

# 광주 공공체육시설 ‘코로나 폭탄’...매출액 ‘곤두박질’

## 도시공사 운영 6개 체육시설 잇단 휴장에 경영 위기 ‘반짝 특수’ 실외 스포츠 종목도 2단계 격상 후 급감

코로나19 여파로 공공체육시설도 심각한 경영난을 겪고 있다. 코로나 대응행 속에서도 실외 스포츠가 인기를 끌면서 일부 시설은 반짝 특수를 누리긴 했으나 사회적 거리두기 강화에 따른 휴장과 재개장이 반복되면서 매출액이 곤두박질치고 있다.

4일 광주도시공사에 따르면 올 들어 8월 말까지 공사가 운영중인 실내수영장의 매출액은 7억3800여 만원으로 2년 전 같은 기간 매출액 15억9600여 만원의 절반에도 미치지 못하고 있다.

지난해에는 세계수영선수권대회 훈련장으로 이용되면서 매출액이 거의 없었다. 코로나19 발생 전인 1월에만 1억3500만원

의 매출을 기록해 연매출 갱신이 예상됐으나, 곧바로 2월부터 장기화된 코로나 사태로 매출액은 날개없이 추락하고 있다.

2월24일을 시작으로 모두 8차례 휴장이 반복되면서 3월과 7월엔 적자를 기록했다. 인건비는 고사하고 전기세 등 공공요금도 내지 못할 처지다.

실내빙상장도 1~8월 매출액이 지난해 같은 기간보다 4분의 1로 줄었다.

1월 6080만원이던 것이 2월 3300만원으로 줄더니 3월과 4월에는 200만원에도 미치지 못하고, 지역내 집단감염으로 준3단계 격상이 심각하게 논의됐던 8월에는 단 29만원에 그쳤다.

여름성수기로 지난해 8월 매출액은 7800만

원에 달했다.

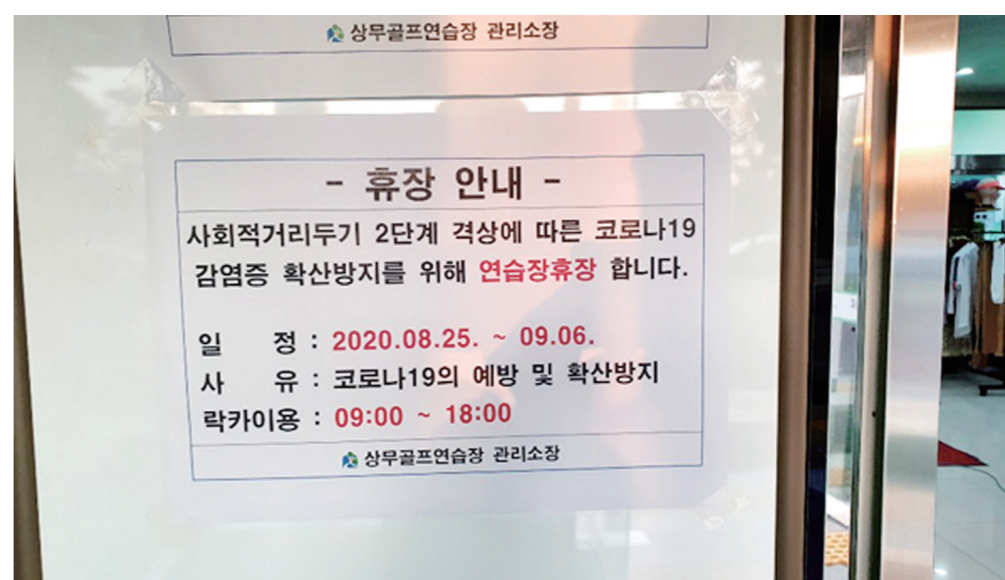
빛고을, 상무, 염주 등 4개 골프(연습)장의 매출액은 46억 여원으로 지난해와 비슷한 수준을 유지했으나, 이는 실내체육시설이 줄줄이 운영 중단되면서 실외스포츠가 상대적으로 각광받는데 따른 일종의 반사이익으로 풀이된다.

그러나 이마저도 7월초 사회적 거리두기가 2단계로 격상되면서 매출액은 급락했다.

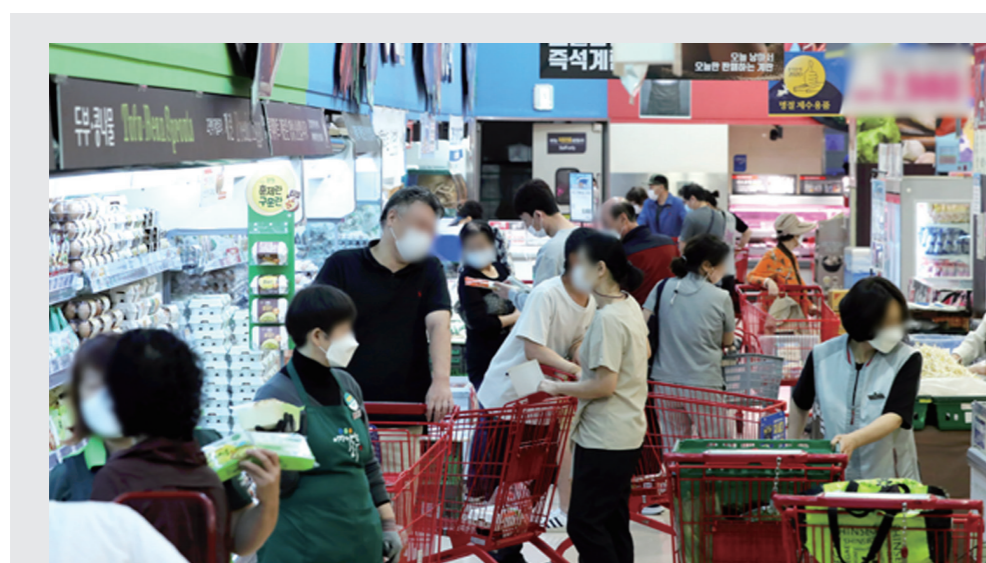
7월에는 1억8600만원으로 지난해 같은 기간보다 6분의 1에 불과했고, 8월엔 4억원으로 지난해 같은 기간보다 월간 매출액이 20% 감소했다.

이런 가운데 일부 시설의 경우 휴장 후 재개장 과정에서 코로나19 행정명령 위반 논란에 휩싸이거나 2단계 격상 후 휴장→취소→정상 영업→다시 휴장으로 이어지는 오락가락한 운영으로 비난을 자초하기도 했다.

도시공사 관계자는 “골프장과 골프연습장의 경우는 실외스포츠로 분류돼 매출 하락세가



가 둔했지만 2.5단계 격상후에는 이용객이 걷잡을 수 없이 감소했고, 전체 매출액도 덩달아 바닥을 쳤다"고 밝혔다. 이어 "코로나19 상황이 지속되고, 집합금지가 장기화될 경우 심각한 경영난이 예상돼 다각적인 자구책을 마련 중"이라고 덧붙였다. 조인호기자



## 대형마트 3분기...코로나 재확산 버텼다

### 8월 매출 감소폭, 7월보다 적어

산업통상자원부가 지난달 29일 발표한 '8월 주요 유통업체 매출 동향'을 보면, 대형마트 매출은 지난해보다 2.3% 감소했다. 감소폭이 오히려 7월(-5.5%)보다 줄었다. 백화점이 7월 전년 대비 매출이 2.1% 줄었다가 8월에 6.5% 커진 것과는 정반대였다. 대형마트가 8월 중순에 시작된 코로나 재확산 사태를 버텼다는 의미로 풀이된다. 이에 대형마트가 3분기에 예상보다 선전했을 거라는 분석이 나온다.

코로나 사태 이후 대형마트 역시 다른 오프라인 기반 유통업체와 마찬가지로 매출 감소를 피하지 못했다. 다만 상반기 최악의 시기를 지나 하반기엔 나쁘지 않은 매출을 기록 중이다. 대형마트 매출은 코로나 1차 대유행이 있었던 지난 3월에 전년 대비 매출이 13.8%까지 하락했고, 5월에 또 한 번 9.7% 감소했으나 6월(-5.3%)부터는 매출 감소폭이 줄어들고 있다.

대형마트 3분기 실적을 긍정적으로 보는 데는 두 가지 이유가 있다. 실내 생활 시간이 증가하면서 집에서 밥을 해먹는 빈도 역시 늘었는데, 식료품 수요를 오직 온라인 정보기반으로 채울 수는 없다는 점이다. 이는 대형마트 식품 매출 감소폭이 지난 5월(-9.1%) 이후 계속 떨어지기 시작해 8월엔 작년 대비 0.6% 줄어드는 데 그쳤다는 걸 보면 알 수 있다.

또 다른 이유는 가전 제품 수요 증가다. 재택 근무나 원격 수업 등 집 안에서 업무를 보고 수업을 들어야 하는 사람이 늘어나면서 각종 가전 기기 교체 수요도 덩달아 증가했다. 전자기기 역시 백화점보다는 대형마트가 저렴하다는 인식이 있어서 이 수요가 대형마트 쪽으로 몰리고 있다는 분석이다. 코로나 사태 이후 유일하게 지난해와 비교해 매출 감소가 없었던 부문이 가전이였다. 8월엔 작년보다 매출이 17.1%가 증가하기도 했다.

## 백화점 3분기...코로나 재확산이 망쳤다

### 8월 매출 지난 4월 이후 최악

코로나 사태로 상반기 장사를 망친 백화점 업계는 하반기를 기대했다. 코로나 사태가 진정세에 있었고, 해외 여행이 쓰이지 못한 해외 명품 소비로 이어질 거라는 전망도 나왔다. 큰 반전은 없어도 상반기보다는 나은 거로 내다봤다. 하지만 광복절 연휴를 기점으로 발생한 코로나 재확산 사태가 백화점 업계 3분기를 망쳤다.

7월엔 나쁘지 않았다. 1분기 백화점 매출이 지난해보다 19.9%, 2분기엔 8.4% 줄어든 것과 달리 7월엔 2.1% 감소하는 등 매출 반등이 일어나는 듯했다.

이같은 흐름에 가장 큰 힘이 된 건 역시 명품이었다. 산업통상자원부에 따르면, 명품 등이 포함된 해외 유명 브랜드 부문 매출은 전년 대비 32.5% 늘었는데, 이는 지난 1년 간 가장 큰 수치를 보였다. 폭발적인 성장세였다.

문제는 이런 추세가 오래가지 못했다는 점이다. 8월 중순부터 시작된 코로나 2차

확산과 사회적 거리 두기 강화는 소비 심리를 다시 한 번 크게 위축시켰다. 산업통상자원부가 지난달 29일 발표한 '8월 주요 유통업체 매출 동향'을 보면, 백화점은 모든 부문에서 전년 대비 매출 감소폭이 지난 4월 이후 가장 컸다. 명품(+27.6%)과 가정용품(+18.8%)에선 버텼지만, 집화·여성패션·남성패션·스포츠·식품 등에서 1년 전보다 30% 가까이 매출이 감소했다. 이에 8월 전체 매출은 전년 대비 6.5% 줄었다. 백화점 업계 관계자는 "사회적 거리 두기 단계가 2.5단계까지 올라가면서 8월 중순부터 9월 중순까지 약 한 달 간 장사를 완전히 망쳤다"고 했다.

9월엔 추석 선물 판매 등으로 7~8월보다는 매출 사정이 나아 것으로 예상되지만, 추석 선물을 제외한 나머지 부문에서 매출이 감소를 피하지 못해 크게 기대할 요소가 없는 것으로 분석된다. 이에 증권업계는 백화점 업계가 3분기에 흑자 전환하지는 않아도 영업이익은 작년보다 5~11% 감소할 것으로 내다보고 있다.

서선욱기자

## LG 윙, 한미시장 공략 개시...“폰 한개로 두배 경험 누리세요”

### 한국 이통 3사와 자급제 채널 통해 내일 출격



LG전자가 전략 스마트폰 'LG 윙(LG WING)'을 한국과 미국 시장에 출시한다고 4일 밝혔다. LG전자는 오는 6일 국내 이동통신 3사와 자급제 채널을 통해 LG 윙을 출시한다. 15일에는 이동통신사인 베어리즌을 시작으로

미국 시장에 선보인다.

한국과 미국 시장은 LG스마트폰에 가장 중요한 시장이다.

LG전자는 'LG 윙'이 '익스플로러 프로젝트'의 첫 번째 제품인 만큼 두 시장에 비슷한 시기에 출시해, 새로운 변화를 원하는 고객들을 적극 공략할 계획이다.

익스플로러 프로젝트는 스마트폰의 진화된 사용성에 무게를 두고, 성장 가능성 있는 영역을 선제 발굴해 나가겠다는 LG 스마트폰의 혁신 전략이다.

LG전자는 공격적인 가격을 제시해 변화를 원하는 많은 고객이 LG 윙만의 새로운 폼팩터를 체험할 수 있도록 신제품의 국내 출시 가격을 109만8900원으로 결정했다고 설명했다.

이는 지금까지 국내 시장에 출시된 이형(異形) 스마트폰 가운데 가장 낮은 수준이라고 LG전자는 말했다.

LG 윙에는 각각 6.8형, 3.9형 크기의 두 개의 올레드 디스플레이가 탑재됐다.

디스플레이는 스마트폰 부품 가격 가운데 큰 비중을 차지한다.

이를 감안하면 불필요한 가격 거품을 걷어내, 좀 더 많은 고객이 이 제품을 경험할 수 있도록 하겠다는 LG전자의 공격적인 출고가 전략을 엿볼 수 있다.

LG전자는 합리적인 가격을 제시하면서도 고객에 불편함 없도록 국내 시장에 출시되는 LG 윙 제품 박스에 '전용 케이스', 'C타입이어 폰' 등을 기본으로 담았다고 강조했다.

LG 윙은 사용자들에게 익숙한 바(Bar) 타입 스마트폰의 편의성에, '스위블 모드(Swivel Mode)'로 기존과 완전히 다른 새로운 사용자 경험을 더한 제품이다.

고객은 평상시에는 일반 스마트폰처럼 사용하다가 필요 시, 메인 스크린을 시계 방향으로 돌려 숨어 있던 세컨드 스크린과 함께 사용할 수 있다.

LG 윙의 스위블 모드에서는 하나의 애플리케이션으로 두 화면을 모두 사용하거나, 두 개의 앱을 사용할 수도 있다.

LG전자는 LG 윙만이 가지고 있는 폼팩터의 장점을 극대화하기 위해 세계 최초로 '짐벌 모션 카메라' 인터페이스를 적용했다.

짐벌(Gimbal)은 스마트폰이나 카메라 등으로 영상을 촬영할 때 카메라가 흔들리는 반대 방향으로 움직임을 만들어 안정적인 부드러운 영상 촬영을 가능하게 하는 전문 장비다.

LG전자 신제품 모바일마케팅담당은 "LG 윙의 스위블 모드를 한번 사용해본다면, 기존 스마트폰이 불편하게 느껴질 것"이라며 "더 많은 고객들이 LG 윙만의 사용 편의성을 체험할 수 있도록 할 것"이라고 말했다.

김미희기자

## 카카오게임즈에서 빅히트로...‘머니무브’ 본격화에 ‘주목’

### 빅히트, 코스피 상장위해 일반 투자자 대상 공모주 청약 진행

60조원이 넘는 증거금이 몰릴 것으로 기대되는 올해 IPO(기업공개) 최대어 빅히트 엔터테인먼트 청약이 임박했다.

앞서 역대급 청약 흥행을 기록했던 카카오게임즈에서 빅히트엔터테인먼트로 '머니무브'할 주목된다.

빅히트는 오는 5~6일 코스피 상장을 위해 일반 투자자를 대상으로 공모주 청약을 진행한다.

청약 후 배정 공고와 납입은 8일, 상장은 15일 예정됐다.

빅히트에 앞서 청약에서 흥행한 카카오게임즈는 당시 역대급 증거금액인 58조원이 몰리면서 주목받았다.

상장 이후에도 '파상상(공모가 2배로 시초가 형성, 이를 연속 상한가)'을 기록하며 올랐지만 현재는 최고가에서 주당 약 3만원 정도 빠진 상태다.

지난 29일 오전 5만6800원에 거래됐다. 한 때 8만9100원까지 올랐던 카카오게임즈는 3거래일째 하락 전환한 뒤 5만원 선까지 떨어지기도 했다.

투자업계에서는 빅히트가 청약에 돌입하면 카카오게임즈 자금이 일부 빅히트로 이동할 것으로 보고 있다.

빅히트는 역대급 청약률이 예측되는 데다

공모가도 13만5000원으로 카카오게임즈(2만4000원)에 비해 높은 편이라 청약에서 1주를 배정받기 위해 필요한 증거금이 상당할 것으로 예상되고 있다.

앞서 빅히트는 수요예측에서 경쟁률 117대 1을 기록하며 코스피 최고 기록이었던 SK바이오팜(835대 1)을 가볍히 제쳤다.

코스닥 상장사이지만 역대급 경쟁률을 보인 카카오게임즈(1479대 1)와도 맞먹는 수준이다.

카카오게임즈 청약 당시 증거금 1억원을 넣어도 약 5~6주 밖에 배정받지 못했는데, 빅히트는 1주 배정받는 데 증거금 1억원이 필요할 수 있다는 전망도 나올 정도다.

그럼에도 글로벌 어티스트 BTS(방탄소년단)의 소속사란 점에서 빅히트 공모주를 배정받기 원하는 투자자들이 '영끌(영혼까지 끌어모아)' 할 가능성이 높다.

그 과정에서 카카오게임즈 자금이 빅히트로 이동할 수 있다.

게다가 카카오게임즈는 오는 10일 의무부유확약기간이 한 차례 풀리면서 매도 물량이 나올 것으로 예상된다.

이 때 가격 하락을 예상한 투자자들이 그 전에 매도 타이밍을 노릴 수 있다.

빅히트는 지난 2005년 2월 방시혁 대표가

JYP엔터테인먼트에서 나와 독자적으로 설립했다.

지난해 7월 걸그룹 '여자친구'의 소속사 쏘스뮤직, 지난 6월 세븐틴과 뉴이스트 소속사 플레디스엔터테인먼트를 인수했다.

연결 종속회사는 국내에 쏘스뮤직과 슈퍼브, 빅히트360, 빅히트IP, 비엔엑스, 빅히트 에듀, 플레디스엔터테인먼트 등이 있다.

이번 상장을 위한 공모 주주수는 713만주로 100% 신주모집으로 진행한다.

우리아주조합에 20%(142만6000주)를 우선배정하고 남은 80%(570만4000주)를 일반에 공모한다. 일반공모 물량의 20%(142만6000주)를 일반청약자에게, 60%(427만8000주)는 기관투자자에게 배정된다.

의무부유확약 비율은 총 43.85%다.

모집 확정총액은 9625억5000만원이다. 청약을 원하는 투자자는 다음달 5~6일 NH투자증권과 한국투자증권, 제이피모간증권회사 서울지점, 미래에셋대우 계좌를 통해 신청하면 된다. 인수회사는 키움증권이다.

빅히트는 이번 공모 자금으로 차입금 상환과 국내외 연관사업 및 미래 성장동력 발굴을 위한 투자, 신사옥 관련 시설투자, 기타 사업관련 운영자금 등으로 사용하겠다고 밝혔다.

김민정기자