

제과 중심 글로벌 확장 총력... 오리온, 연매출 3조 노린다

경쟁력 강화·설비투자 나서

오리온이 본업인 제과 중심의 외형 확장으로 올해 연매출 3조원을 노린다. 제품 경쟁력을 강화함과 동시에 해외 시장 상황에 따른 영업전략 실행과 지속적인 설비 투자에 나선다.

오리온은 지난 2월 초코파이 출시 50주년을 맞아 처음으로 마시멜로 대신 크림을 넣어 만든 '초코파이 하우스'를 선보였다. 이 제품은 케이크 사이에 우유 크림으로 부드러운 식감을 극대화했다. 특히 크림에 초코·딸기잼을 넣어 만든 마블링 크림이 진하고 풍부한 맛을 선사한다.

이 제품은 출시 4개월 만에 날개 기준 2400만개 판매를 돌파했다. 누적 판매량은 12개입 1박스 기준으로 200만개가 넘는 양으로 신제품으로서 이례적인 높은 판매량이다.

오리온은 계절마다 제철 과일 콘셉트로 딸기, 수박 등 시즌 한정 제품을 내놓고 있다. 또 중국, 베트남, 러시아, 인도 등 해외 시장에서도 현지 식문화를 반영한 총 25종의 초코파이를 판매하고 있다.

오리온은 올해 중국 법인에서 영업력 강화를 통한 성장에 집중한다.

오리온은 올해 1분기 한국 법인 매출은 2716억원으로 전년 대비 9.5% 성장했으며, 같은기간 중국·베트남·러시아 법인 매출은 4751억원으로 전년동기(4177억원)보다 13.74% 증가해 신장률이 더 높았다.

이들 해외 법인 매출이 전체 매출 7484억원에서 차지하는 비중은 63.5%에 이른다. 그중에서도 중국 법인 매출은 전년비 16.0% 성장한 3064억원을



다터유 제주용암수

1분기 국내 매출 2716억 9.5% ↑ 해외 매출 4751억 13.74% 성장

200억 투입 중 선양공장 연내 완공 베트남 하노이 3·4공장 건설 순항

충북 진천에 5.8만평 부지 확보 생산공장·포장재 통합센터 추진

기록해 같은 기간 한국 법인 매출 2716억원을 넘어섰다.

중국 매출이 성장한 데에는 수익성 개선을 위해 간접영업체제로 전환한 영향이 컸다. 중국은 넓은 영토와 복잡한 유통시장의 특성상 경소상을 거쳐 제품을 판매하는 간접영업체제가 효율적이다. 경소상은 공급업체로부터 직접 상품을 구입한 뒤 마진을 붙여서 판매하며 이윤을 창출한다. 오리온은 중국 내 직접영업 비중을 낮춰 인건비와 판매관리비를 절감하는 한편, 경소상의 역할을 확대할 방침이다.

생산 인프라도 강화한다. 중국 선양시에 200억원을 투입해 추진한 감자 플레이크 공장은 연내 완공을 앞두고 있다. 감사 플레이크 공장이 본격 가동되면 감자칩 생산 등 효율성이 더 강화될 전망이다.



초코파이 하우스 2종 /오리온

베트남 법인은 하노이 여류 부지 내 생산동을 증축하기 위해 하노이 3공장 부지를 매입했고 설계를 완료한 상태다. 하노이 4공장 부지도 확보했다.

베트남은 초코파이 오!스타 등 증량을 단행한 주력 제품의 매출을 확대한다. 오리온은 지난 1995년 일찌감치 베트남에 수출을 시작해 기존 주력 제품인 초코파이를 비롯해 쌀과자, 양산빵, 견과류 카테고리 등 신시장 개척에 나서며 시장 확대를 지속 중이다.

러시아 법인에선 새롭게 내놓은 젤리 브랜드를 일찍이 시장에 안착시키고 몰드 케이크 제품을 연내 선보여 시장점유율을 높여갈 계획이다.

국내 시장에서는 충북 진천에 5만 8000평 부지를 확보하고 착공을 목표로 생산공장과 포장재 공장, 그리고 물류센터를 한곳에 모은 통합센터 구축을 추진 중이다. 다소 부진했던 생수 사업도 중국 물 시장 진출로 생산량이 크게 늘어나면서 성장세가 가속화될 것으로 기대된다.

오리온은 2019년 8월 제주시 구

좌읍 용암해수산업단지에서 '오리온제주용암수' 생산 공장을 준공하고 프리미엄 생수 '다터유 제주용암수'를 선보였다. 국내 생수 시장에서는 점유율과 매출에서 성과가 미비한 상황이다.

닐슨코리아에 따르면 지난해 국내 오프라인 생수 소매시장 점유율은 제주삼다수가 40.3% 1위를 차지했다. 이어 롯데칠성음료 아이시스가 13.1%, 농심 백산수가 8.3%에 집계됐다. 오리온에서 자체 집계한 제주용암수는 약 2%다.

올해는 본격적인 중국 물 시장 진출로 생산량이 크게 늘어나면서 성장세가 가속화할 전망이다. 올해 중국 수출 목표량은 5000만병으로 지난 4월부터 본격적인 수출과 판매가 시작했다. 2025년에는 현지 수요에 맞춰 제품을 다양화하면서 물량도 두배 이상 확대할 예정이다.

최근 중국 소비자들은 건강 인식에 대한 강화로 수원지에 대한 관심과 함께 프리미엄 생수, 천연수에 대한 수요가 증가하는 추세다. 다터유 제주용암수의 취수원과 성분이 경쟁력있는 평가다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



이마트24가 매월 24일 진행하는 '24데이' /이마트24

이마트24 햇반 작은공기 2+4 등 오늘하루 '24데이' 할인

이마트24가 오는 24일 하루동안 '24데이'로 가격 할인 행사를 펼친다고 23일 밝혔다.

이달의 24데이에는 행사카드(BC카드)로 결제 시, 하겐다즈딸기 바/미니컵(정상이 각 5900원)을 59% 할인된 2400원 균일가에 제공하며, CJ햇반작은공기(130g)를 2개 구입 시 4개를 더 주는 2+4 덩 증정 행사도 진행한다. 햇반 2개 가격으로 6개를 구입할 수 있어, 1700원의 햇반을 개당 566원에 구입하는 셈이다.

또한, 새로360ml병 6입을 24% 할인된 8200원에 제공한다.

이와 함께 이마트24 모바일 앱에서는 24일 오전 10시부터 선착순 3500명에게 '하겐다즈딸기(미니컵 또는 바)'를 2400원에 구입할 수 있는 '예약픽업 할인쿠폰'을 제공한다. 고객들은 행사카드가 없어도 쿠폰으로 '하겐다즈딸기(미니컵/바)'를 2400원에 구입할 수 있다.

/최빛나 기자



홈플러스 '휴가지 당일배송족' 급증... 신규고객 최대 4배 ↑

휴가지 점포 작년 여름 온라인 일 매출 전 점 평균 보다 2배 가량 증가 추세 내일부터 '썸머 슈퍼세일 홈플러스'

'휴가지 당일배송족'이 늘면서 국내 대표 휴가지에 위치한 홈플러스 점포의 온라인 매출이 급증하고 있다고 홈플러스가 23일 밝혔다. 고객이 원하는 시간과 장소에 배송하는 맞춤배송 전략이 적중하면서 여름철 휴가지 고객 수요까지 홈플러스 온라인에 집중된

것으로 풀이된다.

오프라인 매장을 배송 거점으로 하는 홈플러스 온라인은 고객과 가장 가까운 점포에서 상품을 적시에 배송하는 서비스를 제공함으로써 쇼핑 편의를 극대화하고 있다는 평가를 받는다. 이러한 편의성을 기반으로 휴가철에는 부피가 큰 생필품부터 더운 날씨 탓에 변질 우려가 있는 신선식품까지 고객이 선택한 시간에 휴가지에서 간편하게 받아볼 수 있다는 것이 장점으로 꼽힌다.

지난해 고객 소비 데이터에 따르면, 대표 휴가지에 위치한 강릉점/삼척점(강원), 센텀시티점(부산), 경주점(경북), 서귀포점(제주) 등 5개 매장의 지난해 7~9월 일 매출은 1~2월 대비 14% 가량 뛰었으며, 전 점 평균과 비교하면 2배 가량 증가하는 추세를 보였다. 5개점의 여름철 신규고객 증가는 겨울철과 비교해 평균 18%, 최대 42%의 차이를 보였다.

점포별로는 성수기 당일배송수요가

크게 몰리는 제주지역의 서귀포점이 가장 높은 신규고객 성장률을 기록했다. 서울/경기지역 대표 도심 점포와 비교했을 때 7~9월 신규고객 증가율이 무려 4배 높았으며, 전체 고객도 도심 점포보다 2배 이상 늘었다.

이러한 성장 추세를 이어가기 위해 오는 25일부터 다음 달 14일까지 역대급 할인 혜택을 선사하는 '썸머 슈퍼세일! 썸머 홈플러스'를 개최한다.

/최빛나 기자 vitna@

G마켓·옥션 '온도주의 캠페인' 전개 관련상품 최대 75% ↓

G마켓과 옥션이 내달 18일까지 2024년 에너지 상생 기획전 '온도주의 캠페인'을 열고 무전력, 절전 관련 6만여개의 생활·스포츠용품 최대 75% 할인가에 판매한다고 23일 밝혔다.

할인쿠폰 혜택도 제공한다. '온도주의 10% 할인쿠폰'을 ID당 매일 5장씩 제공한다. 행사 제품 대상 5000원 이상 구매 시 최대 3만원까지 할인되며, 발급 당일 사용할 수 있다.

캐시백 이벤트도 진행한다. IBK기업은행 카드로 결제하면 기획전 종료 이후 카드 결제일에 결제금액의 10% (결제 건당 1만원 이상 최대 5만원 할인)를 캐시백 지급한다.

캠페인은 ▲자동차용품 ▲자전거용품 ▲공구/캠핑/생활 ▲냉감의류 등 총 4개의 상품군으로 나눠 에너지 절감 상품을 소개한다.

자동차용품으로 태양광 충전 무선 하이패스, 엔진오일, 카셔쿨레이터 등을, 자전거용품으로 접이식자전거, 자전거헬멧, 아이스넥밴드 등을 선보인다. 공구/캠핑/생활용품으로는 일정 기간이 지나면 콘센트 전원을 자동 차단하는 절전 타이머, 실링팬 등을, 그 외 팔토시, 냉감마스크, 기능성 등산복 등 냉감의류를 선보인다.

/최빛나 기자

롯데마트 토이저러스, 여름방학 맞아 할인전·팝업

4주간 '토이저러스 플레이 데이' 1000여종 완구 등 프로모션 진행

롯데마트 토이저러스가 여름방학을 맞아 다양한 할인 행사 및 팝업 스토어를 개최한다고 23일 밝혔다.

우선 토이저러스 데이를 기념해 전 세계 토이저러스가 7월부터 8월까지 동시에 진행하는 글로벌 이벤트 '플레이 데이(PLAY DAY)'에 동참, 지난

18일부터 내달 14일까지 4주간 '토이저러스 플레이 데이' 행사를 진행한다.

행사 기간 동안 1000여종의 인기 완구 상품 할인 행사와 이벤트, 팝업 등 다양한 프로모션을 선보일 예정이다.

오는 31일까지 진행되는 1차 행사에서는 '내가 갖고 싶은 완구', '아빠도 갖고 싶은 키티트 완구', '가족과 같이 즐기는 완구' 총 3가지 테마로 다채로운 상품들을 선보인다.

'내가 갖고 싶은 완구' 테마의 대표 상품으로 핑크퐁, 포켓몬스터, 헬로카봇 등 인기 캐릭터 행사 상품을 최대 40%, 레고는 최대 50%, 주라기월드는 최대 70% 할인 판매한다.

'아빠도 갖고 싶은 키티트' 테마의 경우 'PS5 디스크 슬림 본체'를 엘포인트 회원 대상 행사 카드 결제 시 6만원 할인된 62만8000원으로 선보인다.

/최빛나 기자



지난 20일 토이저러스 청량리점에서 진행한 플레이데이 현장 이벤트에서 토이저러스의 캐릭터 '제프리'가 고객들과 인사하고 있는 모습. /롯데마트