

주류업계, 3분기 실적 ‘빨간불’ 와인·해외시장 공략 반전 모색

내수 부진 장기화와 알코올 소비량 감소에 따라 주류업계의 3분기 실적이 암울할 전망이다. 업계는 와인 성수기로 꼽히는 겨울 시즌에 맞춰 판촉 경쟁에 나서는 동시에 해외 시장과 유통 채널 다변화로 반등을 노린다.

21일 증권업계에 따르면 하이트진로의 3분기 매출액은 6855억원, 영업이익은 656억원으로 각각 전년 대비 0.04%, 6.6% 감소할 것으로 추정된다. 오비맥주는 비상장사로 구체적인 실적이 공개되지 않았지만, 모회사 AB인베브의 매출 감소 흐름에 따라 3분기 역시 부진이 이어질 가능성이 크다. 롯데칠성음료는 해외 사업의 약진 덕에 매출 4조748억원, 영업이익 2072억원으로 전년 대비 각각 1.3%, 12.0% 증가가 예상된다. 다만 이같은 성장 역시 국내보다는 해외 자회사 실적이 견인했다는 분석이다.

국내 시장은 코로나 팬데믹 이후 절주 문화가 확산하면서 회식이 감소, 주류 소비 자체가 크게 감소했다. 한국건강증진개발원 ‘2024알코올 통계자료집’에 따르면 국내 15세 이상 1인당 알코올 소비량은 2015년 9.1L에서 2021년 7.7L로 감소했다가 2022년 8L로 소폭 반등하는데 그쳤다. 특히 국산 주류의 소비는 7.1L로 7년 만에 15% 가까이 줄었다.

이처럼 내수 기반이 약화되자 주류업계는 수출과 새로운 주종 개발에 공을 들이고 있다. 하이트진로는 ‘소주 세계화’ 전략에 따라 동남아 시장을 중심으로 수출 거점을 확장 중이다. 베트남에 오는 2026년 첫 공장을 완공하고 현지 생산 체제를 구축할 계획이다. 공장 완공을 기점으로 한류 열풍에 힘입어 ‘K주류’ 수출 호조가 기대된다.

롯데칠성음료는 파키스탄·필리핀·



이마트24가 와인 빅데이 행사를 진행한다.

/이마트24

**하이트진로 ‘소주 세계화’ 전략
내년 베트남 첫 공장 완공·생산**

**롯데칠성음료 동남아 자회사 호조
상반기 해외매출 비중 40% 넘겨**

**오비맥주 낱알코올 시장 확대
이마트24 ‘와인 빅 데이’ 74% ↓**

미얀마 등 동남아 자회사 실적이 호조를 보이며 상반기 해외 매출 비중이 40%를 넘어섰다. 경기 침체와 고물가 등으로 소비심리 위축이 계속되며 내수 전 영역에서 매출이 하락세를 그렸지만, 주류 수출은 미국과 유럽 시장에서 ‘순하리’ 등 소주 제품 중심으로 선전하면서 실적이 5.9% 증가했다.

회사는 글로벌 부문에서 자회사 수익성 개선에 집중하고, 신흥 시장에서 경쟁력을 확보하고자 생산 능력을 확대할 방침이다. 또 병입 사업 지역을 확대해 글로벌 미래 성장을 위한 동력을 확보할 계획이다.

오비맥주는 무알코올 맥주 브랜드

‘카스 0.0’과 ‘카스 레몬 스퀴즈 0.0’을 전면에 내세워 낱알코올 시장 확대에 집중하고 있다.

이와 함께 유통업계 전반에서는 와인 시장이 새로운 돌파구로 주목받고 있다. 편의점과 대형마트들은 가을·겨울철 와인 성수기를 앞두고 대대적인 할인전과 기획전을 열며 매출 확대에 나섰다.

이마트24는 ‘와인 빅 데이’를 통해 최대 74% 할인 행사를 진행하고, 손상된 라벨의 와인을 저가에 판매하는 ‘라벨 손상 와인전’을 도입했다. CU는 자체 브랜드 ‘음mmm!’의 신제품을 출시하며 1만 원 이하 와인 시장을 넓히고 있고, GS25는 와인 전문 플랫폼 ‘와인25플러스’를 통해 사전 예약 와인 판매를 강화하고 있다. 롯데마트 역시 5000원대 칠레산 와인 ‘테이스티 심플’을 선보이며 초저가 와인 시장을 공략 중이다. 업계 안팎에서는 이번 겨울이 주류업계의 ‘전환점’이 될 수 있을지 주목하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

재생원료 100% ‘칠성사이다 페트병’ 출시

롯데칠성음료, 국내 탄산음료 첫 사례

롯데칠성음료가 국내 탄산 음료 최초로 재생 플라스틱 원료 100%를 사용한 칠성사이다 500mL 페트병을 출시한다.

PET 재활용은 ▲기계적 재활용 페트(MR-PET, Mechanical Recycled PET)와 ▲화학적 재활용 페트(CR-PET, Chemical Recycled PET)로 나뉜다. 새롭게 선보이는 칠성사이다 500mL 페트 용기는 국내 탄산 음료 최초로 기계적 재활용 페트(MR-PET)로 만든 재생 플라스틱 원료 100%를 사용해 만들어졌다.

롯데칠성음료는 환경부 ‘자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률’ 본격 시행에 앞서 선제적으로 대응하고자 이



번제품을 기획했다. 내년 부터 시행령 개정에 따라 연간 5000t 이상의 페트병을 사용하는 먹는샘물 및 비알코올 음료 제조업

체는 페트병을 제조할 때 재생 원료 10%이상 의무적으로 사용해야 한다.

롯데칠성음료는 칠성사이다 500mL 페트병에 재생 플라스틱 원료 100%를 사용함으로써 연간 약 2200t의(2024년 칠성사이다 500mL 판매량 기준) 플라스틱과 약 2900t의 탄소 배출량을 줄일 수 있을 것으로 기대하고 있다. /신원선 기자

‘패션컬리페스타’ 시즌상품 최대 88% ↓

27일까지 6500여개 상품 할인

리테일 테크 기업 컬리가 ‘패션컬리페스타’를 열고 6500여 개 상품을 최대 88% 할인한다고 21일 밝혔다. 이달 27일까지 진행되는 이번 행사에서는 패딩, 코트 등 시즌 상품과 함께 컬리 단독 특가 상품 등을 선보인다.

이번 행사에서 컬리는 페르드 캐시미어 캐시미어100 에센셜 가디건, ‘R2W’ 에타 라콘 더블 재킷, ‘노미라페’ 클래식 메리노울 니트 등 프리미엄 패

션 브랜드를 한자리에 모았다. 또한 ‘비뮤즈댄션’ 핸드메이드 코트, ‘르송드비’ 실크 스커트, ‘베르트’ 진주 귀걸이 등 컬리 단독 상품을 할인된 가격에 선보인다. 신규 입점한 ‘제이청’, ‘쉬즈미스’ 등 브랜드 상품도 특가로 구성했다.

행사 기간 매일 오전 11시에는 선착순으로 반값 할인 쿠폰을 지급하며, 카테고리별 쿠폰팩과 신규 브랜드 할인 쿠폰 등 다양한 혜택을 제공한다.

/손종욱 기자 handbell@

롯데백화점, APEC기념 외국인 할인행사

식품관 5만원 구매시 5000원 할인

롯데백화점이 20년 만에 한국에서 열리는 APEC(아시아태평양경제협력체) 정상회의를 맞아 방한 외국인 고객 대상 특별 프로모션을 진행한다 고 21일 밝혔다. 최근 외국인 매출이 증가하는 가운데, 다채로운 혜택을 마련해 외국인 고객 유치에 나선다는 계획이다.

롯데백화점은 이달 24일부터 다음 달 9일까지 전점에서 ‘APEC 정상회의 기념 프로모션’을 연다. 행사 기간 백

화점 전점 식품관에서 5만원 이상 구매한 외국인 고객에게 5000원 즉시 할인 혜택을 제공한다.

또한 롯데호텔과 협력해 APEC 기간 중 롯데호텔 서울·월드 등 6개 지점에 투숙하는 외국인 고객에게는 4가지 단독 혜택이 담긴 바우처를 제공한다. 바우처에는 10% 롯데상품권 사은 쿠폰, 식당가 할인 쿠폰 등이 포함된다.

한편, 롯데백화점은 이달 29일부터 다음 달 16일까지 열리는 쇼핑 축제 ‘코리아 세일 페스타’에도 참여해 내수 진작에 힘을 예정이다. /손종욱 기자

‘고메 소바바치킨’ 누적 판매량 2000만봉

CJ제일제당, 신제품 ‘마쏘킵’ 출시
‘소스코팅 공법’ 전문점수준 바삭함

CJ제일제당이 ‘고메 소바바치킨’ 세 번째 신제품을 출시하며 제품 포트폴리오 확대에 나선다고 21일 밝혔다.

‘고메 소바바치킨’은 기름에 두 번 튀겨낸 닭고기에 CJ제일제당이 독자 개발한 ‘소스코팅 공법’을 적용해 특제 소스를 골고루 얹혀 입혀 전문점 수준의 갓 튀긴 듯한 바삭함을 구현한 제품이다. 냉동치킨의 한계를 극복한 차별화된 맛 품질로 2023년 출시 후 올해 9월 말 기준 누적 판매량 2000만 봉을 돌파하며 꾸준히 사랑받고 있다.

CJ제일제당이 ‘소이허니’, ‘양념’에 이어 세번째로 선택한 맛은 마늘이다. 신제품 ‘고메 소바바치킨 마쏘킵(마늘 쏘이킵) 순살’은 ‘매콤짭짤한 소이소스에 마늘로 킁!’이라는 콘셉트에 걸맞게 대파와 고추향을 담아 매콤한 간장 소스에 마늘로 포인트를 줘 감칠맛을 더했다. 마늘 풍미 가득한 매콤짭쪼름한



고메 소바바치킨 마쏘킵 순살. /CJ제일제당

맛이 특히 늦은 저녁 야식이나 맥주 안주로도 제격이다.

또한 닭가슴살 특유의 딱딱한 식감은 줄이고 육즙은 그대로 살렸다. 여기에 소스를 얹게 코팅해 튀김 옷과 조화로운 맛은 물론이고 ‘소바바치킨’의 시그니처인 바삭한 식감을 극대화했다. 에어프라이어 10분이면 완성돼 기다릴 필요 없이 집에서든 언제든 간편하게 즐길 수 있다.

‘고메 소바바치킨 마쏘킵 순살’은 이마트, 트레이더스, 이마트 에브리데이, SSG닷컴을 비롯해 CJ제일제당 공

식물인 ‘CJ더마켓’에서 먼저 만나볼 수 있으며, 신제품 출시를 기념해 다양한 소비자 프로모션도 진행한다.

오는 29일까지 CJ더마켓에서 ‘고메 소바바치킨 마쏘킵 순살’을 구매한 고객들 대상으로 리뷰 이벤트를 진행, 추첨을 통해 스타벅스 교환권 3만원권을 증정한다. 26일까지 이어지는 CJ더마켓 브랜드워크에서는 이번 신제품을 포함한 CJ제일제당 치킨 제품 3만원 이상 구매한 고객에게 아이폰 17을 증정하는 추첨 이벤트도 진행한다.

CJ제일제당은 ‘고메 소바바치킨’과 ‘CJ 자메이카 Style 치킨’ 등 외식 및 배달 치킨 시장에서만 맛볼 수 있었던 메뉴를 냉동치킨으로 선보이면서 소비자들의 큰 호응을 얻고 있다.

실제로 지난달 출시한 ‘CJ 자메이카 Style 치킨’은 출시 첫 주에 B마트 ‘지금 핫한 신상품 Top 30’ 1위에 올랐으며, 유튜브 크리에이터 협업을 통해 3일만에 8000개 이상이 판매되기도 했다. /신원선 기자