

롯데백화점 잠실점 '프라이밍 메종드잠실' 오픈

롯데백화점 잠실점 9층과 10층이 리빙 전문관 '프라이밍 메종드잠실'로 다시 태어난다. 5일 '주방·식기' 상품군 리뉴얼 오픈을 시작으로 9월 홈패션, 10월 가전과 가구 순으로 재단장할 계획이다. 이번 1차 리뉴얼을 통해 잠실점에는 세계 4대 테이블웨어 브랜드인 '헤렌드', '웨이우드', '마이센', '로얄코펜하겐'이 모두 입점하게 됐다.



10월1일 SK배터리주식회사·SK E&P주식회사 각각 공식 출범

SK이노, 배터리·E&P사업 분할 “그린성장 총력”

기업가치 제고 필요...분할 의결
각각 독자 경영시스템 구축 예정
예상보다 빠른 분할로 주주 반발
배터리, 글로벌 톱티어 성장 기대
E&P, 친환경 비즈니스 모델 전환



SK이노베이션이 배터리와 석유개발(E&P·Exploration&Production) 사업을 각각 독립 회사로 분할시켜 독자 경영 시스템을 구축하기로 했다.

SK이노베이션은 3일 이사회(의장 김중환)를 통해 배터리 사업과 E&P사업이 성장 가능성과 경쟁력을 충분히 인정받고 있고, SK이노베이션의 기업가치 제고에 필요하다고 판단해 각각 분할을 의결했다고 4일 밝혔다.

9월 16일 임시 주주총회의 승인을 거친 후, 10월 1일 신설법인 'SK배터리 주식회사(가칭)'와 'SK이엔피 주식회사(가칭)'를 각각 공식 출범할 계획이다.

두 사업의 분할은 SK이노베이션이 신설 법인의 발행주식 총수를 소유하는 단순·물적 분할 방식이다. SK이노베이션이 신설법인 지분 100%를 각각 갖게 되며, 분할 대상 사업에 속하는 자산과 채무 등도 신설되는 회사로 각각 이전된다.

SK이노베이션의 배터리 사업 분할은 이미 예고됐던 일이다. 지난달 1일 김준 SK이노베이션 총괄사장 등 전사 경영진이 총출동한 파이낸셜스토리 설명회에서 “이해관계자들의 기대를 종합적으로 고려해 포트폴리오 가치를 극대화할 수 있는 최적의 방안으로 각각 분할을 검토하고 있다”고 밝힌 바 있다.

하지만 시장의 예상보다 한발 빠른 물적 분할 결정이 이뤄지면서, SK이노베이션의 주가는 4일 하락(24만3500원 ▼9500원, -3.75%) 마감했다. 주주들의 반발도 이어질 것으로 예상되고 있는 가운데, SK이노베이션이 주주가치 제고를 위한 어떤 보상책을 내놓을지도 관심사다.



SK이노베이션이 배터리·E&P 사업 분할을 결정하고 새 신설법인을 공식 출범키로 했다. 사진은 SK이노베이션 서산 배터리 공장 전경. 사진제공 | SK이노베이션

●SK이노, 그린 중심 성장 본격추진

두 사업의 분할이 결정됨에 따라 향후 SK이노베이션은 ‘그린 포트폴리오 개발’ 역할을 수행하는 지주회사로서 기업가치 제고에 역점을 두기로 했다. 그린 영역을 중심으로 R&D, 사업개발 및 M&A 역량 강화를 통해 제2, 제3의 배터리와 분리막(LiBS) 사업을 발굴해 나간다는 계획이다.

SK배터리주식회사는 전기차용 중대형 배터리, BaaS(Battery as a Service), ESS(에너지 저장장치) 사업 등을, SK이엔피주식회사는 석유개발 생산·탐사 사업, CCS(Carbon Capture & Storage, 탄소 포집·저장) 사업을 각각 수행하게 된다.

●배터리 사업 분사, 글로벌 경쟁력 확보

SK이노베이션은 이번 분할이 배터리 사업의 글로벌 경쟁력을 확보할 수 있는

터닝 포인트가 될 것으로 기대하고 있다.

배터리 사업은 ‘테라와트+α’ 규모의 수주 잔고를 확보하고 있다. 글로벌 톱티어 기업으로 성장할 수 있는 든든한 기반이다. SK이노베이션은 연간 40GWh 수준의 배터리 생산 능력을 갖추고 있으며 2023년 85GWh, 2025년에는 200GWh, 2030년에는 500GWh 이상으로 빠른 속도로 확대시켜 가겠다는 방침이다. 이를 통해 2022년 연간 영업이익 흑자를 달성하고 2025년 이후에는 한 자릿수 후반대의 높은 영업이익률을 유지할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

아울러 배터리 에너지저장장치(ESS), 플라잉 카(Flying car), 로보 등 배터리 적용 시장을 확장하고 BaaS 플랫폼 사업 등 배터리 서비스까지 영역을 확대하겠다는 내용의 새로운 성장 동력 실행 계획도 구체화했다.

●E&P 사업 분사, “카본을 그린으로”

석유개발(E&P) 사업은 ‘카본을 그린으로(Green Transformation)’라는 그린 혁신 전략을 바탕으로 친환경 비즈니스 모델로의 전환을 추진할 계획이다.

석유 생산 단계에서부터 탄소 발생을 최소화하고, 석유 정제 및 사용 단계에서 발생하는 탄소를 포집해 지하 깊은 구조에 영구저장하는 그린 사업으로의 비즈니스 모델 혁신을 통해 성장하겠다는 방침이다.

김준 SK이노베이션 총괄사장은 “이번 분할 결정은 각 사업의 분원적 경쟁력 확보와 미래 성장을 가속화할 수 있는 구조 확보 측면에서 매우 중요한 의미가 있다”며 “그린 성장 전략을 완성시켜 이해관계자가 만족할 수 있는 기업가치를 만들어 갈 것”이라고 말했다.

원성열 기자 sereno@donga.com



LG화학 임직원들이 여수공장에서 'Bio-balanced SAP'의 첫 출하를 기념하고 있다. 사진제공 | LG화학

LG화학, 세계 첫 바이오 원료 적용 'SAP' 수출 '렛제로' 첫 사례...위생용품 고객사 확대 기대

LG화학이 바이오 원료를 적용한 친환경 인증 제품 시장 공략을 본격화한다. LG화학은 ISCC Plus 국제 인증을 받은 세계 최초의 바이오 밸런스드(Bio-balanced) SAP(고흡수성수지)를 양산해 첫 수출 출하를 개시했다고 4일 밝혔다.

SAP 분야에서 ISCC Plus 인증 제품이 상업 판매되는 것은 이번이 처음이다. 또한 LG화학이 최근 론칭한 친환경 통합 브랜드인 'LETZero(렛제로)'가 적용된 첫 사례다.

여수공장에서 출하된 이 제품은 LG화학의 요르단 소재 고객사인 베이비 라이프에 납품돼 유아 기저귀 등에 사용될 예정이다. 위생용품 분야에서 친환경 트렌드가 가속화됨에 따라 LG화학은 하반기에 중동 고객뿐 아니라 유럽, 미국 등 글로벌 메이저 위생용품 고객사를 대상으로 SAP 사업이 본격 확대될 것으로 기대하고 있다.

노국래 LG화학 석유화학사업본부장은 “석유화학 사업에서 제품 포트폴리오가 친환경 소재 중심으로 본격 전환되는 출발점이라는데 큰 의미가 있다”며 “ISCC Plus 인증 제품 및 사업장을 지속 확대해 탄소중립에 기여하고, 고객과 친환경 니즈에도 적극 발맞춰 나갈 것”이라고 말했다.

원성열 기자

오리는 '닥터유', 1~7월 매출 450억 돌파 '맛있는 건강' 테마로 제2의 전성기 맞아



오리는 '닥터유'가 '맛있는 건강'으로 브랜드 정체성을 강화하며 제2의 전성기를 맞고 있다.

오리온은 4월 '맛있는 건강' 테마로 제2의 전성기를 맞은 '닥터유'의 1~7월 누적매출액이 전년 동기 대비 75% 늘어 450억 원을 돌파했다"며 "특히 7월은 2008년 브랜드 론칭 이후 역대 최고 월매출을 기록했다"고 밝혔다. 이는 2019년 '맛있는 건강' 콘셉트를 강화하며 닥터유 단백질바와 드링크 단백질 등 다양한 단백질 강화 제품을 선보인 게 주효했다는 평가다.

단백질바는 월 매출 20억 원대를 올리며 스테디셀러에 등극했고, 지난해 출시한 드링크 단백질 역시 출시 1년 만에 누적판매량 800만 병을 넘어서는 성과를 내고 있다.

올해부터 기존의 제과에서 기능성 표시 일반식품으로 확대한 것도 영향을 미쳤다. 5월 첫 기능성 표시 일반식품으로 '닥터유 구미 아연'과 '닥터유 구미 콜라겐'을 선보였는데, 출시 2개월 만에 100만 개를 판매했다.

오리온 측은 “맛과 영양을 모두 잡은 ‘맛있는 건강’이라는 닥터유만의 아이덴티티를 강화해 국내 대표 건강 브랜드로 자리매김할 계획”이라며 “제과와 음료 외 신규 카테고리도 확대해 지속적인 성장 동력을 만들 것”이라고 했다.

정정욱 기자

애경산업 'AK러버 서포터즈' 모집

애경산업이 23일까지 AK러버 공식 홈페이지에서 'AK러버 서포터즈'를 모집한다. 애경산업의 뷰티와 생활용품을 직접 사용하고, 온라인 활동을 통해 애경산업과 함께 소통하는 온라인 서포터즈다. 온라인 활동에 관심이 있는 누구나 신청 가능하다. 블로그, 인스타그램, 유튜브 등 SNS 채널별로 뷰티와 생활용품으로 카테고리를 나눠 모집한다. 발탁된 서포터즈는 9월부터 내년 2월까지 애경산업의 제품 체험 후 자신의 SNS에 올리는 온라인 홍보와 제품 아이디어 제안 등 마케팅 활동을 하게 된다.

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

KT&G, 코로나19 의료진 15억 지원

KT&G(사장 백복인)가 코로나19와 폭염 장기화로 어려움을 겪는 의료진과 사회취약계층을 위해 계열사인 KGC인삼공사와 KT&G장학재단 등과 함께 총 15억원 상당의 지원금과 물품을 전달한다고 4일 밝혔다.

KT&G는 임직원과 회사가 함께 조성한 상상펀드를 활용해 전국재해구호협회에 3억 원을 전달했다. 이 금액은 의료진에게 제공될 '쿨키트'를 구매하는 데 사용된다. '쿨키트'는 손전등과 쿨스카프, 바디물티슈 등으로 구성된다.

KT&G장학재단은 저소득층 폐업점포 가정의 자녀들을 지원하기 위해 장학금 2억 원을 한국장학재단에 기부할 예정이다. KGC인삼공사는 10억 원 상당의 홍삼 제품을 코로나19 의료진에게 전달할 방침이다.

롯데홈쇼핑, 올림픽 국가대표 선전에 후원 효과 '쏠쏠'

7월23일~8월3일 매출 전년비 15%↑
주요경기 일정따라 인기상품 집중편성

롯데홈쇼핑이 도쿄올림픽에 출전한 대한민국 선수단의 선전 속에 대한체육회 공식 후원 효과를 누리고 있다.

올림픽 기간 국가대표 선수단의 선전을 기원하는 '파이팅 코리아 쇼핑대전'을 진행 중이다. 올림픽같은 빅스포츠 이벤트는 TV 시청 인구를 높이는 호재로 작용하는 만큼 7월 23일부터 8월 3일까지 TV홈쇼핑 상품 매출이 전년 동기 대비 15% 이상 증가했다. 특히 야구, 배구 등 장시간 진행되는 구기종목 경기 시간에 판매한 상품은 평소보다 주문수량이 늘었다. 야구, 축구, 여자배구가 동시에 열린 7월 31일 오후 7시부터 10시까지 주문



롯데홈쇼핑의 '파이팅 코리아 쇼핑대전' 방송. 사진제공 | 롯데홈쇼핑

수량이 전주 대비 45% 증가한 것이 대표적인 예다.

이에 남은 올림픽 기간 동안 주요 경기 일정 따라 인기 상품을 집중적으로 편성할 예정이다. 여자골프 경기 시간에 맞춰 프로바이오틱스와 보스웰리아 등 건강식품을 판매하고, 주말인 7, 8일에는 리빙 대전을 통해 코치마 스윙 운동기, 담채 원데이 특집 등 방송한다.

정정욱 기자 jay@donga.com