

# 홈플러스, 순차적 대금지급 시작 속속 납품 재개 나서는 식품업체

## 기업회생 절차 후폭풍

대형마트 홈플러스에 납품을 일시적으로 중단했던 식품업체들이 납품 재개에 들어갔다. 협력사 이탈로 영업 중단 고비를 맞았던 홈플러스는 대금을 순차적으로 지급하기 시작하면서 사태를 수습하고 있다. 하지만 일부 기업들은 납품 결정을 내리지 못한 상황이다.

9일 식품업계에 따르면 주요 식품기업 가운데 오뚜기, 롯데웰푸드, 삼양식품 등 3곳이 홈플러스 납품을 재개했거나 재개 예정이다.

오뚜기는 지난 6일 납품을 중지했다가 다음 날 납품을 재개했다. 롯데웰푸드와 삼양식품도 7일 오후 늦게 지연된 대금을 지급받고 납품 재개를 결정했다.

롯데웰푸드는 8일 다시 납품하기 시작했으며 삼양식품은 오는 10일부터 납품할 예정이다.

하지만 롯데칠성음료·동서식품·팔도 등은 여전히 납품을 중단한 상황이며 이 여파로 홈플러스 매장의 매대 일부는 비어있다.

한 식품사 관계자는 “협상이 완료돼 납품 재개 결정을 내린 곳이 있는가 하면 협상을 진행중인 곳도 있다”며 “보

오뚜기·롯데웰푸드·삼양식품 대금 지급받고 납품 재개나서

롯데칠성음료·동서식품·팔도 여전히 ‘중단’... 일부 공급차질

홈플러스 “현금잔고 약 3000억 일반 상거래채무 지급 문제없어”

통 납품 전 날 발주를 받기 때문에 납품 재개 협상이 되었다더라도 큰 매장부터 제품을 공급하느라 작은 매장에는 일부 제품이 없을 수 있다”고 설명했다.

한편 지난 7일 산업통상자원부 주최로 열릴 예정이었던 홈플러스 납품사 간담회는 당일 취소된 것으로 알려졌다. 홈플러스가 자체적으로 해결하겠다는 의지를 강력하게 밝힌 것이 간담회 취소의 배경으로 전해졌다.

홈플러스가 정상적인 영업에 문제가 없을 것이라고 사태를 수습하기에 나섰다. 납품사들은 홈플러스가 큰 거래처 중 하나이기에 납품 대금 지급 계획을 명확하게 제시하는 것이 중요하다고 입을 모은다.

홈플러스가 매달 도래하는 2000억원 안팎의 납품 대금 등을 지급하려면 정

상적인 영업 활동으로 현금을 확보해야 하는데 기업 회생 절차(법정관리) 개시로 영업력이 약화하면 현금 창출이 어려워지는 것이 아니냐는 것이 납품사들의 걱정이다.

이에 대해 홈플러스 측은 현재 가용 현금 잔고가 약 3000억원, 이달 대규모 할인 행사에 따른 순 현금 유입액이 약 3000억원 수준으로 예상돼 일반 상거래채무 지급에 문제가 없다는 입장을 보였다.

홈플러스 관계자는 “홈플러스는 상품을 매장과 온라인에서 현금 판매하기 때문에 대규모 외상매출채권이 존재하지 않고, 그렇기에 이러한 외상매출채권을 담보로 하는 대출 또한 존재하지 않는다”며 “또한 홈플러스는 감정평가기관을 통해 평가된 부동산 자산만 4.7조원을 보유하고 있으며 금융부채(약 2조원)보다 자산이 많다”고 설명했다. 이어 “회생절차를 통해 금융채무 부담이 경감되면 홈플러스는 영업활동을 통해 한 달에 1000억원 이상의 잉여현금이 창출될 것으로 기대되는 등 경영(기업운영) 가치 또한 존재한다”고 덧붙였다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



이마트 용산점에서 모델들이 화이트데이를 맞아 초콜릿, 캔디 그리고 스테이크 신상품을 소개하고 있는 모습. /이마트

## 이마트, 화이트데이 맞아 초콜릿 등 30% ↓

14일까지 앱에서 할인쿠폰 제공

이마트가 화이트데이(3월14일)를 맞아 할인 혜택과 신상품을 선보인다 고 9일 밝혔다.

먼저, 이달 14일까지 이마트 애플리케이션을 통해 초콜릿, 캔디, 젤리 전 품목에 대해 최대 30% 할인 쿠폰을 제공한다. 또, 행사 카드 결제 고객을 대상으로 화이트데이에 선물하기 좋은 캔디·초콜릿 대표 품목을 50% 할인가에 제공한다. 대표적으로 ‘츄파춥스 미니(240입)’,

‘페레로로쉐 T24 다이아몬드·페레로로쉐 컬렉션 T24’ 등이 포함됐다.

화이트데이 맞이 신상품과 단독 상품도 선보인다. 신규 상품으로는 ‘다이롱 케오데오 망고젤리·그린 망고젤리’, 단독 상품으로는 하트 모양의 안심 스테이크가 준비됐다. ‘화이트데이 안심 스테이크’는 이마트 전점에서 이달 13일까지 만나볼 수 있다.

이외에도 화이트데이 분위기를 더해 줄 와인 상품을 이달 14일까지 할인가에 제공한다. /안재선 기자

# 제로슈거 소주 대표주자 ‘새로’ 인기몰이

롯데칠성음료, 앰배서더 새로구미 선정 대한민국 광고대상 등서 3관왕 달성

롯데칠성음료가 2022년 9월 첫 선을 보인 ‘새로’가 제로 슈거 소주의 대표주자로 올라섰다.

새로는 기존의 소주 제품과는 달리 과당을 사용하지 않아 산뜻하고 부드러운 맛이 특징이다. 소주 고유의 맛을 지키기 위해 증류식 소주를 첨가했으며 주류 제품의 영양성분 표시를 선제적으로 적용했다.

새로는 한국의 맛과 아름다움을 담은 도자기의 곡선미와 물방울이 아래로 흐르는 듯한 세로형 홈을 적용해 한국적이며 현대적인 감성을 녹임과 동시에 투명성을 적용해 고급스럽고 트렌디한 이미지를 부각시켰다.

소비자들의 입소문을 타고 출시 이후 4개월여 만에 누적 판매량 5000만병을 돌파했으며, 출시 7개월여 만에 누적

판매 1억병을 돌파했다.

‘새로’의 상승세는 계속 이어져 출시 2년여만인 2024년 10월에는 누적판매 5억병을 돌파하는 등 대한민국을 대표하는 소주의 한 브랜드로 자리잡았으며, 작년 봄에는 진짜 살구 과즙을 더한 ‘새로살구’를 새롭게 선보이는 등 제품 라인업을 확대했다.

새로는 브랜드 앰배서더도 특별하다. 한국의 전래동화부터 최근의 영화, 드라마에서 다양한 느낌의 매력적인 존재로 등장하는 구미호에서 따온 ‘새로구미(새로+구미호)’를 출시 때부터 브랜드 앰배서더 캐릭터로 선정하고, 제품 전면에 배치해 기존 소주 제품들과의 차별되는 이미지를 부여했다.

출시 초 구미호가 새로와 함께 ‘새로구미’로 다시 태어난 이후 에피소드 중

심의 ‘소주 새로 탄생 스토리’를 시작으로 다양한 스토리를 담은 마케팅과 광고 캠페인을 이어가며, 새로만의 독특한 세계관과 한국적 문화 요소를 담은 다양한 창작물을 지속적으로 선보였다.

그 결과, 2024년 대한민국을 대표하는 광고 시상식 중 하나인 ‘대한민국 광고대상’을 포함한 ‘유튜브빅스’, ‘K디자인 어워즈’와 같은 광고 시상식에서 수상하며 3관왕을 달성하기도 했다.

롯데칠성음료 관계자는 “국내 소주시장의 새로운 트렌드로 자리잡은 ‘새로’가 제로 슈거 소주를 넘어 대한민국을 대표하는 소주의 대표 주자로 자리잡기 위해 적극적인 마케팅 활동을 전개할 예정”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@



새로살구(왼쪽)와 새로. /롯데칠성음료

## 한섬, 프랑스서 ‘타임 파리’ 프레젠테이션

여성복 브랜드 ‘타임’ 첫 선

현대백화점그룹 계열 패션전문기업 한섬이 ‘2025년 가을·겨울 파리 패션위크’ 기간인 지난 6일(현지 시간) 프랑스 파리에서 ‘타임 파리’ 단독 프레젠테이션을 진행했다고 9일 밝혔다.

‘타임 파리’는 한섬의 프리미엄 여성복 브랜드인 ‘타임’이 이번에 새롭게 선보이는 글로벌 제품군이다.

현대백화점에 따르면, 이번 ‘타임 파리’의 디자인 콘셉트에는 자연으로 여행을 떠난다는 의미가 담겼다. 초록색 상가디건과 갈색 스웨이드 발목 부츠 등 일상에서 활용도가 높은 제품을 비

롯해 유광 가죽 코트, 둥근 디자인 재킷 등 여행을 콘셉트로한 총 200여 제품을 선보였다.

프레젠테이션은 13세기에 파리의 수도사들을 위해 지어진 건축물 ‘폴레주 데 베르나르탱’에서 진행됐다. 고딕 양식 인테리어 공간과 ‘타임 파리’ 제품군이 조화를 이뤄 현지 바이어들로부터 완성도 높은 행사였다는 평을 받았다는 게 회사 측 설명이다.

/안재선 기자

## 롯데百貨, 버추얼 아이돌 ‘플레이브’ 팝업

데뷔 2주년 기념 롯데월드몰서 운영

롯데백화점이 국내 버추얼 아이돌 그룹 ‘플레이브’의 데뷔 2주년을 기념해, 이달 16일까지 롯데월드몰에서 ‘해피 플레이브 데이’ 팝업스토어를 운영한다고 9일 밝혔다.

플레이브는 지난 2023년 3월 데뷔한 5인조 버추얼 아이돌 그룹으로, 지난달 미니앨범 ‘칼리고 파트 원’을 발매하고, 국내 버추얼 아이돌 최초로 빌보드 ‘글로벌 200’ 차트에 진입한 바 있다. 버추얼 아이돌은 3D 그래픽, 애니메이션, 인공지능(AI) 기술 등을 활용해 가상 공간에서 활동하는 아이돌을 뜻한다.

롯데백화점에 따르면, 이번 팝업스토어에서는 플레이브 관련 콘텐츠를 직접 체험할 수 있다. 대표적으로, 전시 공간 ‘해피 플레이브 파티’에서는 지난 2년간 플레이브와 팬들이 함께한 추억을 되돌아볼 수 있는 다양한 콘텐츠를 마련했다. 또, 포토존 ‘해피 플레이브 모먼트’에서는 멤버들과 함께 기념사



잠실 롯데월드몰 1층 아트리움에서 진행되는 ‘플레이브’ 데뷔 2주년 기념 팝업. /롯데백화점

진도 촬영할 수 있다.

데뷔 2주년인 이달 12일 저녁 7시부터는 약 30분간 아트리움 상단에 설치된 초대형 스크린을 통해 플레이브의 감사 인사 영상이 송출된다. 팝업스토어 입장 예약 없이도 월드 몰 2층과 5층에서 누구나 관람할 수 있다.

2주년 기념 공식 굿즈도 만나볼 수 있다. 포토 카드부터 응원봉, 의류, 액세서리, 문구 등 70여종의 굿즈가 준비됐으며 특히, 이번 팝업에서는 플레이브 캐릭터 상품인 ‘므메미무’를 처음 선보인다. /안재선 기자 wotjs4187@

## 쿠광 알럭스에 ‘메종 마르지엘라’ 입점

쿠광 산하 럭셔리뷰티 전문 쇼핑 서비스 ‘알럭스(R.LUX)’가 프랑스 니치 향수 브랜드 ‘메종 마르지엘라’를 신규 입점한다고 9일 밝혔다.

쿠광에 따르면, 알럭스에는 메종 마르지엘라의 향수 라인의 대표 컬렉션인 ‘레플리카’ 시리즈와 ‘레이지 선데이 모닝’ 바디케어 제품군이 입점한다. 알럭스는 향수와 바디 제품을 시작으로 캔들, 디퓨저 등으로 제품군을 점차 확대할 계획이다.

먼저, ‘레플리카’ 컬렉션은 욕조, 바닷

가, 요트, 도서관 등 특정 장소에서 영감을 받아 제작된 향수 라인이다. 대표 제품으로는 ‘프롬 더 가든 오브 푸왈렛(EDT)’, ‘레이지 선데이 모닝 오브 푸왈렛(EDT)’ 등이 있다. ‘레이지 선데이 모닝’ 바디케어 제품군으로는 샤워젤, 바디로션, 핸드크림 등이 포함됐다.

구매 혜택도 제공된다. 행사 기간 향수를 구매하는 고객에게 ‘버블 바스 미니 향수(7ml)’를, 15만원 이상 구매한 고객에게는 5000원 쿠폰을 제공한다는 게 쿠광 측 설명이다. /안재선 기자