꽉 막힌 자금줄… 일부 점포 토지·건물 압류 '초유의 사태'

홈플러스 회생 절차

자금난 심화로 매장운영 전반 차질
급여 지급 무기한 연기 등 위기감
"현재 상황 지속시 고객이탈 가속화"

홈플러스 직원대의기구인 한마음협의회가 지난달 30일 서울 종로구 금융위원회에 유동성 위기 극복을 위한 긴급운영자금대출을 호소하는 탄원서를 제출하고 있다. /홈플러스

기업회생절차를 밟고 있는 홈플러스의 회생 시계가 멈출 위기에 놓였다. 자금난 심화로 직원 급여 지급이 중단되고 납품 물량이 크게 줄어들면서, 매장 영업마저 어려워진 상황이다. 회사측이 회생계획안에 제시한 3000억원 규모 자금 수혈이 더 미뤄지면 '골든타임'을 놓칠 수 있다는 우려가 커지고 있다.

1일 홈플러스와 업계에 따르면, 홈플러스는 수개월 전부터 세금 체납이 이어지고 거래처의 납품 물량이 절반 수준으로 급감하며 매장 정상 운영이 어려운 상태에 놓였다. 일부 지방 점포들은 재산세, 지방세 체납으로 토지와 건물이 압류되는 초유의 사태를 맞고 있다.

특히 지난해 12월에는 직원 월급을 분할 지급한 데 이어, 지난달 21일로 예정됐던 1월 급여 지급이 사상 처음으로 무기한 연기됐다. 최근에는 차장 이상 직급 직원을 대상으로 희망퇴직 접수에 돌입한 상태다.

홈플러스는 지난해 12월 29일 서울회생법원에 ▲긴급운영자금대출(DIP) 3000억원 투입 ▲기업형슈퍼마켓(SSM) '홈플러스 익스프레스' 분리 매각 ▲부실 점포 41곳 정리 ▲인력 효율화를 통한 재무구조 개선 등을 골자로 한 '구조 혁신형 회생계획안'을 제출했다.

이 가운데 가장 시급한 건 DIP의 투입이다. 홈플러스는 유동성 위기를 극복하기 위해 주주사인 MBK파트너스와 최대 채권자인 메리츠금융그룹, 정책금융기관 한국산업은행에 1000억원씩 총 3000억원을 지원해 달라고 요청한 바 있다.

당초 홈플러스는 1월 안에 DIP를 조달한 후 직원 임금 지급과 납품 대금 결제를 마무리하고 영업을 정상화하겠다는 계획을 세웠다. 하지만 메리츠와 산업은행이 여전히 참여 의사를 밝히지 않고 있어, 자금 수혈이 가능할지는 미지수다.

또 다른 카드는 홈플러스 익스프레스의 분할 매각이지만, 매장의 정상 영업이 불투명해진 현재 상황에선 이 역시 쉽지 않을 전망이다.

조주연 홈플러스 대표는 지난달 국회에서 열린 긴급 좌담회에서 "DIP 3000억원에 더해 익스프레스 매각으로 3000억원이 유입되면 충분히 살릴 수 있는 회사"라며 "영업이 잘 될 때 매각해야 자금이 유입될 수 있다. 영업이 멈췄을 때 익스프레스를 매각하려고 하면 불가능하다"고 토로한 바 있다.

생계가 막힌 홈플러스 직원과 임대점주들의 시름도 깊어지고 있다. 홈플러스 직원대의기구인 한마음협의회와 임대점주들은 지난달 30일 금융위원회에 긴급운영자금대출을 호소하는 탄원서를 제출했다.

한마음협의회는 탄원서를 통해 "가족 생활비, 각종 공과금, 자녀 학원비 등을 지급하지 못하는 등 생계에 직접적인 타격을 받고 있다"며 "급히 생계비 대출을 받아보려 해도 회사의 건강보험료가 미납돼 개인대출까지 되지 않은 절박한 상황에 놓여 있다"고 토로했다.

임대점주 역시 "임대업체 대부분은 단독 매장을 내기 어려워 홈플러스에 입점한 영세사업자"라며 "홈플러스가 무너지면 3900개 임대점의 점주도 함께 무너진다"고 강조했다.

회생의 골든 타임이 얼마 남지 않았다는 위기감도 고조되고 있다. 악화일로에 들어선 홈플러스가 자금 수혈 시점까지 버틸 수 있는지가 불투명한 탓이다.

업계 관계자는 "유통업계 특성상 제품 조달이 원활하지 않고 매장 운영이 어려워지는 상황이 지속되면, 고객들의 이탈이 가속화 될 것"이라며 "자금이 유입된다고 해도 홈플러스의 사업이 이전 수준으로 회복 가능할지에 대한 채권자들의 고민이 커질 수 있는 상황"이라고 지적했다. /이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

GS25
'달콤페스티벌' 개최

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25가 다가오는 밸런타인데이를 맞아 3월 화이트데이까지 이어지는 대규모 행사인 'GS25 달콤페스티벌'을 개최한다고 1일 밝혔다.

이번 행사는 인기 캐릭터 및 아이돌 IP를 활용한 차별화 선물세트가 핵심이다. 몬치치, 몽모, 셔레이드쇼, 카카오 이모티콘 등과 협업해 키링, 스마트톡, 마우스패드 등 실용적인 굿즈가 동봉된 선물세트를 대거 선보인다.

고물가 시대 실속 소비 트렌드를 겨냥해 파격적인 가격 혜택도 마련했다. 오는 12일까지 제휴카드(KB·BC)로 페레로로쉐 2종 구매 시 '2+2' 혜택을 제공하며, 로쉐 선물세트 10종은 삼성·신한·농협카드 결제 시 40% 할인한다. /손종욱 기자

이마트24
생리대 초특가 행사

이마트24가 고물가 속 소비자들의 장바구니 부담을 낮추기 위해 생리대 초특가 행사를 진행한다.

이마트24는 이달 28일까지 생리대 상품을 대상으로 '1+1' 혜택과 추가 할인을 제공하는 대규모 프로모션을 펼친다고 1일 밝혔다.

이번 행사는 필수 생활용품인 생리대 가격에 부담을 느끼는 고객들에게 실질적인 혜택을 제공하기 위해 마련됐다. 행사 기간 생리대 1+1 혜택뿐만 아니라 결제 수단에 따른 추가 할인도 적용된다. 편의점 업계 단독으로 토스페이 머니 또는 계좌로 결제 시 20% 추가 할인을 제공해 체감 가격을 대폭 낮췄다. /손종욱 기자

농심, 신라면 40주년 TV 광고 선봬

인생과 함께 해온 브랜드 가치 표현

신라면 2026 신년광고 스틸컷. /농심

농심이 2026년 새해를 맞아 대한민국 대표 라면 신라면의 새로운 TV 광고를 선보였다.

이번 광고는 올해 출시 40주년을 맞은 신라면의 첫 번째 캠페인으로 단순 라면을 넘어 40년간 국민 모두의 인생과 함께 해온 라이프스타일 브랜드로서의 신라면 가치를 잘 표현한 것이 특징이다.

광고는 "우리에겐 언제나 신라면이 있다"라는 메인 카피와 함께 학생, 소방관, 운동선수 등 각자의 자리에서 성실히 살아가는 국민들의 일상을 조명하면서 모든 순간에 신라면이 따뜻한 힘이 된다는 브랜드 존재를 '인생을 울리는' 신라면만의 감성으로 표현했다.

특히 "한 걸음 더 나아갈 거라면", "서로 다른 꿈을 꾸는 여정이라면", "지켜야 할 누군가가 생긴 거라면" 등 '라면'이 반복되는 구조를 통해 응원과 위로, 다짐과 희망이 필요한 새해의 모든 순간에 신라면이 함께한다는 의미를 강조했다.

/신원선 기자 tree6834@

1700만원 여행 패키지 '불티'
비아신세계, 콘텐츠 혁신 빛나

CJ온스타일 '경험사치' 트렌드 주목
XR 등 채널 다각화… 구매 이끌어

CJ온스타일이 신세계백화점 프리미엄 여행 플랫폼 '비아신세계'의 초고가 스위스 9일 여행 상품 주문 건수가 일반 스위스 여행 상품 대비 약 3배를 기록했다고 1일 밝혔다.

이번 상품은 1인당 최대 1700만 원에 달하는 초고가임에도 불구하고 '큰손' 고객들의 주문이 몰렸다. 해당 패키지는 전 일정 비즈니스석 탑승, 5성급 호텔 숙박, 파인 다이닝 등 럭셔리 구성에 충실했다. 여기에 알프스 4대 명봉 투어와 파노라마 열차 1등석 탑승, 공항 픽업 서비스 등 차별화된 혜택을 더했으며 신세계백화점 VIP 실적 인정 혜택까지 제공해 구매 욕구를 자극했다. 사측은 경험의 가치가 확실하다면 지출을 아끼지 않는 '경험사치' 소비 트렌드가 주효했다고 분석했다.

CJ온스타일은 XR(확장현실) 등 고도화된 영상 기술로 몰입감을 높이고, TV와 모바일 라이브를 연계한 채널 다각화 전략이 구매 전환을 이끌었다고 설명했다. 이는 CJ온스타일이 고관여·고가 상품 소비가 집중되는 플랫폼임을 입증한 사례라는 평가다.

CJ온스타일은 이번 호응에 힘입어 2월 설 명절 시즌에 맞춰 비아신세계 초고가 여행 상품 방송을 추가 편성할 계획이다. /손종욱 기자 handbell@

이마트, 주류 선물세트 판매실적 호조

'와인그랩' 통한 단독 상품 주효

이마트가 굿즈를 담은 와인과 소망을 새겨주는 위스키 등 스토리가 있는 차별화 주류 선물세트로 설 대목 효과를 톡톡히 보고 있다.

이마트는 지난해 12월 26일부터 지난달 29일까지 35일간 진행한 주류 선물세트 사전예약 매출이 지난해 설 같은 기간 대비 20% 증가했다고 1일 밝혔다. 이는 3년 연속 신장세다.

이번 실적 호조는 스마트오더 서비스인 '와인그랩'을 통한 단독 상품들이 견인했다. 대표 상품인 '1865 카카오 골프백 기획 세트'는 국민 와인으로 불리는 1865 와인에 '라이언', '춘식이' 캐릭터가 그려진 골프백 케이스를 결합해 인기를 끌었다. 합리적인 가격에 귀여운 굿즈까지 챙길 수 있어 전체 와인 선물세트 중 매출 상위 10위권에 진입했다.

위스키 부문에서는 2026년 병오년(丙午年) '붉은 말의 해'를 맞아 출시된 에디션 상품이 주목받았다. 이마트는 '조니워커 블루 말띠 에디션' 물량을 대폭 확보해 판매 중이며, 와인그랩 전용 상품인 '글렌알라키 13년 말의 해 에디션' 매출은 전년 대비 54% 급증했다.

/손종욱 기자

뚜레쥬르 "설 케이크 사전예약 하세요"

CJ푸드빌이 운영하는 뚜레쥬르가 설 명절을 맞아 신제품을 출시하고 앱 사전예약 프로모션을 진행한다고 1일 밝혔다.

특히 이번 시즌에는 명절에 선물하기 좋은 카테고리의 제품을 다양하게 선보여 선택의 폭을 넓혔으며 감각적인 디자인을 더해 선물의 품격을 높였다.

먼저 '삼색 카스테라'는 딸기, 바닐라, 녹차 세 가지 맛의 카스테라에 살구잼과 크림으로 상큼함을 더한 제품이다. '조청약과 쌀파운드'는 우리쌀로 만든 담백한 파운드 케이크에 조청쌀엿 코팅으로 촉촉함을 더했고, 약과와 피칸, 아몬드를 넣어 고소한 풍미를 완성했다.

2026년 말의 해를 맞아 선보인 '2026 유니콘 드림'은 오로라 빛 유니콘 장식이 돋보이는 초코 케이크로 새해의 희망과 응원의 메시지를 담았다. 이 외에도 '곱디고운 하이베어 세트', '다정다감 약과&오란다 세트', '도란도란 휘낭&약과 세트'도 선보인다.

/신원선 기자

신제품

삼립
두바이 스타일 디저트 2종

삼립이 두바이 스타일 디저트 2종(**사진**)을 출시했다.

먼저 '두바이st 파삭파이'는 바삭한 파이 위에 쫀득한 마시멜로와 카다이프를 조합한 피스타치오 필링을 가득 채우고 초콜릿 코팅으로 달콤함을 더했다.

'두바이st 떠먹케(떠먹는 케이크)'는 부드러운 초코 시트 사이에 카다이프가 들어간 피스타치오 필링을 듬뿍 넣어 촉촉함과 바삭함을 동시에 즐길 수 있다. 겉부분의 초코 코팅으로 달콤한 풍미는 물론, 깨뜨려 먹는 재미까지 더했다.

두 제품 모두 편의점에서 구매가 가능하다. /신원선 기자