감소와 함께 인터넷 및 모바일뱅킹 등 비대면·비현금 거래가 늘면서 금융서비스채널에서 CD·ATM이 차지하는 비중도 지속적으로 하락세를 보이고 있다.

2013년 12월 40.7%에 달했던 CD·ATM 업무처리 비중은 2014년 12월 39.9%, 지난해 12월 37.7%에서 지난 9월 기준 36.2%로 떨어졌다.

한은은 앞으로도 비현금거래 확대, 영업점 통폐합 등으로 금융기관이 운영하는 CD·ATM 설치대수는 기조적

으로 줄어들 것이라 예상된다.

무점포 운영체제인 인터넷 전문은행이 설립되더라도 CD공공망 참가를 통해 고객들은 타행이 설치한 CD·ATM을 이용할 수 있는 데다, 금융기관들의 운영비용을 줄이고 수익성을 높이는 노력을 지속할 것으로 예상되기 때문이다.

특히 은행들이 운영비 감축을 위해 VAN사업자에 위탁 운영하거나 VAN사업자 운영 CD·ATM 기기 활용하는 사례는 늘어날 것으로 전망됐다.

실제로 VAN사업자가 편의점, 공공장소 등에 설치한 점의 CD·ATM 수는 증가하는 추세다. 점의 CD·ATM은 2012년 5만5800대에서 지난해 5만8700대로 늘었고, 이용건수도 같은 기간 2억6000건에서 3억6000건으로 증가했다. 다만 VAN사업자가 운영하는 CD·ATM의 이용수수료는 900~1300

원으로, 은행보다 높은 수수료를 부과하고 있다.

한은 관계자는 “최근 국내 은행들은 구형 CD·ATM을 폐기하고 신기술이 구비된 스마트형 ATM 등을 도입, 운영하고 있다”며 “기존의 처리업무 이외에 통장개설, 외화송금, 간편결제서비스 입출금 등의 새로운 금융서비스를 추가하고, 바이오인증 등 디지털 혁신 기술을 반영한 셀프뱅킹 자동화 기기 등 스마트형 ATM기 설치가 확대될 전망”이라고 말했다.

한편 우리나라의 10만명당 ATM 설치대수는 2014년말 기준 291대로 여전히 세계에서 가장 많은 수준이다.

세계은행 자료에 따르면 경제협력개발기구 회원국 평균은 82대로 북미(221대), 미국(173대), 유럽(85대), 영국(129대), 일본(128대) 등 주요국 모두 우리나라 보다 적다. /뉴시스

4개 서비스 금융포털 ‘파인’에 추가

금융감독원은 은행 계좌정보통합관리 시스템 등 금융소비자에게 유익한 금융정보서비스 4개를 금융소비자정보포털 ‘파인’(fine.fss.or.kr)에 추가한다고 8일 밝혔다.

‘파인’은 금융정보 유형별로 금융상품, 금융조회, 금융결제, 금융피해 예방·구제, 서민·중소기업 지원, 금융교육 등 9개 분야에서 총 33개 금융정보서비스를 제공한다.

여기에 계좌정보통합관리와 본인 신용정보조회, 내보험 다보여,

퇴직연금종합안내 서비스를 9일부터 추가한다.

이렇게 되면 은행 예·적금·신탁계좌 정보, 대출연체, 카드발급, 현금서비스 정보, 보험가입내역 등 본인의 금융거래내역을 보다 쉽게 조회할 수 있다.

후면계좌 통합조회 서비스는 대상 범위를 확대한다. 지금까지는 은행권의 후면 예금·보험금 조회가 가능했지만 앞으로는 후면성신탁·증권 등은 물론 저축은행의 후면예금도 확인할 수 있다. /뉴시스

현대·기아차, 고속성장 미국 전기차 시장 공략 박차

올해 쏘나타 PHEV·쏘울 EV 투입 내년 아이오닉 일렉트릭·K5 PHEV로 승부

현대기아차가 고속성장세를 보이고 있는 미국 전기차 시장 공략을 내년부터 대폭 강화한다.

미국 전기차 시장은 14개월 연속 증가세를 보이고 있는 상황이다. 현대기아차는 이에 따라 올해 쏘나타 PHEV로 존재감을 높인 데 이어 내년에는 아이오닉 일렉트릭 등을 본격 투입하며 공략을 가속화한다는 계획이다.

8일 미국 자동차전문매체 ‘인사이드EV’에 따르면 미국 내 전기차(PHEV 포함) 월 판매량은 지난 11월까지 14개월 연속 전년 동월 대비 성장세를 기록했다.

이에 따라 올해(1~11월) 미국에서 팔린 전기차는 전년 동기(10만2400대) 대비 30.7% 급증한 13만3854대를 기록했다. 이미 지난해 전체 전기차 판매량인 11만6000대를 넘어섰다.

테슬라 모델S가 올해 2만3571대 팔리며 2년 연속 판매량 1위를 기록하는 가운데 제너럴모터스의 PHEV 모델 볼트(Volt)가 2만1048대, 포드 퓨전 에너지가 1만4839대로 뒤를 이었다.

미국 전기차 시장 규모는 매년 증가세를 보이다가 지난해에는 저유가 등

영향으로 5%가량 감소했다. 그러나 올해 들어서는 1위 테슬라와 제너럴모터스의 볼트 등 신차 효과에 힘입어 다시 성장세를 이어가고 있다.

이런 상황 속에서 후발 주자인 현대기아차는 올해부터 미국시장에 쏘나타 PHEV를 본격 투입하며 존재감을 높여왔다.

현대차가 지난해 말 미국 시장에 내놓은 쏘나타 PHEV는 올해 총 2770대가 팔려 전체 판매량 13위를 기록하고 있다.

쏘나타 PHEV는 올해 2월 월 판매량이 200대를 넘어섰고 7월에는 판매가 375대까지 치솟아 상위 10위권에 오르기도 했다. 이후에도 8월 235대, 9월 260대, 10월 255대, 11월 285대 등으로 꾸준한 판매량을 기록 중이다.

기아차의 쏘울 EV도 평균 성장률을 넘어서는 성장세를 나타냈다. 올해 쏘울 EV는 전년 동기 대비 45.7% 급성장한 1531대가 판매됐다.

이에 따라 지난해 1%에 그쳤던 현대·기아차의 미국 전기차 시장 내 점유율은 올해 3.2%로 확대됐다.

현대·기아차는 오는 2017년 신차를 잇달아 투입해 시장점유율 확대에 나



현대 쏘나타 PHEV

선다는 방침이다.

우선 현대차는 내년 2월 미국 시장에 전기차 전용 브랜드 ‘아이오닉 일렉트릭’을 출시한다.

1회 충전시 최대 주행 가능 거리가 191km인 아이오닉 일렉트릭은 최근 미국 환경보호청(EPA)의 전기차 경제성 평가에서 복합전비(전기차 연비)가 136마일을 기록해 테슬라 모델 S 60D(104마일)·쉐보레 볼트 EV(119마일) 등을 제치고 가장 우수한 것으로 나타났다.

기아차도 내년에 기아차의 첫 PHEV 모델 K5(현지명 옵티마) PHEV를 내놓을 계획이다. /뉴시스

K5 PHEV는 9.8kWh 대용량 배터리와 50kW 모터를 적용해 전기와 하이브리드 두가지 모드로 주행 가능한 친환경 차량이다. 배터리 완전 충전시 최대 44km를 전기모터로만 주행할 수 있으며, 배터리를 모두 써도 하이브리드 모드(16.4km/1)만으로 최대 902km까지 주행할 수 있다.

현대차 관계자는 “내년 2월 전기차 전용 모델인 아이오닉 일렉트릭이 미국에 출시될 계획”이라며 “연비 효율을 평가기관에서 인정받는 등 높은 경쟁력으로 미국 전기차 소비자들에게 어필할 수 있을 것으로 기대한다”고 말했다. /뉴시스

삼성 갤럭시S7 엣지 ‘블랙 펄’ 컬러 출시

삼성전자가 ‘갤럭시 S7 엣지’ 블랙 펄(Black Pearl) 컬러를 통상3사를 통해 9일 출시한다.

‘갤럭시 S7 엣지’의 8번째 색상인 블랙 펄 모델은 스마트폰 전·후면에 매끄러운 광택이 감도는 블랙 색상 글래스를 적용했다. 특히 옆면 테두리까지 블랙으로 마감해 한층 더 고급스러운 디자인을 완성했다.

신제품 구매 고객은 ‘만원의 행복’과 ‘맛스를 갖춰진 갤럭시 S7의 선물’ 등 현재 진행 중인 풍성한 사은 혜택을 모두 누릴 수 있다.

삼성전자는 ‘갤럭시 S7 엣지’와 갤럭시 S7의 8가지 색상을 모티브로 S7과 함께하는 특별한 순간들을 일러스트



로 담은 ‘갤럭시 S7 컬러풀 모먼트(Colorful Moment)’ 아트 컨텐츠도 선보인다.

블랙 펄 색상 편에서는 ‘My Chic Moment’라는 주제로 어두운 패션쇼장 모델들의 모습을 한 순간도 놓치지 않고 포착하는 갤럭시 S7의 저조도 카메라를 관타지가 가미된 색다른 이야기로 표현했다.

갤럭시 S7 엣지 블랙 펄은 갤럭시 S7·S7 엣지 스마트폰 중 최대 메모리 용량인 128GB 단일 모델로 출시되며 출고가는 101만2000원이다. /뉴시스

LG전자, V20 2차 TV 광고 ‘만남과 고백의 사운드’

LG전자가 V20의 좋은 사운드로 하나되기라는 메시지를 담은 V20 2차 TV 광고 영상을 공개했다고 8일 밝혔다.

V20 2차 영상은 첫사랑을 고백하는 순간의 설레는 남매, 즐거운 데이트 중인 커플, 즐거운 시간을 보내는 남매와 부부 등 음악을 매개로 더욱 행복해지는 사람들의 모습을 표현했다.

멀티미디어 폰이라는 마케팅 포인트에 맞춰 원음을 되살리는 4DAC, B&O 플레이 튜닝, 전후면 광각카메라 등 V20의 인기 요소인 멀티미디어 기능을 강조했다. 이런 기능이 ‘만남’과 ‘고백’이라는 일상의 상황 속에 자연스럽게 녹아드는 모습을 중점적으로 담았다.

이번 영상은 84년에 발표된 퀸(Queen)의 숨겨진 명곡 ‘Thank God It’s Christmas’를 배경 음악으로 선정, V20의 오디오 성능을 부각하면서도

연말 분위기를 극대화시켰다.

전편에서 세계적 뮤지션인 샘 스미스와 워렌드를 등장시켜 원음에 가까운 소리를 들을 수 있는 기능이 집중했다면 이번 편에서는 그 오디오 기능을 통해 사람들의 관계가 더욱 풍요로워지고 특별해지는 순간들을 표현했다는 설명이다.

LG전자는 V20 구매 고객을 대상으로 해피 뉴 이어(HAPPY NEW YEAR) 이벤트도 함께 진행 중이다. 1월31일까지 V20을 구매하는 고객은 LG 블루투스 스피커(PH1)와 ‘배터리팩(추가 배터리+충전 크래들)’을 신한 FAN(모바일 결제 서비스) 앱을 통해 5000원에 구매할 수 있다.

또 V20에 탑재된 ‘기프트팩’ 앱에서 하드 케이스 2종과 음원 이용권도 무료로 신청할 수 있으며 통신사 제휴 신한카드도 V20을 구매 시 최대 46만 원까지 할인 받을 수 있다. /뉴시스

대한민국 홍삼 특구 진안고원

세계주류품평회 금상

真心 眞心

홍삼주

진안고원 JINAN GOWON