

# 풀무원 파스타·두부 中서 ‘히트’ 분기 매출 34% 성장 ‘흑자전환’

코로나19에 간편식 수요 폭등  
1분기 영업이익 7억, 이익률 6.6%  
‘전자레인지 2분’ 간편조리 장점

풀무원이 중국 진출 10년 만에 첫 분기 흑자를 내며 중국식품사업의 ‘터닝 포인트’를 맞았다.

풀무원은 중국법인 푸메이푸어식품이 올해 1분기 영업이익 7억 원, 영업이익률 6.6%를 기록하며 분기 흑자전환에 성공했다고 1일 밝혔다.

매출은 전년 동기 대비 34% 성장했다. 코로나19로 중국에서 비대면 식품 구매가 증가하면서 이커머스와 O2O 매출이 동기 대비 173% 성장하며 전체 성장을 주도했다. 개별 품목으로는 주력인 파스타와 두부가 각각 180%, 61% 성장했다.

풀무원의 HMR(가정간편식) 중 포문을 연 것은 파스타다. 기존 중국에서 시판 중인 ‘건면 파스타’는 최소 8분 이상 삶은 후 소스와 함께 한 번 더 볶아야 하는 긴 조리 시간과 번거로움이 단점으로 꼽혔는데, 풀무원의 간편식 파스타는 전자레인지 2분 만에 모든 조리가 완성된다. 이러한 편리함이 중국 소비자에게 큰 장점으로 다가갔다. 풀무원 파스타는 풀무원이라는 브랜드를 중국 밀레니얼 세대에 각인시킨 첫 히트작이라 할 수 있다.

두진우 푸메이푸어식품 대표는 “이번 코로나19로 중국 내 간편식 수요가 폭등하면서 파스타 매출도 크게 올라 중국시장에 ‘풀무원’이라는 네임밸류가 더 강화됐다”며 “중국 밀레니얼 세대를 중심으로 파스타 수요가 계속 증가하고 있어 14억 중국시장에서 파스타는 지속적인 고성장이 기대된다”고 말했다.



푸메이푸어식품 파스타 3종(미토마토스파게티, 아라비아파스타스파게티, 치즈베이컨스파게티)

최근에는 한국에서 히트한 냉동HMR ‘풀무원 모짜렐라 핫도그’를 판매하기 시작해 좋은 반응을 얻고 있다. 지난 3월 중국에서 가장 대표적인 O2O 유통사 ‘허마셴싱’의 모바일 흡소핑 방송에 모짜렐라 핫도그가 소개됐다. 방송 후 이를 동안 모짜렐라 핫도그 하루평균 매출은 약 300% 상승했다.

풀무원의 핵심역량인 두부 역시 매년 약 60%씩 고성장하는 가운데 올해 중국 ‘가공두부’ 시장에 본격 진출하여 지속적인 고성장이 예상된다.

중국에서 유일하게 중국 전역 두부 공급망을 갖춘 풀무원은 지난해 11월 북경 두부공장에 ‘가공두부’ 설비를 완비했다. 이 가공두부 라인에서 중국인이 좋아하는 포두부, 백간, 향간 등 가공두부 신제품을 제조하여 중국 가공두부 시장 확장에 나섰다.

풀무원의 중국시장 안착은 철저한 ‘시장분석’과 신속한 ‘위기관리’로 요약할 수 있다.

풀무원은 2010년 중국 진출 당시 중국 식품유통구조를 면밀히 분석한 후 이커머스와 O2O 같은 신유통이 중국 식품유통산업을 이끌어 갈 것으로 예측했다. 10년 전 중국 식품유통은 여전히 오프라인 유통이 강세였지만 풀무

원은 과감하게 이커머스와 신유통에 집중했다.

경쟁사보다 한발 앞선 전략은 코로나19가 글로벌 장기화로 더욱 빛을 발하고 있다. 최근 글로벌 유명 백화점들이 파산신청을 하는 등 오프라인 기반 유통사들이 위기를 겪고 있는 가운데, 중국 식품유통은 중국의 아마존이라 불리는 알리바바 계열의 ‘티몰’ ‘허마셴싱’ 등 이커머스, 신유통을 중심으로 빠르게 전환하고 있다.

또 풀무원은 2017년 ‘사드 여파’로 중국에 진출한 한국 기업들이 고전하고 있을 때 서양 메뉴인 ‘파스타’를 전면에 내세워 위기를 극복했다. 풀무원은 비용을 감수하고 기존 한글 패키지는 전량 폐기하고 중문과 영문으로만 구성된 새 패키지로 전 제품을 빠르게 교체했다.

발 빠른 위기관리는 실적으로 이어졌다. 풀무원 파스타는 2017년부터 연간 약 70%씩 고성장하며 풀무원의 중국식품사업에 리딩하고 있다. 올해 1분기 풀무원 파스타는 전년 동기 대비 약 180% 성장했다. 파스타는 풀무원 중국식품사업 1분기 흑자전환에 가장 큰 기여를 한 품목이다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

# 제주삼다수에 카카오프렌즈 입혔다

제주도개발공사-카카오IX, 맞손  
해녀 등 이미지 표현 캐릭터 넣어

제주삼다수와 카카오프렌즈가 다시 한번 손을 잡았다.

제주삼다수를 생산, 판매하는 제주특별자치도개발공사는 캐릭터 브랜드 카카오프렌즈를 운영하는 카카오IX와 손잡고 ‘제주삼다수x카카오프렌즈 제주 에디션’을 출시했다고 1일 밝혔다. 이번 제품은 제주삼다수 라벨에 제주도를 대표하는 해녀와 바람, 감귤, 유채꽃 등의 이미지를 사랑스럽게 표현한 캐릭터를 적용한 것으로, 제주를 대표하는 청정 브랜드인 제주삼다수의 정체성을 보다 유쾌하게 알리기 위해 기획됐다.

‘제주삼다수x카카오프렌즈 제주 에디션’은 여성과 어린이들도 휴대하기 좋고, 학교, 회사에서도 수요가 높은 330mL 소용량 제품으로 전국 대형마트에서 여름 한정 기간 판매된다.

공사는 이번 콜라베이션이 소비자

/조효정 기자



‘제주삼다수x카카오프렌즈 제주 에디션’ 출시

에게 일상 속 즐거움을 제공하고, 어린이나 젊은 세대에 브랜드 정체성과 친밀감을 동시에 높이는 기회가 될 것으로 기대하고 있다.

제주삼다수 관계자는 “제주를 사랑스럽게 표현한 카카오프렌즈와 함께하는 이번 협업은 제주삼다수의 브랜드 정체성을 한층 더 잘 표현했다고 생각한다”며, “이번 제품이 소비자들에게도 힐링 가득한 제주 감성을 제공하는 기회가 되기를 바란다”고 말했다.



‘클라우드 생 드래프트’ 출시

롯데칠성음료가 새롭게 선보이는 ‘클라우드 생(生) 드래프트’가 6월 1일부터 할인점, 편의점, 술집, 식당 등 모든 채널에서 본격적으로 판매를 시작한다. ‘클라우드’가 제대로 만든 초심성 소라거 ‘클라우드 생 드래프트’는 100% 맥아만을 사용한 올몰트 맥주로 기존 ‘클라우드’의 정통성과 생맥주에서 느낄 수 있는 신선한 맛과 특 쓰는 청량감이 특징이다.

/롯데칠성

# 롯데홈쇼핑, 상위 1% ‘VVIP’ 특별혜택

‘프리미엄 엘클럽’ 론칭

엘클럽 가입고객중 1500명 선별 실적따라 세가지 등급 나눠 혜택 생일 기프트, 무료배송 등 제공



롯데홈쇼핑 프리미엄 엘클럽 론칭 /롯데홈쇼핑

롯데홈쇼핑은 1일 상위 1%를 위한 최상위 무료 회원제 ‘프리미엄 엘클럽(L.CLUB)’을 선보였다. VVIP(Very Very Important Person) 마케팅을 강화하기 위해서다.

소비 양극화가 심화되면서 최상위 고객의 구매가 매년 확대됨에 따라 차별화된 혜택으로 이들을 충성고객으로 확보한다는 전략이다. 막강한 구매력을 갖춘 소비층을 확보해 코로나19로 치열해진 온라인 유통채널 간 경쟁에서 우위를 점한다는 계획이다.

롯데홈쇼핑이 운영 중인 유료회원제 ‘엘클럽’ 고객은 전체 고객의 약 2% 수준이지만 이들의 지난해 구매금액은 롯데홈쇼핑 전체 판매금액의 약 10%

매시 엘포인트 적립 등의 혜택이 항목별로 매일 제공된다. 또한 생일 기프트를 지급하고, 전용상품도 운영할 예정이다. 등급에 따라 ‘시그니얼 호텔 럭셔리 패키지’, ‘롯데프리미엄 문화공연 초대권’을 제공한다. 매년 ‘엘클럽’ 고객 중 구매금액을 기준으로 상위순으로 ‘프리미엄 엘클럽’ 고객을 선정하고, 동의를 얻어 가입절차를 진행할 예정이다. 향후 이들의 쇼핑 성향, 관심사 등을 다각도로 분석해 니즈에 부합하는 혜택을 지속적으로 제공할 계획이다.

롯데홈쇼핑은 지난 2018년 업계 최초로 유료회원제 ‘엘클럽’을 론칭했다. 연회비 이상의 할인 혜택, 적립금 제공 등 차별화 서비스로 현재까지 가입자 수가 25만 명을 돌파했다. ‘엘클럽’ 고객을 대상으로 진행한 설문조사 결과 재가입 의사가 90% 이상으로 만족도가 매우 높은 것으로 나타났다. 홍보 모델로 가수 양준일, ‘할담비’ 지병수 할아버지 등 화제의 인물을 발탁하며 주목을 받기도 했다.

/신원선 기자 tree6834@

# 롯데백 “핫한 여름 린넨으로 쿨하게”

5일부터 ‘2020 롯데 린넨페어’  
유닛·파슨스 등 최대 50% 할인

롯데백화점은 본격적으로 더위가 시작되는 6월을 맞아 오는 6월 5일부터 18일까지 14일간 본점, 잠실점, 강남점 등 주요 13개 점포에서 고품질의 린넨 제품을 합리적인 가격에 판매하는 ‘2020 롯데 린넨페어’를 진행한다고 1일 밝혔다.

‘린넨(Linen)’은 마 식물 원료로 피부에 잘 달라붙지 않고 소재 특성상 통기성이 좋아 땀이 많이 나는 여름철에 쾌적하게 입을 수 있어 재킷, 셔츠, 원피스의 인기 소재다. 또한 원단이 가벼워 간편하게 걸칠 수 있으며, 오피스와 일상을 구분하지 않고 다양하게 연출이 가능하며 자연스러운 실루엣을 표현하는데 용이하다.



롯데백화점 린넨페어 개최 /롯데쇼핑

린넨 특유의 구겨지는 단점을 보완한 린넨 혼방 소재도 인기다. 린넨 코튼은 린넨의 장점과 코튼의 부드러움, 통풍성 등을 최대로 살렸고, 린넨 레이온 혼방의 경우 은은한 광택이 돌아 차분한 컬러감과 더불어 내추럴한 소재의 느낌이 어우러져 세련된 분위기를 준다.

롯데백화점은 이번 ‘린넨페어’에서 대표 PB브랜드인 ‘유닛(UNIT)’, ‘파슨스(PARSONS)’ 등이 6개월간 사전 기획한 80여 스타일, 200여 중 제품을 최대 50% 할인된 수준의 가격에 선보인다.

/신원선 기자



‘유닛’ 린넨셔츠 /롯데쇼핑