

또 적자 형지엘리트... 위드 코로나로 실적부진 늪 벗어날까

손실폭 줄었지만 적자 여전
등교재개, 단체복 활성화 등
일상 회복에 실적개선 기대
해외영업 신사업 역량 강화

멀티패션 기업 형지엘리트가 연이은 영업 손실을 보며 실적 부진에서 탈피하지 못하고 있는 가운데 '위드 코로나' 전환, 신사업 등으로 미래 성장동력을 마련하고 있다.

형지엘리트는 제21기 1분기(2021년 7~9월) 연결 기준 매출액이 전년 동기 대비 1.9% 감소한 246억원을 기록했다고 지난 15일 공시했다. 영업손실은 3억 2000만원, 당기순손실은 5억 3000만원

으로 집계됐다. 지난해 같은 기간에 비해 영업손실은 5분의 1 수준으로, 당기순손실은 절반 가량으로 줄었지만 여전히 부진의 늪에 빠져있다.

형지엘리트는 지난달 제20기(2020년 7월~2021년 6월)에 해당하는 1년치 연결 기준 실적도 발표했다. 매출액 1353억원에 영업손실 2억 6000만원을 발생시켰다. 매출은 전기와 비교해 8.56% 줄었고, 영업이익은 적자로 전환된 수치다.

코로나19 장기화에 따라 학생복을 비롯해 패션잡화 사업 매출이 감소하고, 재무 안정성을 위해 자회사 에스콰이의 장기 재고자산을 털어낸 것이 실적 부진의 주요 원인으로 작용한 것으로

분석된다.

그러나 단계적 일상회복, 위드 코로나에 따른 전면 등교 재개와 단체복 착용 활성화, 스포츠 관중 입장 허용 등이 이뤄지면서 실적 개선의 희망이 보인다.

형지엘리트 측은 학생복을 중심으로 기업 단체복 등 기존 주력사업의 경쟁력 강화에 힘쓰고 있다. 최근에는 투명 페트병으로 만든 원사를 사용한 교복 바지를 출시하고, 친환경 근무복 도입을 위해 국내 기업들과 업무협약을 맺는 등 환경친화적 행보를 통한 기업 이미지 제고에 힘을 쏟는 모습이다.

또한, 작년에 B2B 사업 포트폴리오 다변화를 위해 스포츠용품화 사업에 진출하기도 했다. 프로야구단 'SSG 랜더

스'의 공식 상품화사업권자로서 유니폼과 잡화를 비롯한 굿즈 상품들을 제작해 유통 중이다. 지난해 7월부터 올해 6월까지 B2B 사업에서만 전년 대비 24.8% 증가한 126억을 벌어들인 바 있다.

뿐만 아니라 형지엘리트는 중국법인인 상해엘리트를 통해 상하이와 베이징 등지에서 프리미엄 교복 수주 영업을 활발히 전개하고, 직영점과 별도로 대리상을 운영하는 '투트랙 전략'을 실시하는 등 해외 영업 역량을 강화하고 있다.

이로 인해 형지엘리트의 중국 합자법인인 상해엘리트는 전년 대비 56% 신장한 167억원의 연매출을 올리며 당기

순이익이 흑자로 돌아선 상태다.

중국 내 프리미엄 교복에 대한 수요가 증가함에 따라 상해엘리트도 성장세를 이어갈 것으로 전망되며, 형지엘리트 측은 국외 사업의 질적·양적 성장을 위해 제품 경쟁력 강화 및 사업 영역 확대에 주력할 계획이다.

형지엘리트 관계자는 "앞으로 전면 등교 재개와 단체복 착용 활성화, 스포츠 관중 입장 허용 등으로 학생복 및 B2B 사업에도 훈풍이 불 것으로 예상된다"며 "향후 주력사업의 수익성 제고와 신사업의 안정화에 집중해 더욱 탄탄한 외형과 내실을 갖추는 방향으로 나아갈 것"이라고 말했다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

“알로하 K-치킨”... BBQ, 하와이 첫 상륙

카할라에 '쿠오노몰점' 개점
오픈 첫날 매출 6500달러
황금올리브치킨에 '엄지척'

제너시스BBQ가 지난 15일(현지시간 14일) 미국 하와이 호놀룰루시 카할라 지역에 112.39㎡(34평)의 규모의 BBQ 쿠오노몰점을 오픈했다.

하와이 관광청 통계에 따르면 하와이는 연간 1000만명 이상(2019년 기준)의 전세계 관광객이 모이는 최대 휴양지다. 매장이 위치한 카할라 지역은 하와이에서도 세계적 부호들의 별장과 최고급 리조트인 카할라호텔 등이 모여 있어 '하와이의 베버리힐스'라 불린다.

이번에 문을 연 매장은 그랜드 오픈 이전에 현지 주민들에게 홍보하고자 지난달 28일부터 시범적으로 운영을 시작했다. 이곳을 찾은 현지 주민들은 BBQ의 시그니처 메뉴인 '황금올리브 치킨'을 가장 좋아했으며, '오리지널 양념 치킨', '허니갈릭' 등의 메뉴도 이들의 입맛을 사로잡았다. 시범 운영 기간 약 5000달러의 일 매출을 기록했으며, 그랜드 오픈 날인 15일에는 6500달러의 최고 매출을 달성했다.

BBQ는 현재 뉴욕, 뉴저지, 캘리포니



BBQ 하와이 쿠오노몰점에 고객들이 BBQ 치킨을 주문하기 위해 기다리고 있다. /제너시스BBQ

아, 텍사스, 일리노이 등 미국 내 주요 지역을 포함해 15개주에 진출해 있다. 76개 가맹점을 포함해 150여 개의 매장이 운영을 준비 중에 있으며, 캐나다를 포함한 북미지역은 총 250여 개 매장이 운영 중이거나 운영을 준비한다.

이날 매장을 오픈한 운영일 지점장은 "한국에 갈 때마다 BBQ 치킨을 맛있게 먹었고 이 맛과 퀄리티를 하와이에서도 유지한다면 성공할 수 있다는 확신을 가졌다"며 "쿠오노몰점을 시작으로 하와이 주요 상권에 2호점, 3호점 등 추가

매장들을 빠르게 오픈해 하와이 전 지역에서 고객들이 편하게, 가까이서 BBQ 치킨을 즐길 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다.

BBQ 관계자는 "하와이는 전세계 관광객이 집중되는 글로벌 외식산업의 요충지로서 이번 하와이 진출은 BBQ 치킨을 K-치킨의 대명사로 널리 알릴 수 있는 계기가 됨은 물론, 글로벌 프랜차이즈 브랜드로서 자리 매김을 공고히 해나갈 기회가 될 것"이라고 말했다.

/원은미 기자

롯데百貨, 겨울 정기세일 돌입... 수험생 혜택

19일부터 다음달 5일까지 진행
이월상품 최대 80% 할인 판매

롯데백화점은 오는 19일부터 다음달 5일까지 겨울 정기세일을 진행한다고 16일 밝혔다.

19일부터 28일까지는 미국 연중 최대 할인 행사인 '블랙 프라이데이' 시즌에 맞춰 '블랙워크'를 테마로 할인 행사를 펼친다. 구매 금액에 따라 7% 또는 10% 상당의 할인을 받을 수 있는 금액 할인권 프로모션을 진행한다. 롯데백화점 앱에서 19일부터 21일까지 선착순 각 3만명씩 쿠폰을 받을 수 있다.

정기 세일 기간 여성·남성패션, 잡화, 리빙 등 전 상품군에 걸쳐 참여 브랜드



롯데백화점은 11월19일부터 12월5일까지 겨울 정기 세일을 진행한다. /롯데쇼핑

에 따라 10~30% 세일을 진행한다. 이월 상품은 최대 80% 할인 판매한다.

아웃터 행사도 대대적으로 연다. 본점에서는 19일부터 23일까지 '아웃도

어·스포츠 겨울 아우터대전'을 연다. K2, 블랙야크, 코오롱스포츠 등 10개 브랜드가 참여해 플리스, 패딩 등 겨울 아우터 상품을 최대 70% 할인 판매한다.

온라인 채널과 연계한 프로모션도 다양하게 준비했다. 롯데백화점 앱은 19일부터 선착순 한정으로 롯데온 롯데백화점 화점몰에서 사용할 수 있는 20% 할인 쿠폰을 증정한다. 롯데온도 롯데백화점 정기세일 기간 동일한 할인 행사를 펼친다. 패션, 잡화, 가구, 생활용품 구매 시 사용 가능한 최대 10% 중복 할인 쿠폰을 3차에 걸쳐 제공한다.

이 외에도 세일 기간 동안 2022년 수험생을 대상으로 수험표 지참 시 패션 브랜드 20% 할인해주는 '수능 패스 프로모션'과 롯데백화점 앱에서 10% 상품권 혜택을 주는 '쇼미더팩스' 퀴즈 이벤트도 마련됐다. /김서현 기자 seoh@

아모레 화장품, GS샵 '퀵커머스'로 받는다

퀵커머스 공동사업 추진 MOU

GS샵이 아모레퍼시픽과 손잡고 화장품까지 당일배송에 나설 예정이다.

GS샵은 지난 12일 아모레퍼시픽과 전략적 공동 사업 추진에 관한 업무 협약을 체결했다고 16일 밝혔다.

GS샵은 이번 협업으로 종합몰 내 뷰티 카테고리 경쟁력을 끌어올린다는 방침이다. 아모레퍼시픽이 만들고 GS샵이 단독 판매하는 차별화 상품을 확대하는 한편, 각 브랜드 주력 신상품을 먼저 출시하는 등의 전략도 펼 계획이다.

실제로 GS샵과 아모레퍼시픽의 협력으로 큰 성과를 거두기도 했다. GS샵은 지난 8일 아모레퍼시픽의 '아이오페 슈퍼바이오 포텐셜 크림'을 선릉칭해 출시 3일 만에 매출 1억원을 넘겼다. 같은 기간 아모레퍼시픽 전체 매출은 전년 동기 대비 5배(423%)가량 상승한 것



박영훈 GS리테일 디지털커머스BU장 부사장(오른쪽)과 안세훈 아모레퍼시픽 대표이사가 GS샵과 아모레퍼시픽 JBP협약식을 마치고 기념촬영을 하고 있다. /GS샵

으로 확인됐다.

양사는 이번 협약으로 차별화 상품 및 서비스 공동 개발, 공동 마케팅 추진, 양사 데이터 및 기술력을 기반으로 한 신사업 발굴 등의 전략적 협업을 추진한다는 계획이다. 이외에 유통망 연계를 통한 당일 배송망도 구축한다. /김서현 기자

위드코로나에 공연업 지지개, 매출 37배 ↑

티몬, 문화 관련 티켓 '불티'

단계적 일상회복 시작에 얼어붙었던 공연업계가 빠르게 활기를 되찾고 있다.

티몬은 이달 1일부터 10일까지 열흘간의 문화관련 티켓(공연·전시·체험·키즈) 매출을 분석한 결과 전년 동월 대비 37배 상승한 것으로 나타났다고 16일 밝혔다. 정부는 지난 1일 단계적 일상회복을 시행하고 영업제한 등을 완화조치한 바 있다.

뮤지컬·연극의 경우 무려 95배의 증가세를 보였는데, 티몬이 독점 판매한 ▲뮤지컬 '지킬앤하이드' ▲뮤지컬 '빌리 엘리어트' 티몬스테이지 공연의 인기 효과로 풀이된다.

어린이·가족공연은 13배, 전시·체험·행사는 8배가 올랐다. 단계적 일상회복 이후 공연장 내 좌석 및 영업시간 제한 조치가 완화되고 백신 접종자 대상 할인 혜택도 지원되며 억눌렸던 문화 소비가 폭발한 것으로 보인다.

티몬은 최대 공연 성수기인 11, 12월을 맞아 대작 뮤지컬이 잇따라 선보일

예정이라 문화관련 티켓 매출은 앞으로 큰 폭으로 증가할 것으로 전망했다.

티몬은 공연 재개 기대감에 맞춰 명작 뮤지컬 '레베카'의 단독 공연 티켓을 오는 18일 자정 오픈해 최저가에 선보인다. 해당 공연회차에는 '막심' 역의 김준현·이장우, '댄버스 부인' 신영숙·옥주현, '나(I)' 박지연·이지혜 등이 출연한다.

한편, 티몬은 '소중한 일상, 소중한 문화티켓' 기획전을 열고 다양한 온·오프라인 공연도 할인가 판매한다. 소소티켓은 문화체육관광부가 채택된 공연 시장 활성화 및 위축된 문화향유 기회를 확대하고자 공연예술 관람료를 지원하는 사업이다.

1만원 이상 예매 시 8000원 할인 쿠폰이 지급되며, 연극·뮤지컬·클래식·오페라·무용·국악 등 100여개 온·오프라인 공연 예매 시 적용할 수 있다. 1회 요청시 1인당 2매가 지급되며, 최대 2회까지만 신청 가능하다. 결제 시 15% 추가 할인을 제공한다.

/김서현 기자