

신세계·현대, '광주 유통대전' 재점화... "우리가 먼저" 경쟁

신세계, 궤도수정 터미널에 '쇼핑·문화·예술 복합' 랜드마크로 현대백, "사전협상 마무리되면 부지매입, 2027년 완공 목표"

그동안 잠잠했던 신세계그룹과 현대백화점그룹간 광주지역 유통시장 선점을 위한 경쟁이 재점화될 전망이다.

28일 광주지역 유통가 등에 따르면 광주신세계가 기존 백화점 확장 계획을 변경해 현대백화점 옆 이마트 부지에 신축 이전하기로 했던 애초 계획을 전면 백지화하는 대신 광주종합버스터미널 금호 유스퀘어문화관까지 백화점을 확장하기로 했다.

광주시와 (신)신세계·금호그룹은 전날 이같은 내용을 골자로 한 광주종합버스터미널 복합화 구상에 대해 업무협약(MOU)을 체결했다. 협약에는 버스터미널 일대를 광주시 대표 랜드마크 복합시설로 조성하고 지역 인력 우선 채용 등 다양한 상생 방안 마련을 통해 지역발전에도 이바지한다는 등도 내용도 담겨 있다.

광주종합버스터미널 부지에 쇼핑몰과 문화·예술 공간을 아우르는 랜드마크급 백화점을 짓겠다는데, 서울 강남 센트럴시티처럼 쇼핑몰과 버스터미널이 결합한 '광주판 센트럴시티' 구상으로 보인다.

궤도수정은 했지만, '광주신세계 Art & Culture Park(아트 앤 컬처 파크, 가칭) '콘셉트는 변함이 없다. 세계 최정상급 신세계 강남점의 '고품격'과 세계 최대 센텀시티점의 '매머드급' 규모, 도시 복합 문화예술공간 대전신세계의 장점을 결합한 미래형 프리미엄 백화점으로 만든다는 계획이다.

현재 광주신세계는 530여개의 브랜드를 2배가량 확대한 1000여개의 브랜드 유치가 차질 없이 진행 중이라고 밝혔다.

다만, 기존 확장안이 백지화되면서 1년여간 허송세월을 보였고 광주신세계와 금호그룹 간 구체적인 협상과 행정절차 등을 감안하면 오는 2027년 개장 목표가 달성될지는 두고 봐야 할 것 같다.

신세계그룹보다 먼저 광주 북구 옛 전남방직·일신방직 부지에 구상을 밝혔던 현대백화점그룹도 '더현대 광주' 건립에 속도를 낼 것으로 전망된다.

'더현대 광주'가 들어설 예정인 전남·일신방직 부지 개발사업의 공공기여 조정 협상이 막바지에 이르고 있는 가운데 최근 50%

안팎으로 잠정 합의에 이르면서 최종 합의에 대한 기대감이 고조된다. 오는 29일 11차 사전협상회의가 열린다.

사전 협상이 마무리되면 '더현대 광주' 조성 절차도 속도를 낼 전망이다.

현대백화점그룹 관계자는 "사전 협상이 마무리되면 부지 매입 등 출점을 위한 절차를 진행해 나갈 예정"이라며 "더현대 광주 착공 시기는 건축심의회와 교통영향평가 등 행정절차가 마무리되는 오는 2025년 예정이며, 2027년말 완공을 목표로 하고 있다"고 말했다.

앞서 현대백화점그룹은 지난해 11월 광주시에 관광·문화·예술·여가와 쇼핑을 융합한 국내 최초의 문화복합몰 '더현대 광주' 입점을 추진하기로 했다. 옛 전남·일신방직 공장 부지(약 31만㎡)에 대지면적 약 3만 3060㎡(1만평), 연면적 30만㎡(9만평) 규모의 문화복합몰 '더현대 광주'는 '더현대 서울(연면적 19만 5000㎡, 약 5만 9000평)의 1.5배에 달한다.

현대 측은 친환경·최첨단 기술·예술·엔터테인먼트·로컬 등 5가지 문화 테마가 융합된



국내 첫 문화복합몰로, 국내에서 가장 진화된 미래형 리테일 플랫폼을 지향한다는 청사진도 밝힌바 있다.

복합쇼핑몰 '그랜드 스타필드'를 추진하는 신세계프라퍼티는 최근 어등산 개발사업 우선협상대상자로 선정돼 이르면 연말내 본계약 체결을 앞두고 있다.

광주신세계 확장과 '더현대 광주', '그랜드 스타필드' 입점 추진으로 광주가 유통업체의 격전지로 전국적으로 부상하는 형국이다. 광주 유통시장 선점을 위한 개점 시기 경쟁이 치열하게 전개될 전망이다 가운데 어디가 먼저 문을 열고 웃을지 관심이 모아진다.

김수권기자

"5년 만에 돌아왔다" 스타벅스, 하겐다즈와 아이스크림 케이크 내놔



스타벅스 코리아가 29일부터 스타벅스 앱을 통해 크리스마스 홈케이크 예약판매를 진행한다고 28일 밝혔다.

스타벅스는 매년 크리스마스 시즌에 맞춰 홈케이크를 선보이고 있다. 올해는 엔데믹 공식 선언 이후 맞이하는 첫 크리스마스인 만큼 홈파티를 계획하는 고객이 예년보다 늘어날 것으로 보고 홈케이크 라인업을 확대 구성했다.

올해 스타벅스는 아이스크림 브랜드 하겐다

스타벅스 앱을 통해 크리스마스 홈케이크 예약판매 진행

즈와 손잡았다. 아이스크림 케이크를 5년 만에 다시 출시했다. 크리스마스 아이스크림 케이크는 초콜릿 맛, 바닐라 맛 아이스크림이 2단으로 샌드된 상품으로 구매 시 특별 기획한 스타벅스 보냉백을 증정한다.

민트 초콜릿 젤라또와 라즈베리, 블루베리, 스트로베리의 베리류를 넣어 만든 트리플베리 젤라또로 구성된 크리스마스 젤라또 파티팩 역시 베어리스타 참이 달린 보냉백에 제공한다. 아이스크림 케이크와 젤라또 파티팩은 다음 달 12일까지 예약구매 할 수 있다.

냉장 상품으로는 눈 내리는 성을 연상시키는 홀리데이 캐슬 2단 홈케이크를 새롭게 선보인다. 해당 상품은 밀크 초콜릿 무스와 카라멜 무스를 고소한 마스카포네 크림으로 감싸 한층 부드러운 식감이 특징이다.

눈 내리는 성을 묘사한 상품인 만큼 성모 모양의 초콜릿 쿠키로 케이크 1단을 돌렸고 루돌프와 트리 모양의 초콜릿을 토핑해 크리스마스 분위기를 한층 강조했다.

바닐라빈 넣은 슈크림이 가득 채워진 바움쿰으로 크리스마스 트리를 형상화한 '슈크림 트리 바움쿰'과 다크 코코아 롤 케이크

시트에 고소한 우유 생크림을 넣은 통나무 모양의 초콜릿 롤 케이크인 '초콜릿 부쉬 드 노엘'을 선보인다.

생딸기와 마스카포네 치즈 크림의 조화가 돋보이는 '딸기 듬뿍 마스카포네', 달콤한 고구마 무스를 시트 사이에 겹겹이 넣은 뒤 베어리스타 초콜릿을 토핑한 '꿀 고구마 생크림 케이크'까지 총 5종의 냉장 홈케이크는 다음 달 14일까지 예약구매 할 수 있다.

크리스마스 홈케이크는 사이렌 오더를 통해 주문 가능하고 주문 상품은 다음 달 21일부터 25일까지 예약 당시 지정한 점포와 예약일에 맞춰 찾을 수 있다.

모든 상품들은 주문 시 무료 음료 e쿠폰 1장을 얻을 수 있고 젤라또 파티팩을 제외한 홈케이크 상품은 홀리데이 캔들 세트를 추가로 증정한다.

스타벅스 관계자는 "해마다 크리스마스 케이크 수요가 늘고 있는 점을 고려해 다양한 상품을 원하는 고객 니즈에 맞춰 기존 인기 상품과 더불어 아이스크림 케이크를 추가 구성했다"고 말했다.

김희면기자

하이모, 탈모 커버 및 스타일링 가발 출시



맞춤가발 전문기업 하이모가 탈모 커버 및 스타일링 고민 해결을 도울 수 있는 신제품 '메디-05'를 출시했다고 28일 밝혔다.

전체가발 '메디-05'는 기성가발 뿐만 아니라

맞춤가발로도 제작 가능하며, 향암치료 중 탈모 진행으로 가발 착용이 필요한 환자나 특별한 일정에 맞춰 스타일 변신이 필요한 사람들에게 유용하다.

특히 '메디-05'는 제품 프론트(가발 이마부분)에만 사용하던 초박막 스킨을 가발 둘레에 적용해 하이모의 전체가발 라인업 중 가장 슬림한 제품이다. 또한 들뜸 없이 두상에 꼭 맞게 적용할 수 있어 짧은 컷에도 둘레 라인이 자연스럽게 연출된다.

부분가발 '컴팩트5'도 함께 선보였다. '컴팩트5'는 누구나 부담없이 착용할 수 있는 탈모착용 제품이다. 가르마 파트와 베이스 망의 연결 부분을 없애 경계라인이 티 나지 않아 자연스러운 헤어 스타일 연출이 가능하고 슬림한 패치를 가발 전체 둘레에 탑재해 장시간 착용 시에도 가볍고 편안한 착용감을 제공한다.

특히 정수리 부위를 중심으로 둥글게 탈모가 진행돼 앞머리를 살려 스타일링 해야 하는 O자형 탈모 커버에 적합하다.

뉴스스

한우값 13개월째 뚝...내년 18% 폭락 조짐

최근 럽피스킨 확산에도 한우 가격 하락세가 내년엔 더 확대될 수 있다는 우려 섞인 전망이 나왔다. 한우 농가는 사육 규모를 줄여 수급량 조절에 나섰지만 소비 활성화와 농가 소득 보장을 위한 정부 대책이 시급하다는 목소리가 높다.

28일 한국농촌경제연구원 농업관측센터에 따르면 내년 설 성수기 한우(거세우) 도매가격은 kg당 1만7000~1만8000원 수준으로 전망된다. 이는 올해(1만7781원)보다 1.2~4.4% 내려간 수준이다. 평년(2만333원)과 비교하면 17.8%나 급락하는 셈이다.

한우 가격은 내년 상반기까지 1만7000~1만8000원 가격대를 형성한 후 3분기에는 소폭 상승(1만7500~1만8500원)했다가 4분기 다시 1만7000~1만8000원 가격대를 형성할 것으로 보인다. 지난달 국내에서 처음으로 소 럽피스킨 감염병이 확산하며 전국에서 6000마리가 넘는 소가 살처분됐지만 한우 수급에는 별다른 영향을 미치지 않았다. 한우 가격이 하락하는 배경에는 도축 마릿수가 증가하면서 공급이 수요보다 많아졌기 때문이다. 올해 한우 도축 마릿수(94만3000마리)가 전년보다 8.5%가 증가한 데 이어 내년(97만5000마리)에도 올해보다 3.3% 늘어날 거라는 계산이다.

공급 과잉에 따라 한우 가격은 지난해 말부터 하락 조짐을 보였다. 통계청의 '소비자물가동향'에 따르면 국산 쇠고기 물가는 지난해 10월(-1.8%) 2017년 2월 이후 처음으로 하락 전환했다. 이어 지난 4월 전년 동기 대비 6.7%가

격이 내려가는 등 1년1개월 연속 내림세를 보이고 있다. 고물가 흐름 속에 한우 가격은 좀처럼 오르지 못하는 것이다.

실제 축산물품질평가원 '축산물가격정보'에 따르면 1~10월 한우 도매가격은 kg당 1만8709원으로 전년 같은 기간 대비 13.3% 내려갔다. 이달 1~23일 기준으로 보면 전년 대비 4.5% 가격이 하락해 kg당 1만8439원 수준으로 집계됐다.

정부는 공급 과잉에 따른 한우 농가의 피해를 최소화하기 위해 암소를 감축하는 농가에 대출을 확대하는 등 수급 조절 대책에 나섰다. 그 결과 올해 12월 한우 사육 마릿수는 350만 2000마리로 전년보다 1.5% 감소할 것으로 보인다. 이어 내년에는 334만 마리로 2023년보다 4.6% 줄어든 것으로 예상된다. 2025년에는 316만4000마리, 2026년에는 309만2000마리가 줄어든 것으로 관측된다.

이에 따라 한우 도축 마릿수도 내년 정점을 찍은 이후 2025년 94만9000마리로 감소할 것으로 전망된다. 2026년에는 2023~2024년 송아지 입식 마릿수 감소 영향으로 2025년보다 8.6% 쪼그라든 86만7000마리로 점쳐진다.

농경연은 한우 가격 내림세가 당분간 지속될 것으로 전망됨에 따라 수급 단계를 올해에 이어 내년에도 '심각'을 유지하기로 했다. 정부는 선제적인 수급 관리를 위해 한우 수급 단계를 안정-주의-경계-심각 기준을 설정해 수급 조절 대응 방안을 제시하고 있다.

이슬비기자

건설사 10곳 중 4곳, 이자 내기도 어려운 '잠재적 부실기업'

"건설경기 반등 없으면 내년부터 건설업체 전반적 부실 본격화"

건설업계에서 영업이익으로 금융비용을 감당하기 어려운 잠재적 부실기업이 전체의 40%에 달하는 것으로 나타났다.

28일 대한건설정책연구원 '건설외감기업 경영실적 및 한계기업 분석' 보고서에 따르면 지난해 국내 건설업체 전체의 이자보상배율은 4.1배 수준으로 조사됐다.

이자보상배율은 기업의 채무 상환 능력을 나타내는 지표다. 영업이익을 금융비용(이자비용)으로 나눠 산출한다.

건설업 이자보상배율은 2018년 6.8배에서 2019년에는 5.6배로 하락했다가 이후부터는 계속 상승한 후 지난해 4.1배로 급격히 낮아졌다. 이는 최근 5년간 가장 낮은 수치다. 특히 이자보상배율이 1미만인 잠재적 부실기업 비중은 2018년 32.3%(642개사)에서 지난해 41.6%(929개사)까지 증가했다.

이자보상배율이 1미만의 업체라는 것은 영업이익으로 금융비용을 감당하기 어려운 상황으로 잠재적인 부실기업으로 볼 수 있다. 한국은행은 이러한 이자보상배율이 3년 연속 1미만이면 한계기업으로 간주한다.

지난해 한계기업에 해당하는 건설기업은 387개사였다. 이는 전체의 18.7%에 해당하는 규모다.

한계기업 비중은 2020년 15.8%에서 2021년에는 17.3%, 2022년에는 18.7%로 증가하는 등 상승 추세를 보이고 있다. 토목건설업의 한계기업 수가 2020년 67개사에서 2022년 96개사로 늘어 3년 만에 43.3% 상승했다. 건물건설업은 2020년 149개에서 2022년 183개사로 늘었다.

규모별로는 대기업은 전체 387개사 중 54개사로 14.0% 비중을 차지했으며, 중소기업은 333개사로 86.0%를 차지했다.

한계기업의 지역별 분포를 살펴보면 수도권(17.4%)보다는 비수도권의 비중(20.3%)이 더 높은 것으로 나타났다. 전년 대비 증가율도 수도권(0.8%포인트)보다 비수도권의 증가율(2.3%포인트)이 더 높은 것으로 나타났다.

한계기업의 증가는 코로나 팬데믹 시기의 저금리 기조에 따라 부채의 증가가 이뤄진 가운데 물가상승으로 인한 금리 상승으로

이자비용의 부담이 급증한 것이 원인이다.

또한 우크라이나 전쟁이후 지속적으로 오른 건설자재 가격 탓에 건설업체의 수익률이 악화됐다. 건설산업은 외부환경에 대한 민감도가 높아 경제위기에 취약해 연쇄부담과 일자리 감소 등의 부정적 파급효과가 큰 산업으로 꼽히고 있다. 건설경기의 하락이 올해부터 본격화되고 있어 문제가 커질 수 있다고 연구원은 진단했다.

대한건설정책연구원 김태준 연구위원은 "고금리 기조가 계속되고 있고 건설 원가 역시 높은 상태로 올해 건설업의 부실은 더욱 악화할 것"이라며 "건설경기의 반등이 이루어지지 않는다면 2024년 이후 건설업체의 전반적인 부실은 본격화할 것이며 이에 대한 대응방안이 필요하다"고 밝혔다.

이어 "이미 상당히 진행된 공사들이 중단되지 않도록 건설업계의 유동성 공급을 현실화하고 부실기업들에 대한 선제적인 구조조정을 실시할 필요가 있다"며 "정상적으로 영업하고 있는 전문-중소 건설업체들의 연쇄부담, 흑자도산이 이뤄지지 않도록 공정한 생태계 관리체계를 강화해야 한다"고 말했다.

서선욱기자