

“아워홈, 최적 파트너 한화 만나... 임직원 고용안정 보장”

이영표 아워홈 경영총괄 사장
“주주간 경영권 분쟁에 동력 잃어
지속성장 위해 경영권 이양 결정”
지분 57.84% 매매, 총 8695억



서울 강서구 아워홈 본사 앞 모습. /뉴스시스

종합식품 기업 아워홈이 한화그룹과의 인수에 대한 공식 입장을 내놨다. 새로운 경영 체제 속에서 임직원들의 고용을 보장하고 안정적인 환경을 조성하겠다는 내용이 골자다.

13일 업계에 따르면, 이영표 아워홈 경영총괄 사장은 지난 12일 사내 게시판 등을 통해 한화그룹 인수 배경과 향후 전망에 대한 메시지를 내놨다. 이 사장은 아워홈 창업주 구자학 명예회장의 마지막 비서실장을 지내며, 가장 오랜 시간 아워홈에서 근무한 인물 중 한 명이다.

먼저 이 사장은 회사의 경영권 이양

이유를 설명하며 “과거 아워홈은 업계의 부러움을 샀던 기업이었지만, 주주간 경영권 분쟁으로 성장 동력을 잃었다”고 밝혔다.

그러면서 “구미현 회장님께서 회사의 지속적인 성장을 위해 새로운 주체에게 경영권을 이양하기로 결정했고, 다행히 아워홈의 발전을 함께할 최적의 파트너를 만나게 됐다”고 전했다.

이번 인수와 관련해 임직원들의 고

용 승계를 명확히 보장했다는 점도 강조했다. 이 사장은 “회장님께서 직원들의 고용 안정과 처우에 불이익이 없도록 이를 계약서에 명기했다”고 밝히면서 인수 이후의 조직 안정성을 확보하겠다는 의지를 드러냈다.

한화그룹 자회사인 한화호텔앤드리조트는 앞서 이사회를 통해 아워홈 인수 계약을 승인했다. 이번 계약에 따라 구본성 전 부회장과 구미현 현 회장이 보유한 아워홈 주식 57.84%를 인수하는 주식매매계약(SPA)이 체결됐다. 주식매매계약은 기업의 주식을 사고파는 계약으로, 인수자가 기존 주주로부터 일정 지분을 인수해 경영권을 확보하는 방식을 일컫는다.

해당 지분 인수가는 8695억원이다. 한화호텔앤드리조트는 인수를 위해 신설 법인 ‘우리집에프앤비’(가칭)를 설

립하고 2500억원을 출자한다. 또 사모펀드인 IMM크레딧솔루션으로부터도 2500억~3000억원을 끌어온다. 나머지는 금융기관이나 투자자들로 인수단을 구성해 자금을 조달하는 방안이 거론되고 있다.

이번 인수는 김동선 한화호텔앤드리조트 미래비전총괄 부사장이 주도한 것으로 알려졌다.

한화호텔앤드리조트 관계자는 “단체급식, 식자재 유통 등 최근 성장성이 높은 식품 산업을 공략해 새로운 성장 동력을 확보하는 한편, 보다 높은 품질의 F&B(식음) 서비스 제공을 목표로 인수에 참여하게 됐다”고 밝혔다. 이어 “한화의 유통·서비스 부문과 아워홈의 강점을 결합해 국내외 식품 시장을 선도할 것”이라고 덧붙였다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr



오리온 ‘코코망고 알맹이’ 출시

오리온은 코코넛과 망고 두 가지 맛과 식감을 함께 즐길 수 있는 ‘코코망고 알맹이(사진)’를 출시한다고 13일 밝혔다.

코코망고 알맹이는 과일의 맛과 식감을 제대로 구현한 알맹이 젤리 시리즈의 다섯번째 제품이다. 기존 포도·자두·리찌·키위 알맹이가 한 가지 과일의 맛과 모양, 식감을 표현했다면, 코코망고 알맹이는 두 가지 과일을 믹스해 선보이는 첫 알맹이 젤리로 맛과 식감을 한번에 맞출 수 있도록 완성했다.

겉은 달콤하면서 부드러운 노란색 망고 젤리가, 속은 하얀색 과육의 탱탱한 코코넛 젤리가 들어있어 취향에 따라 까서 따로 먹거나 한입에 먹는 재미도 이색적이다.

오리온은 새해를 맞아 한국을 찾는 외국인 관광객과 국내 소비자들과의 점점 확대를 위해 이달 20일까지 서울 종로구 광장시장에서 알맹이 젤리 팝업스토어 ‘알맹이네 과일가게 시즌2’를 운영 중이다. 코코망고 알맹이는 14일부터 팝업스토어에서 가장 먼저 만나볼 수 있으며, 다양한 이벤트도 재밌게 즐기고 무료 시식과 구매까지 가능하다. 3월 초부터는 일반 슈퍼마켓과 편의점, 대형마트, 주요 온라인 채널 등에서 순차적으로 판매할 예정이다. /신원선 기자

롯데홈쇼핑 ‘롯데뷰’ 중장년 콘텐츠 확대 시니어 마케팅 강화

롯데홈쇼핑이 공식 유튜브 채널 ‘롯데뷰’에서 중장년층 대상 콘텐츠를 확대하며 시니어 마케팅을 강화한다고 13일 밝혔다.

이에 롯데홈쇼핑은 지난 12일 50·60대 시청자를 위한 리빙 프로그램 ‘우리집 집들이’를 공개했다. 은퇴 후 전원 생활을 꿈꾸는 일반인 중장년층이 직접 마련한 단독주택을 유튜브로 소개하는 랜선 집들이 형식으로, 인테리어 팁과 자주 사용하는 가전제품을 함께 소개한다.

지난해 11월에는 건강 레시피를 소개하는 요리 프로그램 ‘건강식사’를 론칭했다. 또, 12월에는 50대 모델 ‘다정한 언니 씨니’가 출연하는 라이프스타일 콘텐츠 ‘쇼핑의 참견’도 선보였다. 이 콘텐츠에서는 동안 메이크업, 저속 노화를 위한 아침 루틴 등 활동적인 노년층을 위한 다양한 정보를 제공한다.

중장년층 대상 유튜브 콘텐츠 확대는 TV홈쇼핑의 핵심 고객층인 50·60대를 겨냥한 시니어 마케팅 전략의 일환이라는 게 롯데홈쇼핑 측 설명이다. /안재선 기자

강서에 첫 창고형 할인점 ‘트레이더스 마곡점’ 문열어

이마트, 3520평 트레이더스 최대규모
매장 13곳에 로드쇼 전용공간 마련
22일까지 개점기념 할인행사 진행



트레이더스 마곡점 내부 전경 이미지 사진. /이마트

이마트가 운영하는 창고형 할인점 트레이더스 홀세일 클럽(이하 트레이더스)이 14일 서울 강서 지역에 23번째 점포인 마곡점을 연다.

트레이더스 마곡점은 지난 2013년 수원 화서점 이후 14개월 만에 개점하는 점포다. 서울 지역에서는 2019년 월계점 이후 두 번째로 개점한다.

이마트에 따르면, 이번 트레이더스 마곡점은 서울 강서 지역 첫 창고형 할인점이다. 약 3520평 규모로 기존 트레이더스 매장 중 가장 넓게 조성됐다.

마곡점은 ‘상권 맞춤형’ 콘셉트로 설계됐다. 마곡점 전용 단독 상품과 특화 로드쇼를 통해 인근 주민뿐만 아니라 오피스 상권 고객까지 공략한다는 계

획이다.

먼저, 트레이더스는 마곡점에 최대 규모의 로드쇼 공간을 새롭게 조성했다. 매장 내 13곳에 로드쇼 전용 공간을 마련하고, 식품을 비롯해 일본 반다이 남코의 장난감, 스위스로지텍의

게이밍 기기 등 전자·완구 제품을 선보인다.

‘T카페’도 170평 최대 규모로 운영한다. T카페는 이마트 트레이더스 매장 내에서 운영하는 자체 카페 브랜드로, 지름 45cm 대형 피자, 치즈 오븐스

파게티, 무한리필 탄산음료 등 다양한 식품을 제공한다.

트레이더스마곡점은 개점을 기념해 오픈 행사를 진행한다. 이달 14일부터 22일까지 ‘호주산 냉동 차돌박이’, ‘호주산 냉장 대구 구이 모듬’ 등을 할인가에 선보인다. 내달 2일까지는 TV, 냉장고, 워시 콤보 등 대형 가전제품 할인 행사도 진행한다. 이 외에도 트레이더스 자체 브랜드(PB) ‘T-STANDARD’ 할인 행사도 운영한다.

이마트 최택원 영업본부장은 “지난 15년간 고객들에게 많은 사랑을 받아 온 트레이더스가 지금까지 쌓아온 노하우를 총집합한 마곡점을 오픈한다”며 “마곡점은 트레이더스만의 압도적인 가격 경쟁력, 차별화된 상품 그리고 지역 상권 맞춤형 서비스를 제공, 강서 지역·경기 서부권의 쇼핑 랜드마크 자리잡을 것”이라고 말했다. /안재선 기자

GS샵, 내일부터 ‘지에스 스타일’ 개최

100대 브랜드 1만개 상품 선봬
9일간 휠라 등 브랜드상품 소개

센틱 ▲SJ와니 ▲제이슨우 ▲스케쳐스 ▲휠라 등 9개 브랜드 상품이 포함됐다.

GS리테일이 운영하는 홈쇼핑 및 e커머스 기업 ‘GS샵’이 이달 15일부터 23일까지 상반기 최대 패션 행사 ‘지에스스타일’을 개최한다고 13일 밝혔다.

‘지에스스타일’은 지난해 말 신설된 GS샵의 ‘통합채널사업부’가 기획한 마케팅 캠페인이다. 업계 대표 패션 행사로 육성하기 위해 상품, 채널 및 마케팅 역량을 총동원한다 전락이다.

GS샵은 모바일 애플리케이션 내 ‘지에스 스타일’ 특집 매장에서 100대 브랜드 1만 개 상품을 엄선해 선보인다.

그 중 대표적으로 ‘오늘의 브랜드’ 코너를 통해 9일간 매일 1개의 브랜드 상품을 선정해 소개한다. ▲코어 어

한편, GS샵은 이들 9개 브랜드 신상품 100여 개를 홈쇼핑 방송과 라이브 커머스 등을 통해 공개한다. 특히, 복고를 현대적으로 재해석한 ‘레트로 무드’, 세련된 기분을 강조하는 ‘모던 클래식’, 편안함을 겸비한 아웃도어 ‘액티브 라이프스타일’ 등 올해 봄·여름 시즌을 주도할 3가지 트렌드를 제안한다.

홈쇼핑 방송과 라이브 커머스 외에도 모바일 애플리케이션, 사회관계망서비스(SNS) 등 다른 채널도 활용한다. 이를 통해 고객은 사회관계망서비스(SNS)와 숏폼 콘텐츠로 대표 상품들을 미리 확인하고, 다양한 채널을 활용해 지에스스타일을 이용할 수 있다는 게 회사 측 설명이다. /안재선 기자

현대백, 예비 신혼부부 위한 ‘웨딩페어’

결제금액 따라 최대 5% 적립

현대백화점이 이달 14일부터 23일까지 웨딩 멤버십 ‘클럽웨딩’ 고객을 대상으로 ‘웨딩페어’를 진행한다고 13일 밝혔다.

‘클럽웨딩’은 현대백화점그룹 통합 멤버십인 H포인트 회원 중 결혼을 앞둔 예비부부를 위한 웨딩 전용 멤버십이다. 가입 후 9개월 동안 현대백화점 전 점포에서 결제한 금액에 따라 최대 5%를 H포인트로 적립해 준다.

이번 행사에서는 예물 및 혼수 준비 고객을 위한 다양한 프로모션이 마련됐다. ‘웨딩 고객 더블 마일리지 행사’를 통해 명품·위차·주얼리 구매 시 기본 적립 금액의 2배를 웨딩 마일리지로 제공한다. 또한, 무역센터점 등 일부 점포에서는 구매 금액대 별 7%를 돌려주는 리워드 혜택도 제공한다.



현대백화점 무역센터점 2층 프레드 매장서 예비부부 고객이 직원에게 예물을 상담받고 있는 모습. /현대백화점

가전·가구 구매 고객을 위한 사은 행사도 진행한다. 행사 기간 주말에 삼성·LG 매장에서 현대백화점 카드로 300만원 이상 구매하는 고객에게 금액대 별 최대 8.5%를 H포인트로 적립해 준다. 또한, 에이스·템퍼 등 가구 매장에서 현대백화점 카드 사용 고객을 대상으로 금액대 별 최대 15%의 포인트를 지급하는 혜택을 제공한다. /안재선 기자