유통·식음료

2022년 2월 23일 수요일 소로 등다



신세계百 강남점 '아페쎄 골프웨어' 선봬

신세계백화점 강남점이 아페쎄(A.P.C) 골프웨어(사진) 를 선보였다. 2030 고객에게 인지도가 높은 해외 컨템포 러리 브랜드 아페쎄의 신규 브랜드로, 2030 젊은 골퍼가 주요 타깃이다. 골프웨어 본연의 기능성에 패션 브랜드 특유의 스타일링을 더한 프리미엄 상품을 선보인다. 최 문열 신세계백화점 패션담당 상무는 "골프장에서도 나 만의 개성을 찾는 2030 고객이 늘면서 감각적이고 트렌 디한 신규 브랜드를 선보이게 됐다"며 "다양화되는 고 객 취향을 반영한 신규 브랜드 발굴에 적극 나설 것"이 라고 했다.

CJ제일제당 '햇반 라이스크림' 한정판 출시



CJ제일제당이 '햇반 라이스크림'(사진)을 200만 개 한정판으로 선보였다. 쫀득한 밥 알이 들어간 젤라또 아이스크림이다. 쌀을

5% 내외로 함유해 진짜 밥알이 씹히는 게 특징이다. 용 기는 햇반과 동일한 디자인을 활용한 굿즈 느낌으로 보 는 재미를 더한다. 쌀의 풍미에 진한 우유 맛을 더한 '흰 쌀밥맛'과 고소한 곡물 맛이 진한 '흑미밥맛' 등으로 구 성했다. 회사 측은 "햇반이 단순히 즉석밥이 아닌, 그 이 상의 가치와 의미로 2030 MZ세대에게 다가가기 위해 새로운 시도와 노력을 지속할 것"이라고 했다.

파리바게뜨 '일회용 칼 줄이기 캠페인' 실시



SPC 파리바게뜨가 ESG 경영 일환으로 전 매장 에서 '일회용 칼 줄이기 캠페인'(사진)을 시작했 다. 케이크와 파이류 등 구매 시 제공하는 일회

용 플라스틱 칼을 요청 고객에 한해서만 제공하는 캠페 인이다. 이를 통해 플라스틱 사용량을 기존 일회용 칼 사용량의 50%인 연간 약 110톤 이상 줄일 것으로 기대 된다. 회사 측은 "친환경 문화 확산을 선도하기 위해 가 맹점과 함께 뜻을 모아 캠페인을 진행하게 됐다"며 "베 이커리 및 프랜차이즈 업계 특성에 맞춘 다양한 ESG 경 영활동을 강화할 것"이라고 했다.

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com

코로나19 불황 이겨낸 패션업계

삼성물산 매출 14.4% ↑…프리미엄 브랜드의 힘

아미·르메르 등 수입 브랜드 성장 코로나 따른 보복 소비 전략 주효 거리두기 적합한 '골프인구' 증가 LF·코오롱FnC 골프웨어로 재미

코로나19 확산으로 2020년 실적의 직 격탄을 맞았던 패션업계가 지난해 실적 회복에 성공하며 부활의 날갯짓을 하고 있다. 2020년 코로나19 확산 이후 외부 활동 감소와 재택근무 확대로 매출이 크 게 떨어진 것에 대한 기저효과와 함께, 지 난해 단계적 일상 회복으로 외출과 출근 수요가 늘면서 의류 구매가 증가한 데 따 른 영향이라는 분석이다.

●프리미엄 브랜드와 골프웨어 주목

먼저 각 패션업체의 매출과 영업이익 증가가 눈에 띈다. 삼성물산 패션부문의 2021년 매출은 1조7670억 원으로 전년 대비 14.4% 증가했다. 영업이익은 1000 억 원으로 흑자 전환하면서 사상 최대 기 록을 찍었다. LF도 매출 1조7931 억 원, 영업이익 1588억 원으로 전년 대비 각각 11.3%, 106.1% 늘면서 코로나19 이전 수 준에 가까이 다가섰다. 현대백화점 계열 한섬은 매출 1조3874억 원, 영업이익 15 22억 원으로 전년 대비 각각 16%, 49.1% 증가했다. 코오롱FnC의 경우, 2020년 실 적 부진을 털고 지난해 1조 원 매출 달성 이 점쳐지고 있다.

이 같은 실적 개선에는 수입 프리미엄 브랜드 확대와 자사 브랜드 고급화 전략 이 코로나19가 낳은 보복소비를 공략하 며 주효했다는 분석이다. 코로나19로 해 외여행길이 막힌 상황에서 해외여행에 쓰일 돈이 대거 프리미엄 제품 구매로 전 환됐다는 것이다.

삼성물산 패션부문의 경우 공식 수입 판매하는 아미, 르메르, 메종키츠네, 톰 브라운 등 프리미엄 브랜드의 성장에 힘 입어 호실적을 기록했다. 특히 2030 MZ







성공했다. 삼성물산 패션부문 메종키츠네의 신상품인 올림피아 르탱 캡슐 컬렉션, 코오롱 FnC의 골프웨어 브랜드 잭니클라우스의 2022 년 봄·여름 시즌 캠페인, LF몰의 간편결제 서 비스인 LF페이(위부터). 사진제공 | 삼성물산 패션·코오롱FnC·LF

세대에게 인기를 얻으며 지난해 이들 브 랜드 매출은 전년 대비 아미 200%, 르메 르 130%, 메종키츠네 70%, 톰브라운 20% 이상 신장했다. 한섬 역시 '노 세일' 원칙 등 타임, 랑방컬렉션, 타임옴므 등 자사 브랜드의 고급화 전략을 추구한 것이 호

실적을 견인했다는 평가다.

코로나19 장기화 속 사회적 거리두기 에 적합한 야외 운동인 골프 열풍이 불 었고, 특히 여성 골퍼의 증가로 인한 골 프웨어가 주목 받은 것도 긍정적 영향을 미쳤다. LF는 헤지스, 닥스 등 전통의 브

랜드가 효자 노릇을 톡톡히 했다. 특히 지난해 론칭한 프리미엄 골프웨어인 닥 스 런던, 지난해 리뉴얼을 단행한 헤지 스골프의 인기를 중심으로 골프웨어 매 출이 크게 늘며 실적 개선에 힘을 보탰 다. 코오롱FnC 역시 기존 골프웨어 브 랜드인 엘로드와 잭니클라우스를 필두 로, 2030 고객을 타깃으로 한 왁과 지포 어 등 신흥 골프웨어 브랜드가 균형을 이 루며 실적 성장을 이끌었다.

●온라인몰 강화 전략도 주효

코로나19 확산 이후 비대면 소비트렌 드를 겨냥해 온라인몰을 강화한 것도 주 효했다. 삼성물산 패션부문은 SSF샵을 중심으로 한 온라인 매출이 전년 대비 약 60% 신장했다. Z세대를 겨냥한 라이 브 방송 등 동영상 콘텐츠 확대가 구매 로 이어지고 있다. 자체 플랫폼 더한섬 닷컴을 운영하는 한섬도 지난해 오프라 인 매출이 전년 대비 13.3% 신장한 반 면, 온라인 매출은 30%나 신장했다.

LF가 운영하는 LF몰의 경우, 최근 간 편결제 서비스인 'LF페이'를 내놓는 등 새로운 기술을 도입해 성장 동력을 창출 하고 있다. LF페이를 통해 쇼핑 편의를 증대시키고 고객 라이프스타일에 다가선 맞춤형 마케팅을 펼친다는 게 회사 측 설명이다.

올해 역시 코로나19 오미크론 변이 바 이러스 대유행 등 불확실성이 남아있는 만큼, 지난해와 마찬가지로 프리미엄 브 랜드 및 골프웨어를 강화하고, 온라인몰 마케팅에도 속도를 낸다는 방침이다. 패 션업계 관계자는 "올해도 코로나19 영 향권에 갇혀 본격적인 해외 소비가 쉽지 않을 것으로 예상되는 만큼, 프리미엄 패션 브랜드를 소유하려는 욕구가 커질 것으로 보인다"며 "소비의 큰 손으로 떠 오른 2030 MZ세대에게 다양한 경험을 제공하고, 이들이 선호하는 브랜드를 선 보이는 것도 관건"이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

LG생건 "2030년까지 탄소중립 2000억 투자"

ESG위원회 '2050 탄소중립' 선언 500여 협력사 ESG 역량강화 확대

LG생활건강이 최근 서울 종로구 소재 본 사에서 ESG위원회를 열고 '2050 탄소중립 계획'을 선언했다.

먼저 선제적으로 온실가스 배출량을 줄 이기 위해 실행 가능한 방안 84개 과제를 도출하고, 2030년까지 신재생에너지, 온실

가스 감축기술 등에 약 2000억 원을 투자 한다. 발광다이오드(LED)로 사업자 조명 교체, 세척수 재활용 설비 구축, 태양광 설 치 등을 단계적으로 이행해 2030년에는 2020년 대비 탄소배출량을 45% 줄일 예정 이다. 2030년 이후에는 탄소중립과 관련된 다양한 신기술을 도입해 2050년까지 탄소 중립을 달성하겠다는 목표다.

지속 가능한 공급망 구축을 위해 500여

가 평가를 통해 인권·노동, 윤리경영, 환 경·안전·보건, 경영시스템 등 4개 분야에 대한 ESG 항목별 리스크 요인과 개선 사 항을 점검할 계획이다. 또 협력회사 대표 및 실무자를 위한 ESG 교육과정을 신설하 고, 국내·외 ESG 경영 정보를 제공하는 등 컨설팅 활동도 강화한다.

차석용 LG생활건강 부회장은 "탄소중 립을 추진하는 과정은 향후 회사의 성장을 견인하는 중요한 핵심 가치가 될 것"이라 며 "ESG 경영을 통해 미래 세대를 위한 환 개 협력회사를 대상으로 ESG 역량 강화 경, 사회적 책임을 다하고 이를 통한 고객

활동을 확대하기로 했다. 협력회사들은 자 가치를 지속적으로 확대할 것"이라고 했 다.

한편 LG생활건강은 22일 여성의 대표적 피부 고민인 색소침착에 관여하는 피부 유 전자 7종을 발견했다고 밝혔다. 4건의 국 내 특허와 1건의 국제 특허 출원을 완료했 으며, 고객의 타고난 피부 특성에 따른 '맞 춤형 미백 화장품' 개발에 진전을 가져올 수 있는 핵심적인 성과라는 게 회사 측 설 명이다. 이를 통해 피부 진단부터 그에 적 합한 화장품 제공으로 이어지는 토털 맞춤 형 스킨케어 솔루션을 출시할 예정이다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

뇌가 섹시해지는 하루 두뇌게임

강주현의 퍼즐월드

위 정사각형 안에는 1~9까지의 숫자가 나열되어 있습니다. 이 숫자들을 사용해 가로, 세로,대각선 방향 은 물론 작은 정사각형 안에도 1~9까지의 숫자가 골고루 들어가도록 해 보세요.

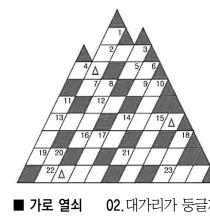
■ 스도쿠문제

									1									
9				8				4			6		8		9			
	2	7	9		6	3	8					5		4		1		8
	8			4			5				9			1			3	
	6						2			5				2				7
2		5				1		3			7	8	4		1	2	5	
	7						4			9				8				1
	1			9			3				5			9			2	
	3	4	5		7	9	1			2		9		5		7		
5				1				6					2		8		6	

■ 스도쿠정답

						_		
9	7	Þ	3	Ļ	8	5	6	G
2	1	6	L	9	G	7	3	8
G	3	8	7	6	7	9	ļ	L
8	7	9	G	2	1	6	L	3
3	6	ļ	8	1	9	G	7	2
L	2	G	6	3	7	8	9	ļ
6	G	2	ļ	7	L	3	8	9
1	8	3	9	G	6	L	2	7
Þ	9	L	2	8	3	ļ	G	6
9	9	6	8	7	5	3	7	1
7	l	7	9	G	3	6	8	2
3	2	0	4.0	_				
C	U	8	7	6	1	7	G	9
1	7	3	7	8	9	9	S	9
_			-		100000			
ļ	7	3	7	8	9	9	2	6
6	† G	3	7	8	g †	9	7	6
1 6 7	\$ 8	3	3	S 8	9 † 6	9 7	7	6 £

■낱말문제



02.대가리가 둥글지 않고 모가 난 못. 04.물에 잠기지 않 은 지구 표면. 땅. 05.곡물로 빚은 술. 07.직장 따위에서 받는 보수의 수준 이나 지위. 09.놋그릇. 12.남을 꾀어 서 그릇된 마음을 품거나 그릇된 행 동을 하게 함. 13.집안 살림의 수입· 를 배치하여 둔 곳. 15.다른 사람의

지출을 적는 장부. 14.충성을 다하여 나라의 은혜를 갚음. 16.무로 담근 일본식 짠지. 19.어떤 대상이나 일에 대한 생각. 21.시집간 딸은 친정과는 남이나 마찬가지라는 뜻. 22.사람 없 는 빈 산에 외로이 비치는 밝은 달.

23.물결이 바위 등에 부딪쳐 안개 모

양으로 흩어지는 잔 물방울.

■ 세로 열쇠 01.어느 위치에 섞으 로써 보이지 않게 되는 각도. 03.과녁 의 한복판이 되는 점. 06.두루 다니면 서 놂. 08.어물어물하며 딱 잘라 결 단을 내리지 못함. 10.다른 생물에 기생하며 사는 동물의 총칭. 11.사람 의 생각으로는 미루어 헤아릴 수 없 이 이상야릇함. 14.적과 교전할 목적 으로, 설비 또는 장비를 갖추고 부대 신변의 안전을 돌보는 일을 임무로 하는 사람. 경호원. 17.이름을 적지 않음. 18.인쇄기, 프린터 따위를 이 용하여 만든 인쇄물. 20. '개'를 의인 화하여 높여 이르는 말.

■낱말정답

플레이 스토어 - 경품광고퀴즈, 날마다운세, 매직스도쿠

단어 이어가기: 낱말을 모두 푼 다음 △ 칸을 이어놓으면 산 이름이 됩니다.

