‘금호쇼크’… 지역상장사 실적 악화

12월 결산법인 14개사 매출액 전년보다 6326억 줄어

부채 비율도 급상승…전체 상장사 수익성 개선 대조

광주·전남지역 12월 결산법인의 지난해 영업실적이 금호산업과 금호타이어 워크아웃 등의 여파로 크게 악화한 것으로 나타났다.

5일 한국거래소 광주사무소가 발표한 ‘광주·전남지역 12월 결산법인 2009 사업연도 영업실적’에 따르면 유가증권시장에 상장된 14개사의 매출액은 6조2천823억원으로 전년보다 9.15%(6천326억원) 감소했다.

또 영업이익은 전년도의 3천777억원 흑자에서 629억원 적자로 돌아섰고, 순이익은 3조59억원 적자로 전년도의 730억원 적자에서 적자폭이 크게 확대됐다.

이는 유가증권시장에 상장된 전체 기업(565개사)의 영업이익과 순이익이 각각 55조5천805억원과 47조7천412억원으로 전년보다 2.03%와 57.97% 증가한 것과는 대비되는 것이다.

이처럼 광주·전남지역 유가증권 상장사의 영업실적이 저조한 것은 금호산업(순이익 -2조3천401억원)과 금호타이어(순이익 -7천761억원)의 적자 폭이 컸기 때문으로 분석됐다.

적자 기업 상위 2개사도 금호산업(365억→-2조3천401억원)과 금호타이어(-2천3억원→-7천761억원)가 차지했다.

부채비율도 전년 말 대비 69.10%포인트 높아진 223.06%를 기록해 전반적으로 기업 재무구조가 악화된 것으로 파악됐다. 금호타이어는 부채비율이 241.92%에서 3천635.96%로 급상승했다.

분석 대상 14개사 가운데 10개사가 흑자를 냈고 4개사는 적자를 보였다. 지난해 흑자로 전환된 기업은 로케트전기와 동아에스텍, 적자 전환 기업은 금호산업과 셀런으로 각각 2개사였다.

코스닥시장에 상장된 9개사도 매출액이 4천97억원으로 전년보다 0.45%(18억원) 감소했고 순이익은 51억원 적자로 전년도(-241억원)에 이어 적자가 지속됐다. 반면 영업이익은 246억원으로 전년보다 37.73%(67억원) 증가한 것으로 나타났다.

부채비율은 전년 말 대비 42.15%포인트 낮아진 52.12%를 기록해 전반적으로 기업 재무구조가 개선됐으며 5개사는 흑자, 4개사는 적자를 각각 기록했다. 흑자 전환 기업은 와이엔텍, 지앤알 등 2개사, 적자 전환은 성원파이프 1개사였다.

/윤영기기자 penfoot@kwangju.co.kr

6일 오전 롯데슈퍼 풍암점 ‘e-슈퍼서비스’ 담당 직원이 고객들이 인터넷으로 주문한 물품을 대신 골라 장바구니에 담고 있다. ‘e-슈퍼서비스’는 일종의 ‘장보기 대행서비스’로 배송비 1천~4천원만 더 추가하면 된다.

/최현배기자 choi@kwangju.co.kr

장보기 힘드시죠? ‘피커’에게 맡기세요

유통업체, 온라인 주문하면 직원이 장 봐 신속 배송

맞벌이 부부·싱글족·주부들에 인기

장보기도 대신해 주는 사람들이 있다. 고객이 인터넷으로 주문한 목록대로 신속하게 장을 대신 봐주는 ‘피커’(picker)들이다.

이들은 고객이 온라인으로 원하는 물건을 담아놓기만 하면 대신 쇼핑해 집앞까지 배달해주기 때문에 맞벌이 부부를 비롯해 싱글족, 영·유아를 둬 외출이 쉽지 않은 주부들에게 인기가 높다.

광주지역에서는 홈플러스 동광주점과 롯데슈퍼 11개 점포에서 장보기 대행 서비스를 실시하고 있다.

홈플러스 동광주점의 경우 지난해 ‘피커’를 이용한 온라인 매출이 전년대비 115%나 증가했으며 주문 고객 수도 85%나 늘어났다.

현재 동광주점 매장에서 근무하는 ‘피커’는 모두 7명. 이들은 오전 8시 30분부터 장을 보기 시작해 11시, 오후 2시 등 하루 세 차례 고객이 주문한 상품을 매장에서 대신 구입한다.

‘피커’들은 신선도와 유통기한의 고려해 고객들이 주문한 물건을 고르는데다 고객이 요구한 상품이 없거나 행사 제품이 있으면 고객에게 전화로 직접 설명해 ‘알뜰 쇼핑’을 할 수 있도록 도와 수요가 꾸준히 늘고 있다. 이에 따라 홈플러스는 전국 114개 중 46개 점포에서 활동하는 300명의 피커를 올 연말까지 420명으로 40% 늘릴 계획이다.

롯데슈퍼도 풍암점을 비롯해 11개 매장에 대신 장을 봐주는 ‘e-슈퍼 서비스’ 담당 직원들이 2~3명씩 근무를 하고 있다. 지난해 11월부터 시작된 ‘e-슈퍼 서비스’는 매달 20%씩 이용률이 늘고 있다. 관련 매출도 지난해보다 200~250%가량 급증했다.

‘온라인 장보기’ 이용하는 이은숙(여·38·광주시 광산구)씨는 “직장생활을 하다보면 장을 보러 가는 것도 일”이라며 “시간도 절약할 수 있을 뿐만 아니라 꼭 필요한 것만 골라 담기 때문에 돈을 절약할 수 있는 것 같다”고 말했다.

유통업계 관계자는 “더 이상 가만히 앉아 소비자가 찾아오기 만을 기다려서는 안된다”며 “배달을 비롯해 직접 찾아가는 서비스 마케팅이 더욱 늘어날 것”이라고 말했다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr

대방 노블랜드, 수완지구에 936가구 공급

대방건설이 친환경 명품신도시인 광주 수완지구에 수완 대방노블랜드 2차 936가구를 공급한다. 이번에 공급할 물량은 수완지구 8-2블럭, 8-4블럭 2개 단지 지하 2층~지상 25층 규모 14개 동이다.

〈조감도〉

8-2블럭은 전용면적 117㎡(43평) 80가구, 118㎡(44평) 95가구, 126㎡(46평) 96가구, 129㎡(49평) 274가구 등 총 545가구이며, 8-4블럭은 전용면적 131(A)㎡(49평) 37가구, 131(B)㎡(49평) 37가구, 131(C)㎡(50평) 132가구, 156㎡(56평) 185가구 등 총 391가구다.

수완 대방노블랜드는 단지 옆에 호수공원과 풍영정천의 웰빙시설 등이 자리하고 있어 쾌적하다. 또 산월IC·무진로·제2순환도로 등이 인접해 교통과 접근성이 좋다. 롯데마트, 롯데아울렛, 홈플러스 등 대형쇼핑문화복합시설과 병·의원, 학원 등 각종 생활편의시설 갖춰져 있어 입지여건이 뛰어나다는 평가를 받고 있다.

아파트는 남향 위주로 배치, 충분한 일조권과 조망권을 확보했다. 앞면에는 시스템창호(입면분할이중창)를 적용해 탁 트인 개방감을 제공할 계획이다. 견본주택은 수완지구 롯데마트 건너편에 있으며, 순위 내 청약은 6일부터 8일까지 진행될 예정이다. 문의 1688-3800. /박정욱기자 jwpark@

대형마트·SSM보다 전통시장 8.8% 저렴

전통시장이 대형마트나 기업형 슈퍼마켓(SSM)보다 가격이 평균 8.8% 가량 저렴한 것으로 나타났다.

시장경영진흥원이 지난달 25~26일 전국 주요 전통시장과 동일 상권에 포함된 대형마트 및 SSM 간 36개 품목의 가격을 비교 조사한 결과, 전통시장이 대형마트 대비 8.2%, SSM 보다는 9.4% 저렴한 것으로 조사됐다고 5일 밝혔다. 조사결과 전통시장은 총 36개 조사품목 중 80.5%에 해당하는 29개 품목이 대형마트 및 SSM보다 값이 더 쌌으며, 공산품을 제외한 모든 품목에서 가격 우위를 보였다.

지난해 4분기 보다 평균 가격이 26%나 상승한 생닭의 경우 대형마트와 SSM에서 각각 7천564원, 7천498원에 판매됐지만 전통시장에서는 5천931원으로 20%이상 저렴했다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr