

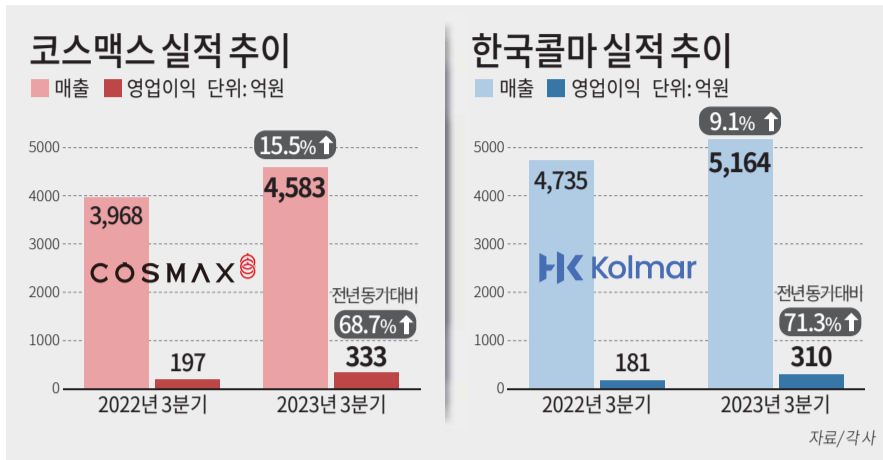
# 코스맥스·한국콜마, 인디브랜드 덕에 국내외 둘 다 잡았다

**코스맥스** 3분기 연결 영업익 333억  
관광객 증가에 내수 성장 이끌어  
**한국콜마** 매출액 전년비 9% 증가  
중법인 올 영업익 흑자전환 성공  
아모레퍼시픽 등 중국서 '고전'

화장품 제조업 기업인 코스맥스와 한국콜마가 호실적을 기록하고 있다.

14일 업계에 따르면 코스맥스의 올해 3분기 연결 매출은 4583억원으로 지난 2022년 동기 대비 15.5% 증가했다. 연결 영업이익은 333억원으로 지난 2022년 동기 대비 68.7% 성장했다.

이 같은 성장의 배경에는 국내법인 내수 성장과 해외 수출 매출이 꼽히고 있다. 코스맥스 국내법인의 경우 올해 3분기 매출은 지난 2022년 동기 대비 39.3% 증가한 2880억원을 달성했으며 영업이익은 지난 2022년 동기 대비 121.5% 증가한 258억원을 기록했다.



화장품 업계에서 3분기는 비수기지만 최근 관광객 증가에 따른 내수 시장의 활기가 실적 성장을 이끌었다는 분석이다.

해외 수출에서는 인도네시아 매출액이 234억원으로 지난 2022년 대비 26% 증가했다. 인도네시아 시장에서 기존 고객사의 견조한 주문과 신규 고객 유입이 매출 성장의 원인이 됐다.

아울러 인디 브랜드 고객사를 중심으로 신규 수주와 ODM 비중이 늘고 있는 점도 매출에 긍정적인 영향을 미쳤다. 이와 관련 업계는 해외 수출에 있어서 수요가 호조를 보이면서 고객사들의 발주가 계속 늘어날 것으로 전망하고 있다.

한국콜마는 올해 3분기 매출액이 지난 2022년 대비 9% 증가한 5164억원을

기록했다. 영업이익은 지난 2022년 대비 71.5% 증가한 310억원이다.

한국콜마는 국내외에서 고르게 성장했다. 인디 브랜드 고객사들의 발주가 견조한 가운데 국내 매출은 전년 동기 대비 6.0% 가량 성장한 1861억원, 영업이익은 26.0% 가량 늘어난 131억원을 기록했다. 회사 측은 중국 단체관광이 재개되면서 인디 브랜드들의 수요가 높아져 매출이 늘어났다고 보고 있다.

해외 매출도 순항 중이다. 중국법인의 매출은 전년 동기 대비 43.3% 증가한 483억원을 기록했으며 영업이익은 3억원으로 흑자전환하는데 성공했다. 이밖에 북미법인의 경우 매출 218억원, 영업손실 27억원을 기록했다. 전년 동기 대비 매출은 2.9% 늘었지만 적자는 계속되고 있는 상황이다.

한국콜마의 자회사 연우도 올해 3분기 매출액은 612억원, 영업이익은 16억원으로 지난 2022년 동기 대비 각각 9%

와 13% 증가했다.

앞서 지난 10월 한국콜마는 화장품용기 제조회사인 연우를 완전자회사로 편입했다. 이와 관련 한국콜마 관계자는 "연우를 완전자회사로 편입하면서 경영효율화 효과를 기대하고 있다"고 밝힌 바 있다.

반면, LG생활건강과 아모레퍼시픽은 여전히 중국에서 고전하고 있다. 3분기 기준 LG생활건강의 매출은 전년 동기 대비 6.6% 감소한 1조7462억원, 영업이익은 32.4% 줄어든 1285억원이다. 중국 소비 시장 침체로 면세 및 중국 현지 매출이 두 자릿수 비율로 줄었다.

아모레퍼시픽그룹도 3분기 매출이 9633억원, 영업이익이 288억원으로 전년 동기 대비 각각 5.7%, 12.7% 줄었다. 중국을 중심으로 아시아 매출은 전년 동기 대비 4% 감소한 것으로 나타났다. /이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

# 오리온, 3분기 영업익 1407억... 신제품·영업 기반한 성장세

매출액 전년비 3.4% 올라 7663억  
4분기, 파이·비스킷 등 공급량 확대  
온라인 전용 제품 출시 등 영업 집중

오리온은 올해 3분기 연결기준 매출액이 전년 대비 3.4% 오른 7663억원, 영업이익은 15.6% 성장한 1407억원을 기록했다

14일 밝혔다. 한국 법인 매출액은 15.3% 성장한 2720억원, 영업이익은 29.2% 성장한 429억원을 달성했다. 사측은 "경쟁력 있는 신제품을 출시하고, 활발한 영업 활동을 펼쳐 '닥터유' '마켓오네이처' 브랜드를 비롯해 전 카테고리에서 고른 성장세를 이어갔다"고 설명했다.

이어 "4분기에도 차별화된 신제품으로 시장 트렌드를 선도하면서, 수요 증가에 발맞춰 파이, 비스킷 등 주요 제품의 공급량 확대에 주력할 계획"이라고 덧붙였다.



오리온 제품. /오리온

생산효율성 향상 및 제조원가 관리에도 만전을 해 매출과 이익의 견조한 성장을 이어갈 방침이다.

중국 법인은 위안화 환율 영향으로 매출액은 1.8% 감소한 3296억원, 영업이익은 22.0% 성장한 727억원을 기록했다.

4분기에는 간접영업체제 개선을 지속하고 창고형매장, 온라인 전용 제품

을 출시하는 등 성장채널 영업활동에 집중할 계획이다. 중국 최대 명절인 내년 2월 '춘절' 선물 수요에 대응해 파이류 중심의 매출 확대 전략을 선제적으로 펼치는 한편, 비건 육포 등 신규 카테고리 진출을 통해 신성장 동력을 마련할 방침이다.

베트남 법인은 매출액이 4.0% 성장한 1176억원, 영업이익은 4.6% 성

장한 219억원을 달성했다. 내수 소비 둔화 속에서 경쟁사 대비 우월한 제품력을 바탕으로 젤리, 쌀과자, 양산빵 등이 성장을 견인했으며 7조원 규모의 현지 유음료 시장에도 신규 진출했다.

오리온 베트남 법인은 베트남 최대 명절인 '땃'을 대비한 선물용 기획제품을 출시하여 매대를 선점하고, 대량 구매 수요가 큰 B2B(기업 간 거래) 판매도 주력할 방침이다.

감자스낵, 파이 등 기존 제품의 분포 및 진열을 확대하는 한편, 호치민과 하노이 공장의 증축, 증설을 착실히 추진하여 장기적인 성장 기반을 마련할 예정이다.

러시아 법인은 루블화 가치 하락 영향으로 매출액이 22.2% 감소한 485억원, 영업이익은 36.6% 감소한 67억원을 기록했다.

/신원선 기자 tree6834@

# JW메디칼 '이동형 X선' 장비 출시 의료환경서 편의성 추구

JW메디칼이 의료진의 작업 환경에 편리함을 제공하기 위한 신제품을 선보인다.

JW메디칼은 미국 케어스트림 헬스의 'DRX-라이즈(Rise)' 이동형 엑스레이 장비를 출시했다고 14일 밝혔다.

무엇보다 케어스트림의 'DRX-라이즈'는 기존 케어스트림의 이동형 엑스레이 장비 'DRX-레볼루션' 대비 19% 가벼운 450kg대의 무게로 편의성을 강화했다.

'DRX-라이즈'는 최첨단 리튬이온 배터리를 장착해 짧은 충전 시간에도 촬영이 가능한 것도 특징이다. 아울러 듀얼 터치스크린 디스플레이를 적용해 두 개의 화면을 통한 영상 진단 작업이 가능하다. /이청하 기자

# 롯데시네마 '수능마친 청소년 모여라' '너! Teen이야?' 이벤트

복합문화공간 컬처스퀘어를 지향하는 롯데시네마가 청소년 회원 대상 특별 이벤트를 진행한다고 14일 밝혔다.

롯데시네마는 수능을 마친 수험생 대상 및 만 13~18세 회원 대상 '너! Teen이야?' 이벤트를 진행한다. 오는 11월 30일까지 영화 7000원 관람권과 팝콘M+음료M이 결합된 'Teen 콤보'를 3000원에 이용 가능한 쿠폰을 제공한다. 특히 'Teen 콤보'는 정가 대비 약 63% 할인 혜택이 적용됐다.

또한 '너! Teen이야?' 이벤트에 참여한 관객 대상으로 '카카오 선물하기' 5만원 쿠폰을 6명에게 추첨을 통하여 경품으로 제공한다. 쿠폰 다운로드 및 이벤트에 관한 자세한 사항은 롯데시네마 홈페이지 및 애플리케이션에서 확인 가능하다. /신원선 기자

# LF 보리보리, 육아용품대전 '쑥쑥데이'

식품·리빙 등 비패션도 할인 선배

LF 트라이씨클의 유아동 전문몰 '보리보리'가 육아용품대전 '쑥쑥데이'를 열고 오는 16일까지 관련 상품을 할인한다고 14일 밝혔다.

쑥쑥데이는 매월 인기 육아용품을 엄선해 개최하는 최대 할인 행사로 출산을 앞둔 가정부터 어린 자녀를 양육하는 가정까지 육아에 필요한 상품을 가장 합리적으로 구매할 수 있다.

보리보리는 이 기간 식품, 리빙, 도서, 완구 등 비패션 카테고리에서 상품을 할인가로 선보인다. 또, 이들 상품에 대해 최대 8% 추가 할인되는 장바구니 쿠폰 2종을 증정하며, 네이버페이로 9만원 이상 결제하면 최대 4000원의 N

포인트를 적립할 수 있다.

'원데이 특별 혜택가' 코너에서는 매일 달라지는 특가 상품을 선보인다. 일자별로 ▲14일 페넬로페 '썬썬 플러스' 기저귀, 루솔 '진한 배도라지즙' ▲15일 무스텔라 '이드라베베 3종 세트', 퍼기 '이중필폐 이유식큐브' ▲16일 피셔프라이스, 베베쿱 '처음먹는 빼빼롱빵' 등이 준비됐다.

이와 함께 LF 보리보리는 육아로 인한 회원들의 부담을 덜기 위해 '장난감 나라라 똑딱' 이벤트도 진행 중이다. 이벤트 페이지에 아이의 생년월일과 성별 등을 입력하고 장난감을 신청하면 아이의 월령을 고려한 맞춤 장난감을 받을 수 있다.

/신원선 기자

# 에이피알, 3분기 호실적... 역대최대 기록

올 매출 3718억, 영업익 698억

글로벌 뷰티테크기업 에이피알이 상장을 앞두고 역대 최대 실적을 경신하고 있다.

에이피알은 2023년 3분기 매출 1219억원, 영업이익 219억원을 기록했다고 14일 밝혔다. 3분기 누적 실적은 매출 3718억원, 영업이익 698억원으로 역대 최대에 해당한다. 지난 2022년 동기와 비교하면 매출 37.9%, 영업이익은 277.6%가 증가한 수치다.

아울러 에이피알은 4개 분기 연속 매출 1200억원, 영업이익 200억원 초과 기록도 달성했다.

실적의 원동력은 지난 2022년 동기 대비 37.2%가 성장한 뷰티였다. 특히 메

디큐브 에이지알의 뷰티 디바이스가 지난 2022년 동기 대비 66.4% 성장했다.

앞서 지난 2022년 1년 동안 에이지알은 약 60만 대의 뷰티 디바이스를 판매했다. 이에 비해 올해에는 3분기 만에 75만 대에 육박하는 판매고를 올린 것이다.

해외 시장의 호조를 보였다. 뷰티 디바이스가 전체적인 해외 매출을 견인하며 지난 2022년 동기 대비 52.5% 성장한 561억원의 분기 해외 매출을 기록했다. 1분기에 381억원, 2분기에 445억원의 해외 매출을 기록했던 에이피알은 지난 2022년 전체 해외 매출(1437억원)의 96.5%를 3분기 만에 달성했다.

/이청하 기자