

“어음도래 연말이 최대 고비”...건설업계 PF발 줄도산 위기

금리 인상·원자재 가격 급등·미분양 급증·PF 자금경색
연말까지 약 34조 규모 만기 도래...현금 확보에 사활

“올 연말이 건설업계의 최대 고비입니다.”
지난 5일 한 중견건설사 관계자는 건설경기에 대한 뉴시스 취재진의 질문에 자금 수요가 몰리는 올 연말에 돌아올 여름만 수백억 원대 이르기 때문에 팔 수 있는 건 다 팔고 유동성 확보에 집중하고 있다”며 이같이 말했다. 이 관계자는 “정부가 규제를 완화하더라도 당장 효과가 나타나지 않는다”며 “지금은 생존하는 게 중요한 시기라 사업부지 매각 등 현금 확보에 주력하고 있다”고 토로했다.
건설업계가 줄도산 부도 위기에 휩싸였다. 부동산시장이 위축된 가운데 미분양 급증에 레고랜드(發) 프로젝트파이낸싱(PF) 자금경색까지 겹치면서 줄도산 우려가 현실화하고 있다.
특히 자금 수요가 몰리는 연말을 앞두고 건설사들은 생존을 걱정해야 할 처지에 놓였다. 가파른 금리 인상 여파로 미분양 급증과 철근·콘크리트 등 원자재 가격이 폭등하고, 레고랜드 사태로 자금경색까지 맞물리면서 건설경기 먹구름이 짙어지고 있다. 2008년

글로벌 금융위기 당시 PF 부실 여파로 40여 곳의 건설사가 문을 닫은 건설사 줄도산 사태가 재현되는 것 아니냐는 우려가 나온다.
건설업계에 따르면 지난 9월 중남지역 종합건설업체 6위인 우석건설이 부도가 난 데 이어 경남 창원 지역의 중견 종합건설업체 동원건설산업이 지난 25일과 28일 두 차례 도래한 총 22억원의 어음을 결제하지 못해 최종 부도 처리됐다. 동원건설산업은 창원 성산구 소재로 전국 도급순위 388위 경남지역 도급순위 18위다. 지난해 매출액은 500여억원 수준이다.
장기영 동원건설산업 대표는 입장문을 통해 “PF대출이 막히고 준공을 마친 건물도 대출이 나오지 않는 상황 속에 시행사가 도산했다”며 “이로 인해 미수금 250억원이 생겼는데 대출이 안돼 연금리 36% 사금융을 이용해 남은 대금을 지급하다 채무가 겹잡을 수 없이 커졌다”고 설명했다.
지난해까지 금리가 낮아 보니 증권사와 보험사, 저축은행과 같은 금융회사들이 앞다투어 PF사업에 뛰어 들었다. 하지만 올해부터 금리

가 꾸준히 인상되면서 상황이 달라졌다. 연말까지 약 34조원 규모의 만기가 돌아오는데, 이를 막지 못하면 건설사와 금융회사들이 줄도산 위기에 처할 수 있다.
한국건설산업연구원이 발간한 ‘부동산PF 위기 원인 진단과 정책적 대응 방안’ 보고서에 따르면 지난 10월 전국 건설 업체 1만 곳을 대상으로 진행한 설문 조사에 응답한 40개 업체의 사업장 233곳 중 31곳(13.3%)의 공사가 지연되거나 중단된 것으로 나타났다. 구체적으로 공사가 지연된 사업장은 22곳(9.4%), 중단된 사업장은 9곳(3.9%)이었다.
공사가 지연 혹은 중단된 주된 이유로는 ‘PF 미실행’이 꼽혔다. 15개 업체가 5개 항목에 대해 복수 응답을 한 결과 PF 미실행이 가장 많은 66.7%의 응답률을 차지했다. 이어 공사비 인상 거부(60.0%), 자재 수급 곤란(40.0%), 사업 시행자 부도(13.3%), 수분양자 청약 해지(13.3%) 등의 순이었다.
공사가 지연 또는 중단된 사업장의 조기(1~2개월 내) 정상화 가능성에 대한 질문에는 가장 많은 44%가 ‘매우 낮음’이라고 답했으며 이어 보통(28%)과 낮음(22%), 높음(6%) 등의 순으로 나타났다. 응답자의 66%가 정상화 가능성이 낮다고 답한 것이다.
건설사들은 미분양 급증으로 중도금과 잔금도 제때 들어오지 않고, PF도 사실상 막히

면서 자금 흐름을 재점검하는 등 연말 자금 수요에 대비해 현금 확보에 안간힘을 쏟고 있다.
한 중견건설사 관계자는 “얼마 전 부산의 사업부지를 매각했다”며 “현금 확보를 위해 급매로 내놓다 보니 시세의 70% 정도 수준에 팔았다”고 밝혔다.
또 다른 중견 건설사 관계자는 “시장에선 이미 여러 건설사들의 부도설이 파다하고, 연말에 돌아오는 어음을 막지 못한 건설사들이 연쇄 부도가 일어나지 않을까 걱정”이라며 “불필요한 경비 지출 줄이기 위해 업무 차량 운영을 최소화하고, 구조조정에 나설 계획”이라고 전했다.
또 미분양 급증도 자금 경색 위기를 키우고 있다. 국토교통부가 발표한 ‘10월 주택 통계’에 따르면, 10월 말 기준 전국의 미분양 주택은 총 4만7217가구로 집계됐다. 이는 전월(4만1604가구) 대비 13.5%(5613가구) 증가한 수치로, 2019년 12월(4만7797가구) 이후 최대치다. 수도권은 7612가구로 전월보다 2.6%(201가구) 감소했지만, 지방이 3만9605가구로 전월보다 17.2%(5814가구) 증가했다.
서울의 미분양 주택은 866가구로 전월 대비 20.4%(147가구) 늘었다. 지난해 말(54가구)과 비교하면 16배 넘게 급증했다. 시·도별로 보면 대구(1만830가구)에서 미분양 물량

이 가장 많았고, 이어 경북(6369가구), 경기(5080가구), 경남(4176가구) 순으로 집계됐다. 전북 지역 미분양 주택은 1383가구로 한 달 새 122.7%(762가구) 늘어 증가 폭이 가장 컸다. 또 약성으로 불리는 준공 후 미분양도 전국적으로 7077가구로, 전월보다 1.6%(122가구) 줄었으나, 서울은 210가구로 12.3%(23가구) 증가했다.
전문가들은 건설사들의 줄도산 위기를 막으려면 정부의 적극적인 유동성 공급과 과감한 규제 완화가 필요하다고 조언했다.
권대중 명지대 부동산학과 교수는 “연말에 금리가 추가 인상되면 부동산시장이 더욱 얼어붙게 되고, 가격이나 어려움을 겪고 있는 건설사들의 자금 조달이 더욱 힘들어질 것”이라며 “금리 인상에 따른 이자율이 오르면 금융권에서 PF 대출을 더 조이고, 건설사들의 유동성 위기가 커지고 일부 사업장의 부도 위험성이 커질 것”이라고 설명했다.
권 교수는 “금리 인상과 원자재 값 급등, 분양시장 냉각 등 주택 정비사업 여건이 악화되고, 부동산 PF대출 부실화에 대한 우려가 커지면서 건설사들의 줄도산 위기가 심각한 수준”이라며 “정부의 적극적인 유동성 공급과 과감한 규제 완화를 통한 부동산 연속락이 필요하다”고 덧붙였다.

최이슬기자

230만원 위스키까지 ‘10초 완판’...편의점 양주 판매 열기

CU ‘프리미엄 위스키’ 기획전 완판 행진 이어가



편의점 CU가 ‘포켓 CU’ 앱을 통해 진행한 ‘프리미엄 위스키’ 기획전이 입소문을 타고 마니아들이 몰려들며 큰 호응을 얻고 있다. 행사 시작과 동시에 준비한 재고가 모두 팔려 조기 완판된 상품이 잇따랐다.
CU는 초고가 한정판 상품과 다양한 종류의 프리미엄 싱글몰트 위스키 18종을 최대 29% 할인된 가격에 판매하는 행사를 진행 중이다.

위스키 인기가 치솟으면서 값비싼 프리미엄 제품 위주로 수요가 몰린다는 점을 공략해 이번 기획전을 준비했다.
6일 관련 업계에 따르면 CU가 지난 5일부터 진행한 ‘프리미엄 위스키’ 기획전은 개시 직후부터 이용자들이 몰리며 빠르게 재고가 소진됐다. 행사를 시작 한 지 30주가 채 안돼 품절된 상품도 있었다.

이번 행사에서 CU는 45년 숙성한 한정판 빈티지와 전세계 오직 2000병만 생산된 한정 상품 등 20만원 대부터 300만원 대에 이르는 프리미엄 위스키 16종을 선보였다.
행사 첫날 오전 11시에 오픈한 기획전은 30초 만에 벨리악 21년산(36만5000원)과 25년산(77만원)이 매진됐으며, 12시에 판매를 시작한 맥켈란나잇온어스(25만원)도 오픈 직후 준비 수량이 모두 완판됐다.
특히 230만원의 초고가 위스키 글렌알라키 30년산이 오픈 10초만에 완판 돼 프리미엄 위스키에 대한 고객 수요를 입증했다.
CU가 이처럼 차별화된 상품들로 프리미엄 위스키 라인을 선보인 것은 기존 맥주와 소주에 집중됐던 주류 수요가 다양한 주종으로 확산됐기 때문이다. 특히 코로나19가 시작된 2020년부터 위스키 수요가 급격하게 증가했다.
최근 3년 간 CU의 양주의 매출 성장률은 2019년 10.6%, 2020년 59.5%, 2021년 99.0%로 가파르게 상승했으며 올해(1~11월) 역시 다른 주종 대비 15%이상 높은 49.8% 가량 성장했다. 맥주와 소주 매출 비중은 2019년까지만 해도 91.4%를 차지했으나 올해(1~11월) 86%까지 하락했다.
앞서 지난 10월에 진행한 주류 장터에서도 위스키에 수요가 몰리며 조기 품절 대란이 벌어지기도 했다. 당시 10만~30만원대의 달모어 15년산, 벨리악 12년산, 와일드 터키레이브리드 등이 오픈과 동시에 품절되고 30여 종의 양주가 95% 이상 조기 완판됐다.
CU 관계자는 “최근 편의점에 양주 수요가 크게 몰리면서 프리미엄 위스키 할인전을 선보이게 됐다”며 “앞으로도 시장 트렌드를 반영한 차별화 주류 라인업을 지속적으로 확대해 나갈 것”이라고 말했다.

김재환기자

배스킨라빈스, ‘스누피 위시 트리 3종’ 출시

애니메이션 피너츠와 협업, 아이스크림 케이크 22종 출시

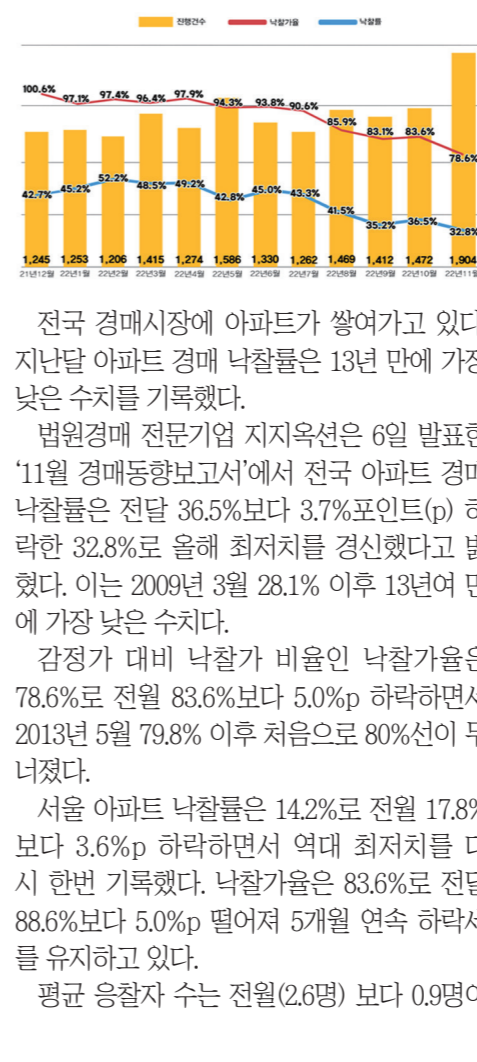
배스킨라빈스가 글로벌 캐릭터 스누피로 유명한 애니메이션 피너츠와 협업한 아이스크림 케이크 22종을 출시했다고 6일 밝혔다. 올해 테마는 해피 스누피 홀리데이이다.
대표 제품은 ▲빙그르! 스누피 대 관람차 ▲스누피의 슈팅 초코볼 ▲와르르! 스누피 위시 트리 3종이다. 피너츠의 캐릭터들이 크리스마스를 즐기는 모습을 따뜻한 감성으로 담아냈다.
‘빙그르! 스누피 대 관람차’는 특별한 날 여럿이 함께 즐길 수 있는 케이크다. 스노우 볼

을 올린 스누피 대관람차 뒤쪽의 손잡이를 잡고 빙글빙글 돌려가며 스노우 볼을 하나씩 뽑아 먹을 수 있는 제품이다.
‘스누피의 슈팅 초코볼’은 메일박스의 양쪽 날개를 잡고 당겨 메일박스 속 초코볼을 초콜릿 이글루 속으로 슈팅할 수 있는 액팅 요소를 더했다. ‘와르르! 스누피 위시 트리’는 트리 모양의 아이스크림 케이크다. 상단 별 모양을 잡고 빙글빙글 돌리면 달콤한 초코볼이 떨어진다. 피너츠 캐릭터 오너먼트와 함께 트리에 장식되어 나만의 크리스마스 트리 케이크로 완성시킬 수 있다.



뉴시스

아파트 경매 낙찰률 13년만 최저 기록



편의점 업계, 에너지음료·비알콜맥주 매출 ↑

새벽 시간대 열린 한국 축구 국가대표팀의 2022 카타르월드컵 16강 브라질전은 패했지만, 경기를 응원하기 위한 밤잠까지 포기한 축구 팬들의 열정은 뜨거웠다.
국내 축구팬들은 새벽에도 깨어있기 위해 편의점에서 에너지음료·커피나 비알콜 맥주를 사고, 아침 먹거리를 미리 준비한 것으로 나타났다.
6일 편의점 업계에 따르면 카타르 월드컵 16강 브라질전 새벽 응원을 앞두고 각성 효과가 있는 에너지음료의 매출이 눈에 띄게 증가했다. 새벽 4시 열리는 축구를 보기 위해 잠을 쫓기 위해서다.
편의점 CU에서는 브라질전이 열리기 하루 전인 지난 5일 저녁 8시부터 자정까지 에너지음료의 매출이 월드컵 시작 전인 3주 전(11월 14일) 대비 3.2배 증가했다. 같은 시간 카페인 이 든 커피 매출도 31.6% 매출이 뛰었고, 감·사탕류도 33.3% 매출이 신장했다.
세븐일레븐의 에너지 음료 매출도 2.5배 급등했다. 이마트24에서도 경기 전날 저녁8시~밤10시 매출을 3주 전과 비교한 결과, 에너지음료는 56%, RTD커피 26%의 매출 신장 효과

증가했다. 매매시장 침체가 이어지고 기준금리 인상 기조가 유지되면서 경매시장 아파트 매수세도 자취를 감췄다.
경기 아파트 낙찰률은 40.8%로 전월 31.9%보다 8.9%p 상승했고, 평균 응찰자 수는 7.4명으로 전달 5.8명에 비해 1.5명이 늘었다.
이주현 지지옥션 선임연구원은 “가격 부담이 적은 경기도 외곽의 감정이 2억원 이하 아파트에 많은 응찰자가 몰리면서 낙찰률과 평균 응찰자 수가 반등한 것으로 나타났다”고 밝혔다.
반면 낙찰가율은 78.9%로 전달 81.0%보다 2.1%p 하락했다.
인천 아파트 낙찰률은 전달 31.1% 대비 8.2%p 하락한 22.9%를 기록하면서 역대 최저치를 기록했다. 낙찰가율은 69.7%로 전달 78.7%보다 9.0%p나 떨어지면서 전국에서 가장 큰 하락폭을 보였다.
지방 5대 광역시 아파트 낙찰가율은 모두 하락했다. 울산은 77.9%로 전월 85.8% 대비 7.9%p 하락했으며, 대전은 71.0%로 전월 78.7%보다 7.7%p 하락했다.
8개 도 중에서 강원과 충북은 83.8%와 78.4%로 각각 5.9%p 떨어졌다. 경남, 경북, 충남은 81.8%, 81.4%, 77.9%로 각각 3.2%p, 2.9%p, 2.2%p씩 하락한 것으로 집계됐다.

서선옥기자



오유나기자