홈플러스, 회생절차 분수령… '공급망 복구·채권자 동의' 관건

점포 가오픈·온라인 주문 재개
美 '트레이더 조' 운영모델 도입
본사 등 잔존사업 매각 추진 계획

2000억원 규모의 긴급운영자금(DIP)을 확보한 홈플러스가 오프라인 매장 가오픈에 이어 온라인 주문까지 재개하며 영업 정상화에 속도를 내고 있다. 그러나 오는 9월 4일까지 관계인집회를 열어 채권자 동의를 얻고, 계속기업가치가 청산가치보다 크다는 점을 입증해야 한다. 단순히 영업을 다시 시작하는 것을 넘어 독자 생존 가능성을 증명해야 하는 셈이다.

10일 홈플러스는 오후 2시부터 온라인 주문을 재개했다. 지난 7일 전국 67개 핵심 점포의 가오픈에 들어간 지 사흘 만이다. 주문 상품 배송과 픽업은 정식 개장일인 13일부터 시작하며, 온라인 배송은 수도권 20개 점포를 중심으로 우선 운영한다.

영업 중단 전 41개 점포에서 배송 서비스를 제공했던 것과 비교하면 재개 초기 운영 규모는 절반 수준이다. 홈플러스는 배송과 운영 체계를 점진적으로 복구할 방침이다. 일부 지역에서는 배송업체 사정에 따라 서비스 이용이 제한될 수 있다.

홈플러스가 2000억원 규모의 긴급 운영자금(DIP)을 확보한 가운데 67개 점포가 가오픈에 들어간 7일 서울 시내 한 매장에서 시민들이 장을 보고 있다. /뉴시스

홈플러스는 오는 12일까지 매장 운영 시스템과 결제·물류망 등을 점검한 뒤 13일부터 정식 영업과 마케팅 행사를 시작한다. 영업 재개 소식이 알려진 이후 '마이홈플러스(MHC)' 멤버십 앱의 하루 방문자 수는 10만명을 기록하며 지난해 수준을 회복했다.

이번 영업 재개는 약 한 달간의 임시 휴업을 끝내고 사업 지속 가능성을 입증하기 위한 첫 단계다. 다만 완전한 정상화까지는 해결해야 할 과제가 적지 않다.

가장 시급한 문제는 상품 공급망 복구다. 홈플러스에 따르면 가오픈 첫날인 지난 7일 매장 상품 입고율은 약 30%에 그쳤다. 주말 동안 물류업체 휴무로 입고가 지연된 만큼 10일부터 주요 식품과 생필품을 중심으로 물량 공급을 확대할 예정이다.

그동안 대금 지급에 대한 불확실성으로 납품을 축소하거나 중단했던 주요 제조사와의 거래 관계를 회복하는 것도 관건이다. 일부 납품업체는 선결제나 결제 기간 단축을 요구하고 있어 공급망이 영업 중단 이전 수준을 회복하기까지는 시간이 걸릴 전망이다.

홈플러스는 한정된 운영자금을 효율적으로 활용하기 위해 매장 구조와 상품 구성도 개편한다. 복층 매장의 영업 공간을 약 1000평 규모의 단층으로 줄이고, 회전율이 높은 신선식품과 자체브랜드(PB) '심플러스'를 중심으로 상품을 구성하는 미국 '트레이더 조(Trader Joe's)'식 운영 모델을 도입할 계획이다. 영업 비용을 줄이는 동시에 매출과 현금 흐름을 조기에 회복하려는 전략이다.

장기 휴업으로 이탈한 임대매장을 다시 유치하고 경쟁 유통업체로 이동한 고객을 되찾는 것도 과제다. 정치권과 노동계, 시민단체 등은 '홈플러스 살리기' 캠페인을 벌이며 소비자들의 이용을 독려하고 있다. 민병덕 더불어민주당 을지로위원장을 비롯한 국회의원과 노조 관계자들은 정식 개장일인 13일 매장을 찾아 장보기 행사를 진행할 예정이다.

홈플러스는 영업 재개 이후 확보한 실적을 토대로 본사와 대형마트 등 잔존 사업 부문 매각도 추진할 계획이다.

서울회생법원은 지난달 자금 조달 실패를 이유로 홈플러스의 회생절차 폐지를 결정했다. 이후 메리츠금융그룹이 2000억원 규모의 긴급운영자금 대출을 승인하고 홈플러스가 즉시항고에 나서면서 회생절차를 이어갈 여건이 마련됐다. 법원은 기존 폐지 결정을 취소하고 회생계획안 가결 시한을 다음달 4일까지 연장했다. 지난해 3월 회생절차를 개시한 홈플러스로서는 사실상 마지막 유예기간이다.

이달 말이나 다음달 초에는 채권자 등 이해관계인이 참석하는 관계인집회가 열릴 전망이다. 회생계획안이 관계인집회에서 가결되고 법원의 인가를 받으면 채무 변제와 경영 정상화 절차를 밟을 수 있다. 반면 필요한 동의를 확보하지 못하면 회생절차가 다시 폐지돼 파산 수순으로 이어질 가능성이 크다.

유통업계 관계자는 "영업 재개 일정이 차질 없이 진행되도록 관리한 뒤 한 달여 간의 실제 운영 능력을 시장에 입증해야 하는 상황"이라며 "트레이더 조 방식의 벤치마킹은 현 시점에서 최선의 전략으로 보이지만, 납품업체들과의 신뢰 회복과 실제 매대 정상화가 얼마나 빠르게 이뤄질지가 생존의 핵심 변수가 될 것"이라고 말했다.

/김서현 기자
seoh@metroseoul.co.kr

주요 제조기업, 공간 플랫폼 사업 키운다

현대차그룹 주차로봇 실증사업 착수
LG전자 스마트코티지 활용범위 확대
삼성전자 모듈러 홈 통해 경험 설계

삼성전자와 LG전자, 현대자동차그룹 등 국내 주요 제조기업들이 제품 생산을 넘어 실제 생활공간에서 기술의 활용성을 검증하고 공간 설계·판매까지 사업 영역을 확장하고 있다. 가전과 자동차 등 개별 제품을 판매하는 데 그치지 않고 주택과 주차장 같은 공간 자체를 하나의 플랫폼으로 만들겠다는 전략이다.

10일 업계에 따르면 현대차그룹은 자동차를 넘어 주차공간으로 영역을 확대하고 있다. 현대자동차·현대위아·현대건설 컨소시엄은 경기 시흥시 공동주택에서 주차로봇 실증사업에 착수했다. 실제 아파트 주차장에서 차량 이동과 주차 효율, 이용자 대기시간 등을 측정해 기술의 사업성을 검증한다. 현대위아의 주차로봇은 차량을 들어 올려 좁은 공간에서도 전후좌우로 이동할 수 있도록 설계됐다. 현대차그룹은 실증 데이터를 기반으로 주차면 배치와 로봇 대수, 운영 기준 등을 도출하고 향후 상업·업무시설과 교통거점 등으로 적용 범위를 확대할 계획이다.

현대차그룹 관계자는 "공동주택이라는 실제 생활 환경에서 주차로봇의 운영 안정성, 효율성, 사용자 편의성을 종합적으로 검증해 향후 국내외 다양한 도시 공간으로 확산 가능한 표준 모델을 도출할 계획"이라고 밝혔다.

현대차그룹의 현대차, 현대위아, 현대건설이 구성한 컨소시엄이 경기도 시흥시에 위치한 '힐스테이트 더웨이브시티'에서 공동주택 주차로봇 실증사업을 추진하고 있다. /현대차그룹

앞서 LG전자와 삼성전자는 AI 가전과 스마트홈 기술을 결합한 모듈러 주택을 선보이며 주거 시장을 공략하고 있다.

LG전자가 직접 설계·생산·품질 검수를 맡는 스마트코티지는 AI 가전과 고효율 냉난방공조설비, 에너지 관리 솔루션, AI 홈 플랫폼 등을 갖춘 주택이다. 8평부터 24평까지 단층형과 2층형 등 다양한 모델을 선보이고 있으며, 기업 연수원과 직원 숙소, 워케이션 시설 등 기업 간 거래(B2B) 시장까지 활용 범위를 넓히고 있다.

특히 LG전자는 홈쇼핑을 통한 판매에 나서며 모듈러 주택의 대중화에도 속도를 내고 있다. 김포 현대 프리미엄 아울렛 전시를 통해 실제 고객의 반응과 수요를 확인하는 등 주택을 하나의 '제품'으로 보고 시장성을 직접 검증하는 모습이다.

삼성전자 역시 국내 목조 모듈러 주택 업체와 협업해 '삼성 AI 모듈러 홈'을 출시했다. 주택 형태와 사용 목적에 따라 에어컨과 히트펌프 보일러, 냉장고, TV 등 AI 가전과 홈캠을 비롯한 20여 종의 스마트싱스 연동 기기를 선택할 수 있다. 부지 규모와 수요에 맞춰 33㎡(약 10평), 99㎡(약 30평), 132㎡(약 40평) 등 다양한 크기의 주택도 선택할 수 있도록 했다. 가전 기술을 집이라는 공간에 통합해 새로운 주거 경험을 설계하는 방식이다.

업계 관계자는 "최근 제조업의 사업 방식 자체가 바뀌고 있다"며 "제품을 만들어 판매하는 방식을 벗어나 실제 사용 환경에서 기술을 검증하고 공간 설계와 운영 모델까지 함께 제공하는 '공간 플랫폼 사업'으로 진화하고 있다"고 말했다. 이어 "향후 업체간 경쟁은 제품 성능을 넘어 제품과 공간을 얼마나 효과적으로 연결하고 새로운 사용 경험을 만들어 내느냐에 따라 좌우될 전망"이라고 덧붙였다.

/양성운 기자 ysw@

中 메모리, 글로벌 IT기업 제품 탑재 D램 가격 등 K-기업 중장기 변수 부상

메모리 공급난 지속에 신규 조달처 부상
삼성·SK 등 글로벌 3강 기술격차 여전

중국산 메모리 반도체가 글로벌 정보기술(IT) 업체들의 제품에 탑재되기 시작했다. 인공지능(AI)발 공급난이 길어지면서 고객사들이 조달처를 넓힌 데 따른 것으로 풀이된다. 다만 가격과 기술 경쟁력을 감안하면 당분간 삼성전자와 SK하이닉스를 대체하기는 어렵다는 분석이 나온다.

10일 업계에 따르면 월스트리트저널(WSJ)은 애플이 아이폰과 맥북 등 여러 제품군에서 중국 창신메모리테크놀로지(CXMT)의 메모리를 시험하고 있다고 9일(현지시간) 보도했다. 애플은 중국에서 판매하는 일부 기기에 CXMT 부품을 적용하는 방안을 놓고 초기 단계의 협의를 진행하고 있다. 애플은 아직 시험 단계지만 HP와 에이서는 이미 미국 외 지역에서 판매하는 제품에 CXMT 칩을 적용하기 시작했다.

애플이 조달처 확대에 나선 것은 원가 부담 때문이다. 팀 쿡 애플 최고경영자(CEO)는 지난달 30일(현지시간) 실적발표에서 "메모리 가격이 기하급수적으로 상승하는 100년 만의 홍수 같은 상황을 맞닥뜨렸다"며 "마지못해 제품 가격을 인상할 수밖에 없었다"고 밝혔다.

다만 중국산 도입이 원가 절감으로 이어질지는 미지수다. WSJ은 CXMT 제품 가격이 삼성전자와 SK하이닉스, 마이크론과 비슷하거나 높은 수준이라고 전했다.

CXMT가 가격을 낮추지 않는 배경에는 중국 내수 수요가 있다. CXMT는 지난달 바이트댄스와 5년간 70억달러(약 9조9100억원) 규모 장기 공급 계약을 체결했고 6월에는 텐센트와도 30억달러(약 4조2400억원) 규모 계약을 맺었다. 샤오미를 비롯한 자국 기술 기업에 물량을 우선 배정하면서 가격을 낮춰 고객을 확보할 유인이 줄었다.

그럼에도 애플이 삼성전자와 SK하이닉스를 대체하기는 쉽지 않다는 관측이 나온다. 미국 규제로 CXMT와 기술을 공유하거나 제품 사양을 조율하는 데 제약이 있어 맞춤형 제품을 공동 개발하기는 어렵다. 애플이 활용할 수 있는 것은 시중에 출시된 범용 제품에 그친다.

정치권 압박도 거세다. 미 상원의원들은 지난달 말 여야를 가리지 않고 애플에 CXMT와 양쯔메모리(YMTC) 제품을 사용하지 말라는 서한을 보냈다. 미국 유일의 메모리 업체인 마이크론은 백악관을 상대로 애플의 계획을 막아달라며 공개 로비에 나섰다. 미 국방부는 CXMT를 중국군 연계 기업 목록에 포함하고 있다.

기술 격차도 남아 있다. CXMT는 심자외선(DUV) 노광장비 기반의 16나노 공정을 적용하고 있어 극자외선(EUV)으로 11나노급을 양산하는 메모리 3사와 차이가 있다. 제품군도 저전력 D램과 DDR 등 범용 제품에 집중돼 있다. 글로벌 투자은행 UBS는 최근 보고서에서 CXMT의 생산 능력 확대에도 메모리 3사 중심의 시장 구도가 단기간에 흔들리지는 않을 것으로 진단했다.

다만 중장기 변수라는 데는 이견이 없다. 신한투자증권은 CXMT의 양적 확장이 2026~2027년 업황을 흔들 가능성은 낮다면서도 2028년 이후 다운턴 국면에서는 범용 D램 가격을 교란하는 변수가 될 수 있다고 내다봤다.

닐 샤 카운터포인트리서치 연구원은 최근 보고서에서 "관건은 CXMT가 메모리 3강에 어떻게 진입하느냐가 아니라 언제 진입하느냐"라고 밝혔다.

/구남영 기자 koogija_tea@

내년 예상 주주환원수익률 18% 수준 추정

>> 1면 '삼성전자, 올해 주주환원'서 계속

이수림 DS증권 연구원은 "삼성전자가 131조8000억원을 추가 환원 재원으로 활용할 수 있을 것"이라고 전망했다. 그는 "추가 환원 가능액 중 15%만 특별배당 하더라도 배당 매력도가 증가한다"며 "40% 특별배당이 이뤄질 경우 보통주 4.5%, 우선주 6% 이상으로 국내 대형주 가운데서도 매우 높은 배당수익률이 예상된다"고 말했다.

외국계 투자은행(IB)들도 삼성전자의 주주환원 정책이 주가 반등의 트리거가 될 것으로 전망했다.

C.W. 정 노무라증권 애널리스트는 "내년 예상 주주환원수익률은 18% 수준으로 추정된다"며 "대규모 주주환원 정책이 삼성전자의 기업가치 재평가를 이끌 것"이라고 내다봤다. 모건스탠리는 최근 나타난 메모리주의 급락을 사이클상 나타나는 '작은 굴곡'이라고 설명하며 메모리 기업들의 자사주 매입 등 주주환원 정책이 주가 반등을 이끌 핵심 소재가 될 것이라고 했다.

/허정윤 기자 zelkova@