

‘K-제과’ 해외서 승승장구... 글로벌 생산라인·점포 확대

롯데웰푸드 작년 매출 3조 클럽
영업익 1770억 전년비 31% 증가
인도 ‘초코파이’ 3번째 라인 증설

오리온 매출 2.9조 1.4% 늘어
세전이익 5200억 ‘사상 최대’
인도 라자스탄 공장 생산라인 확장

크라운제과 영업익 285억 62% ↑

지난해 해외 사업으로 수익성을 개선한 제과업체가 올해에도 해외에 생산라인을 증설하고 현지 유통채널과 협업하는 등 글로벌 공략에 속도를 내고 있다. ‘K-푸드’ 열풍으로 인기가 높아진 제품 생산량을 늘려 현지 소비자들을 적극 공략한다는 방침이다.

3월 업계에 따르면 롯데웰푸드의 지난해 연결기준 매출액은 3조3007억원으로 3조 클럽에 입성했으며 영업이익은 1770억으로 전년 대비 31% 증가했다. 오리온의 지난해 매출액은 2조9124억원으로 전년 대비 1.4% 늘었고, 영업이익은 4923억원으로 전년 대비 5.5% 늘었다. 세전이익은 6.8% 성장한 5200억원으로 사상 최대 이익을 달성했다.

롯데웰푸드와 오리온의 실적 호조는 해외 사업의 영향이 컸다. 특히 롯데웰푸드는 지난해 해외법인 매출액이 처음으로 8000억원을 넘어선데다 전체 매출에서 차지하는 비중이 20%에 달했다.



이창업 롯데웰푸드 대표이사(왼쪽 두 번째)가 롯데 인도네시아 하리아나 공장 내 롯데 초코파이 생산라인을 둘러보고 있다. /롯데웰푸드

해외 시장 비중을 늘려가고 있는 크라운제과 역시 지난해 호실적을 거뒀다. 크라운제과의 지난해 영업이익은 285억원으로 전년 대비 62% 늘어났다. 같은 기간 매출은 4347억원으로 전년보다 5.1% 증가했다.

롯데웰푸드와 오리온은 인구 수가 14억명에 달하는 인도 시장 점유율 확대에 힘을 쏟고 있다. 양사 모두 인도에 진출했으며, 현지 문화에 대한 이해력을 앞세워 빠르게 성장하고 있다.

업계에 따르면 인도 제과 시장은 연 17조원 규모로 추산되고 있다.

롯데웰푸드는 인도에서 ‘초코파이’ 세번째 라인을 증설하며 지속 상승하는 수요에 대응하고 있다. 롯데웰푸드는 1월 인도 현지 법인을 찾아 하리아나 공장에 ‘빠베로’ 현지 생산을 위한 약 330

억원의 신규 설비 투자를 결정했다.

오리온의 경우 지난해 매출 2조9124억원 중 인도 법인에서 매출은 205억원이다. 오리온은 지난해 말 라자스탄 공장에 320억원을 투자해 생산라인을 확장하고 있다. 연간 1만2000t의 초코파이를 생산할 수 있는 규모로 조성한다는 방침이다.

베이커리 브랜드 SPC 파리바게뜨와 CJ 푸레쥬르도 해외 점포수를 늘리며 글로벌 영토 확장에 박차를 가하고 있다.

SPC그룹은 파리바게뜨의 해외 점포 확대뿐만 아니라 제조 시설 신축 및 확장 등에 나설 방침이다.

파리바게뜨는 오는 2033년까지 사우디아라비아·카타르 등 중동과 아프리카 12개국에 진출할 계획으로, 공장 준공 후 싱가포르·인도네시아·말레이시

아 등 기존 진출국은 물론 중동지역 할랄 시장에 공급되는 제품 생산을 전담한다. 파리바게뜨는 올해 신규지역인 필리핀에도 진출 예정이다. 파리바게뜨는 지난해 현지 기업인 버자야 푸드 그룹(Berjaya Food), 미들 트레이드(Middle Trade)와 필리핀 마스터프랜차이즈 계약을 체결한 바 있다.

SPC삼립의 경우 미국 등 현지 제조 시설 설립을 검토중이고 파리크라상도 미국에 파리바게뜨 제빵 공장 건설을 추진하고 있다. SPC그룹 관계자는 “올해는 글로벌 사업에 더욱 박차를 가할 예정”이라고 말했다.

푸레쥬르는 인도네시아 시장에서 두각을 나타내며 사업 확대에 박차를 가하고 있다. CJ푸드빌에 따르면 푸레쥬르는 최근 자카르타 인근 반둥지역에 신규 매장을 오픈해 전체 매장 수가 60개를 돌파했다. ‘수마르콘물 반둥점’, ‘빈따로 익스체인지점’ 등 지난해 4분기부터 현재까지 8개의 매장을 오픈하는 등 출점 속도에도 탄력이 붙고 있다.

북미 지역 확대에도 속도를 낸다. CJ푸드빌은 지난해 9월 미국 조지아주 훔카운티 게인스빌에 약 9만㎡ 규모로 연간 1억개 이상의 생산능력을 갖춘 푸레쥬르 미국 신공장 설립을 발표하고 2025년 완공 계획에 있다. 2030년까지 북미지역에서만 1000개 이상의 매장을 운영한다는 목표다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



신세계 본점 <신세계 스프링 콘서트> 중 바이올리니스트 박예림의 무대를 관람하는 고객 모습. /신세계백화점

신세계백화점 한달간 ‘스프링 콘서트’

신세계백화점이 3월 한달간 봄의 정취를 느낄 수 있는 ‘신세계 스프링 콘서트’를 열고 고객과 예술적 소통을 지속한다고 3일 밝혔다.

신세계 본점과 강남점, 대전신세계 아트앤사이언스(Art&Science)에서는 봄꽃과 함께 피아노를 마련해 봄의 정취를 느낄 수 있는 클래식부터 재즈 공연을 선보인다.

백화점을 방문하는 고객의 즉석 공연(버스킹)부터 유명 아티스트들의 선율로 채워지는 신세계 스프링 콘서트는 잊지 못할 봄날의 추억을 선물할 것으로 기대하고 있다. /최빛나 기자

CJ온스타일 올 봄 리빙 키워드 ‘H.O.M.E’ 4개 선정

CJ온스타일은 홈퍼니싱·인테리어·홈키친 등 집 관련 수요가 증가할 것으로 예측됨에 따라, 올 봄 리빙 키워드를 ‘H.O.M.E’로 선정했다고 3일 밝혔다.

‘H.O.M.E’의 영문 앞 글자를 따서 ▲High-end or economical(프리미엄 또는 실속) ▲Organic(친환경 리빙 제품) ▲Mobile live commerce(모바일 라이브 커머스) ▲Exceptional Tech(혁신기술로 삶의 변화를 가능케한 제품)이라는 2024년 리빙 핵심 소비 키워드도 함께 도출했다.

이러한 트렌드에 발맞춰 CJ온스타일은 오는 4일부터 17일까지 이사·신혼·신학기 등 리빙 성수기를 겨냥해 ‘2024 상반기 홈리빙페어’를 개최하고 고객 수요에 적극 대응한다는 계획이다.

CJ온스타일은 이번 행사 기간 모바일 라방을 60회 이상 편성했다. 타카테고리에 비해 고가의 제품이 많은 리빙 특성상 더 상세한 설명이 필요한 데다 궁금한 점을 쇼호스트에게 실시간으로 물어볼 수 있어 고객 만족도도 높은 채널이다.

CJ온스타일은 이런 세분화된 고객 니즈에 맞춰 리빙 상품 포트폴리오도 고도화한다. 먼저 가성비를 추구하는 고객들을 위해 메가리빙 브랜드와의 특집 행사를 대거 준비했다. 특히 오프라인 쇼룸이 있는 브랜드와 협업해 온·오프라인 멀티채널 시너지를 극대화한 사례가 돋보인다. /최빛나 기자 vitna@

‘818 데킬라’ 韓 상륙... “공식 레시피 칵테일 맛보세요”

오는 7일까지 더 현대서울서 팝업
매일 4회 시음·교육프로그램 진행

세계적인 모델인 캔달 제너의 ‘818 데킬라’가 한국 최초로 공식 론칭하며 기념 팝업 행사를 개최했다.

오는 3월 7일까지 서울시 영등포구 더 현대 서울 지하 1층 메인 행사장에서 열리는 이번 팝업에서는 818 데킬라와 공식 레시피로 제조한 칵테일 3종을 소개하고 판매도 병행한다.

‘818 데킬라’는 전 세계적으로 새로운 주류 트렌드로 부상하고 있는 데킬라 시장에서 프리미엄 데킬라 시장을 선도하는 브랜드다. ‘818 데킬라’는 블랑코, 레포사도, 아네호, 에일리지브 등 총 4개 제품이 생산된다. 8년 이상 재배한 블루 아가베 100%를 이용해 만든다. 각 브랜드별로 오크통에 쪼개는 3주, 길게는 8년 가량 숙성과정을 거친다.



818 데킬라 현장을 방문한 고객들이 구매하고 있다.

팝업기간 동안 818 데킬라를 체험할 수 있는 시음·교육 프로그램도 진행한다. 매일 4회 개최되며 네이버 플레이스를 통해 예약하면 된다.

체험 프로그램을 신청하고 정해진 예약 시간대에 방문하면 블랑코, 레포사도, 아네호 세 잔을 시음하게 된다.

시음존에 놓인 헤드셋을 착용하고 모니터를 통해 나오는 캔달 제너의 설명에 따라 시음하면 보다 풍성한 향과 맛을 느낄 수 있다.

블랑코는 오크통에서 3주간 숙성한 제품으로 달콤한 아가베 바닐라 시트러스와 열대과일의 풍미를 느낄 수 있다. 레포사도는 오크통에서 3달간 숙성

과정을 거쳤다. 바닐라와 꿀, 카라멜, 과실 향이 어우러진다. 부드러운 마무리가 인상적이다. 오크통에서 1년 숙성한 아네호는 달콤한 아가베와 허브의 풍미를 자랑한다. 구운 견과류와 오렌지향이 입가에 퍼지면서 목직함 바디감으로 마무리된다. 오크통에서의 숙성 기간이 길어질 수록 진한 색을 띤다. ‘818 데킬라’ 가격은 10만원부터 10만원 후반대로 형성되어 있다. 팝업 행사장은 칵테일을 마시는 고객과 제품을 구매하려는 고객들로 붐볐다.

‘818 데킬라’는 캔달제너가 2021년에 출시한 후 13개의 주류 시음대회에서 총 43개의 상을 받을 만큼 전 세계적으로 인정받고 있다. 국내 유통은 국순당에서 진행한다. 국순당은 글로벌 주류 시장에서 데킬라의 인기가 높아지는 것에 주목한 것으로 보인다.

/신원선 기자

홈플러스, 전기차 충전요금 27% 할인

이브이시스와 ‘홈플러스’ 기간 이벤트

홈플러스가 오는 13일까지 진행되는 창립 27주년 단독 슈퍼세일 ‘홈플러스’ 기간 동안, 전기차 충전 전문 브랜드 ‘이브이시스(EVSIS)’와 함께 전기차 충전 요금 27% 할인 이벤트를 진행한다.

다고 3일 밝혔다.

홈플러스와 이브이시스는 대형마트 등이 전기차 충전하면서 쇼핑까지 할 수 있는 ‘일석이조’ 충전 장소로 자리잡음에 따라, 창립 27주년 단독 슈퍼세일 ‘홈플러스’ 기간 동안 홈플러스를 찾은 고객들에게 전기차 충전 요금과

지 가격적인 가격으로 제공하기 위해 이벤트를 마련했다.

이번 이벤트는 ‘이브이시스’ 전기차 충전소가 설치돼 있는 홈플러스 16개 매장에서 진행한다. 고객이 27% 할인을 적용받을 시, 급속 충전(340원/kWh 기준)은 248원/kWh, 중속 충전(300원/kWh 기준)은 219원/kWh, 완속 충전(250원/kWh 기준)은 183원/kWh에 충전할 수 있다.

더불어 오는 14일부터 31일까지 홈플러스 물방데이를 기념해 이브이시스 신규 가입 후 27kWh 이상 충전하는 고객에게 이브이시스 1만원권 충전권을 지급한다. 홈플러스 19개 매장에서 3회차에 걸쳐 진행하며, 1회차는 14일부터 17일까지 영통점 등 7개 매장에서, 2회차는 21일부터 24일까지 김포점에서, 3회차는 28일부터 31일까지 영등포점 등 11개 매장에서 진행한다. /최빛나 기자 vitna@