

팡 터진 코카콜라 vs 김 빠진 펩시... 음료업계 실적 '히비'

신종코로나바이러스감염증(코로나19) 사태에 LG생활건강 음료 부문과 롯데칠성음료가 2020년 1분기 엇갈린 성적표를 받아들었다.



LG생활건강

영업익 468억... 43.9% 고성장
코카콜라·씨그램 인기 돋보여
외식 부진했지만 배달로 선방

비해 적자폭이 대폭 확대됐다. 음료사업부는 매출액과 영업이익으로 각각 3728억 원(1.55%감소)과 238억 원(5.55%감소)을 기록했다. 이는 지난해 롯데가 '일본기업'이라는 루머에 휩싸이면서 주류 사업 부문이 타격을 입은 데 더해 최근 코로나19 악재까지 겹치면서 음료 사업 부문까지 영향을 받은 것으로 보인다.

LG생활건강의 음료 매출은 온라인과 배달음식 채널이 견인했다. 코로나19로 인해 극장과 외식분야에서 매출이 줄었지만, 온라인 매출이 이를 상쇄했다. 외출을 줄인 대신 자택에서 온라인

롯데칠성음료

영업익 62억... 67.73% 감소
스포츠·극장 등 야외수요 줄어
탄산·주스·커피 등 전반적 부진

과 배달을 통해 제품을 구매한 것이다. 탄산음료는 전년 동기 대비 9% 오르며 높은 성장을 이뤘다. '코카콜라' '몬스터에너지' '씨그램'이 전년 동기 대비 각각 8%, 115%, 23%의 성장률을 보였다. 또 코카콜라 '제로 슈가'가 시장에서 좋은 반응을 얻었다. '제로 슈가'는 당과 칼로리는 낮추고 탄산과 맛은 기존 콜라와 흡사하게 출시된 제품으로, 최근 코로나19로 건강과 다이어트에 높아진 관심에 더욱 인기를 끈 것으로 풀이된다.

비탄산음료 또한 '파워에이드'와 '조지아 크래프트' 등 주요 브랜드들이 구



롯데칠성음료 칠성사이다 X BTS

준한 성장세를 이어갔다.

LG생활건강 음료부문 관계자는 2분기 계획과 관련해 "단탄한 사업 포트폴리오를 바탕으로 각 사업의 경쟁력을 강화하는 한편, 이를 바탕으로 불확실한 국내의 사업 환경에 더욱 유연하게

대처해 나갈 것"이라고 밝혔다.

롯데칠성음료는 매출 부진의 원인을 코로나19 이슈로 인한 야외활동 감소로 봤다. 스포츠 경기, 콘서트를 비롯한 야외경기, 영화관람이 줄면서 함께 즐기던 음료인 탄산(2%), 주스(11%), 커피(2%) 소비가 준 것으로 풀이했다.

급격한 실적부진에 롯데칠성음료는 비상경영활동에 들어갔다. 마케팅비용을 절감하는 등 경영효율화 작업에 들어갔으며, 제로베이스버짓(JBB)시행으로 모든 예산을 전년 대비 기준으로 두지 않고 제로베이스에서 측정하고 있다.

또 2분기에는 칠성사이다, 펩시, 트레비 등 주력브랜드에 집중해 수익성 개선 활동에 매진할 계획이다.

롯데칠성음료 관계자는 "최근 칠성사이다 모델로 가수 방탄소년단을 발탁했다. 신제품 청굴·복숭아 제품 모델로 광고를 시작할 계획"이라며 "새 광고 및 신제품으로 인한 2분기 매출 개선을 기대한다"고 말했다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

코로나에 움츠러든 H&B, 언택트로 위기 타파

랄라블라 1분기 영업이익 -14.4%
비효율 점포 구조조정 등 특단 대책
올리브영, 온라인 주문 후 매장 픽업
롭스, 요기요와 손잡고 배달서비스



요기요 앱을 통해 랄라블라 상품을 주문하고 있다. /GS리테일

H&B(헬스앤뷰티)스토어가 지난 1분기 부진한 성적을 거뒀다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 외출이 줄면서 뷰티 상품 판매율이 감소했기 때문이다. 불과 몇년 전만 해도 몸집 키우기에 집중하던 H&B 스토어들이 이제는 각 사의 차별화 전략과 영업 효율화를 앞세워 소비자 공략에 나서고 있다.

20일 GS리테일에 따르면 랄라블라는 지난 1분기 매출 330억원, 영업손실 48억원을 기록했다. 매출은 전년 동기 대비 19.1% 감소했으며, 영업손실액은 9억원 늘어났다. 영업이익률은 -9.4%에서 -14.4%로 떨어졌다.

GS리테일이 분기 기준 역대 최대 실적을 기록한 것과 비교하면 편차가 크다. 실제로 GS리테일은 1분기 영업이익(888억원)이 314.7% 증가했다.

사측은 랄라블라의 실적 악화에 대해 코로나19의 영향으로 오프라인 화장품 쇼핑 수요가 줄어든 탓이라고 설명했다. 앞서 랄라블라는 지난해 28개 점포를 축소하며 비효율 점포를 정리한 바 있다.

롯데쇼핑 또한 이익기여도가 낮은 록스를 비롯 백화점, 마트, 슈퍼 등 총 700

여 개 점포 중 약 30%에 달하는 200여 개 비효율 점포를 다음달까지 정리할 예정이다. 롯데쇼핑이 이처럼 대규모 구조조정에 나서는 것은 창사 이래 처음이다.

코로나19로 화장품에 비롯한 뷰티 관련 제품 판매가 부진하자 CJ올리브영, 록스, 랄라블라는 언택트와 차별화를 내세워 실적 개선에 나선다.

업계 1위 '올리브영'은 배송 서비스를 운영중이다. 올리브영 온라인몰과 모바일 앱에서 구매한 제품을 최대 3시간 안에 받아볼 수 있게 된 것. 원한다면, 고객이 직접 수령 시간대를 지정할 수도 있다. 물류센터가 아닌 주소지 인근 매장에서 포장·배송하는 방식으로, 전국 매장망과 연계해 배송 시간을 단축한 것이 강점이다.

차별화의 일환으로 전략상품군 캠페인을 새롭게 전개한다.

랄라블라는 이동통신사와 제휴를 통해 할인혜택을 제공해 소비자로 하여금 합리적인 가격에 구매할 수 있게 했다.

2019년 6월 KT와의 상시 할인서비스를 도입한데 이어 7월에 LG U+, 지난 4월에는 SK텔레콤까지 제휴 할인혜택을 확대한 것.

또한 요기요와 손잡고 배달 서비스도 시작했다. 배달 서비스가 제휴된 랄라블라 점포는 ▲신촌▲홍대▲잠실▲신림▲구로디지털 등 서울시 주요 상권 내 5개 점포다. 요기요 앱을 통해 주문 가능한 랄라블라의 상품은 브랜드세일 화장품, 월별 행사 상품, 미용 소품, 건강 기능 식품 등 100여종이며 고객이 오전 11시부터 밤 10시까지 주문한 건에 대해 배달 가능하다.

롭스는 유통채널 다각화로 소비자 접점을 넓힌다. 록스는 롯데백화점, 롯데마트, 하이마트 내 입점은 물론, 롯데슈퍼에 하이브리드 매장을 선보이는 등 다양한 연령층의 고객 확보를 위해 여러 시도를 해왔다.

최근 롯데ON 론칭을 통해 록스를 포함, 롯데 유통계열사 7곳의 통합 온라인몰을 선보이며 온라인 채널에도 변화를 줬다. 최근에는 롯데홈쇼핑과 협업해 더마코스메틱 브랜드 '유리아쥬' 제품을 처음으로 홈쇼핑에서 소개했다.

/신원선 기자 tree6834@



롯데지주 황각규 부회장이 20일, 충북 진천의 롯데글로벌로지스 택배 메가 허브(Mega Hub) 터미널 건립 현장을 방문했다. /롯데지주

'포스트코로나' 물류 힘 주는 롯데 황각규, '택배 메가허브' 한달음

(롯데지주 부회장)

진천 택배 터미널건립현장 점검
"언택트 시대, 물류 중요성 커져"

롯데지주는 황각규 부회장이 전날 충북 진천의 롯데글로벌로지스 택배 메가 허브 터미널 건립 현장을 방문했다고 21일 밝혔다. 황 부회장은 공사 진척 현황에 대한 보고를 받고 현장을 돌아본 뒤, 인근의 이전 물류센터까지 방문했다. 포스트 코로나 시대에 새로운 성장 동력으로 평가받고 있는 택배 및 물류 사업분야에 대한 점검에 나선 것이다.

롯데글로벌로지스가 충북 진천군 초평 은암산업단지에서 건설하고 있는 택배 메가 허브 터미널은 14만5000㎡ 부지에 연면적 18만4000㎡, 지상 3층 규모로 지어질 예정이다. 해외 선진 택배터미널을 벤치마킹해, AI 등 최첨단 기술이 적용된 DT(Digital Transformation) 기반의 차세대 택배 터미널로 구축한다는 계획이다. 2022년 완공을 목표로 하고 있으며, 완공 시 일 150만 박스의 물량을 처리할 수 있게 된다. 롯데는 해당 터미널 건설을 위해 약 3000억 원을 투자한다.

롯데는 진천 메가 허브 터미널 건설을 통해 택배 경쟁력을 한층 강화하고 고객 서비스 고도화를 이룰 수 있을 것으로 예상하고 있다. 특히 최첨단 창고 시설에서 윈스톱으로 택배 터미널로 연

계되는 최적화 물류 서비스를 제공해 롯데 이커머스 사업의 핵심 거점으로 삼는다는 계획이다.

코로나19의 영향으로 언택트(비대면) 소비가 급격하게 증가함에 따라, 이미 진행돼 오던 이커머스 중심의 유통업 재편은 더욱 가속화될 전망이다. 유통업뿐만 아니라 모든 소비자 사업이 고객들에게 더욱 신속하고 편리한 배송 서비스를 제공하기 위한 경쟁에 나설 것으로 예상된다.

롯데지주 황각규 부회장은 현장에서 "코로나19로 사람들이 외부활동을 줄이고 온라인 쇼핑을 더욱 활발하게 하기 시작하면서 택배 허브의 중요성은 더욱 강조되고 있다"고 언급하고, "진천의 택배 메가 허브 터미널은 적기에 잘 시작된 프로젝트이니, 안전을 최우선으로 공사를 잘 완료해 모범적인 그룹 신사업의 중심이 되길 바란다"고 직원들에게 전했다.

한편, 19일 신동민 회장이 귀국 후 첫 임원회의에서도 "미래 성장 가능성이 높은 사업에 투자를 집중해 달라"고 강조한 바, 롯데그룹은 향후에도 택배, 물류사업 등을 포함해 포스트 코로나 시대에 대응하기 위한 성장산업에 대한 투자를 지속적으로 확대해 나갈 예정이다. /신원선 기자

중기유통센터, 소상공인 온라인 판로 지원

중소기업유통센터는 인플루언서 경제산업협회와 소상공인 온라인 판로 지원을 위한 업무협약을 체결했다고 21일 밝혔다.

중기유통센터는 이번 협약을 통해 인플루언서의 데이터를 공유하고, 소상공인의 마케팅 역량을 강화하는 등 소상공인과 인플루언서가 협업할 수 있는 환경

을 제공한다. 또한 소상공인과 인플루언서의 양방향 네트워크를 구축하고 다양한 공공사업 및 캠페인 참여를 추진할 계획이다. 중기유통센터는 KT, 방송정보원과 업무협약을 맺고 소상공인의 자생력 향상 및 판로개척을 위한 다양한 지원 사업을 진행한 바 있다. /김승호 기자 babc@