

백화점 3사, 매출·수익성 개선 '뚜렷'... 1분기 호실적 예고

관광객 증가·내수 활성화 맞물려

신세계 외국인 매출 전년비 90% ↑
롯데 영업이익 2000억 돌파 전망
현대 점포 감가상각비 부담 완화

백화점 업계가 지난해에 이어 올해 1분기에도 호실적을 기록하며 함박웃음을 지을 전망이다. 원화 약세에 몰려드는 외국인 관광객과 내수 활성화가 맞물리며 외형 성장을 이룬 덕분이다. 백화점은 계열사 부진을 상쇄하는 효자 노릇을 톡톡히 하며 유통업계의 성장을 견인하고 있다.

27일 <메트로경제신문> 취재에 따르면 외국인 관광객 유입 확대와 명품 소비 회복이 맞물리면서 주요 백화점 3사의 매출과 수익성이 동시에 개선되는 흐름이 뚜렷하게 나타나고 있다.

산업통상자원부의 '주요 유통업체 매출동향'에 따르면 백화점 업계의 2월 매출액은 전년 동월 대비 25.6% 증가했다. 전달 기록한 18.8%에 이어 두 자릿수 성장세를 유지했을 뿐만 아니라 그 폭도 확대되는 추세다. 문화체육관광부가 집계한 올해 1분기 방문 외래관광객 역시 475만 9471명으로 전년 동기 대비



신세계백화점 강남점 전경.

23% 늘어나며 역대 최대 규모를 달성했다.

우호적인 환경 속에서 국내 백화점 3사는 나란히 장밋빛 성적표를 받아들 전망이다.

신세계백화점은 외국인 수요와 명품 매출의 폭발적인 성장에 힘입어 호실적을 이어갈 것으로 보인다. 에프앤가이드에 따르면 신세계의 연결 기준 올해 1분기 매출액 컨센서스는 1조 8036억 3000만 원으로 전년 동기 대비 8.27% 성장하고, 당기순이익은 749억 원을 기록하며 흑자 전환할 것으로 예상됐다. 특히 외국인 매출이 전년 동기 대비 최대 90%

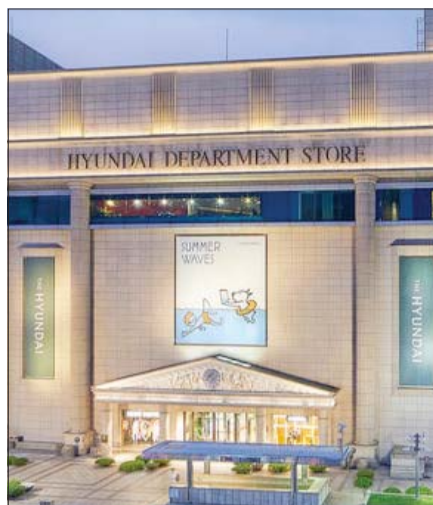


롯데백화점 본점 전경.

이상 증가했으며, 본점 중심의 명품 매출도 29.8% 늘어났다.

오린아 LS증권 연구원은 "원화 약세와 K-컬처 선호로 외국인 관광객 유입이 증가하는 가운데 과거 면세점 중심이던 소비가 백화점으로 분산되고 있다"며 긍정적인 평가를 내놓았다.

롯데백화점은 내수 반등과 외국인 매출 증가에 힘입어 가파른 수익성이 개선될 것으로 예상된다. 에프앤가이드에 따르면 롯데쇼핑의 올해 1분기 연결 기준 매출액 컨센서스는 약 3조 6012억 원으로 전년 동기보다 4.18% 성장할 것으로 추산됐다. 영업이익은



현대백화점 압구정본점 전경.

약 2075억 7000만 원으로 전년 대비 40%나 급증할 것으로 예상된다. 롯데는 대만 내 점유율 1위인 '라인페이' 결제 서비스를 전 점에 도입하는 등 대만 관광객을 적극 공략하며 소유품 편의성을 높인 전략이 눈에 띈다.

배송이 미래에셋증권 연구원은 "1분기 백화점 3사 중 가장 강한 외국인 성장에 예상된다"며 "최근 외국인 소비 수요를 중국인이 주도하는 가운데 중국인 선호 상권에 핵심 점포를 보유한 입지적 장점이 크게 부각될 것"이라고 설명했다.

현대백화점은 백화점 본업의 견고한

수익성을 바탕으로 양호한 흐름을 유지하고 있다. 유진투자증권의 분석에 따르면 현대백화점그룹의 백화점 부문 1분기 매출액은 1조 8482억 원으로 전년 동기 대비 6.2% 성장하고, 영업이익은 1278억 원으로 31.5% 증가할 것으로 전망된다. 이에 따라 영업이익률(OPM)도 전년보다 1.3%포인트 개선된 6.9%를 기록할 것으로 보인다. 자회사인 지누스와 면세사업의 부진으로 연결 기준 전체 매출은 다소 감소할 수 있으나, '더현대 서울' 등 주요 점포의 감가상각비 부담 완화가 본격화되며 본업의 기초체력은 더욱 탄탄해졌다.

권용일 키움증권 연구원은 "1분기 실적 시즌 백화점 업계의 호실적이 예상된다"면서 "3월 중동전쟁 발발로 대외경제 불확실성이 확대된 것은 사실이나 수출 경기, 내수 소비심리, 소비수요 지표 등이 모두 양호한 상태"라고 밝혔다.

한편, '2026년 1분기 소매유통업 경기 전망지수(RBSI)'에서 전체 지수가 79를 기록하며 대형마트(64), 편의점(65) 등 대다수 업태가 기준치(100)를 밑돌며 고전한 반면, 백화점은 유일하게 112를 기록하며 기준선을 웃돌았다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr



CJ제일제당, 베트남 유통망 강화... '국민 브랜드' 도전

1위 유통사 '박화산' 협력 확대
K-푸드 확산·가공식품 시장 선도

CJ제일제당은 베트남 1위 유통사인 '박화산(Bach Hoa Xanh)'과 협력을 확대한다고 27일 밝혔다.

박화산은 베트남 최대 리테일 그룹 'MWG' 산하의 슈퍼마켓 체인으로, 전국에 2760여 개 매장을 운영하고 있다. CJ제일제당은 박화산에서 비비고 만두, 롤, 김치, 김 등을 판매하고 있으며, 최근 4개년 연평균 20% 성장률을 기록하며 소비자들의 큰 사랑을 받고 있다.

이번 협력은 베트남 식문화의 현대화를 주도하고 유통과 제조의 시너지를 통해 함께 성장하는 것을 목표로 한다. CJ제일제당의 우수한 제품력 및 콜드체인 노하우와 박화산의 강력한 유통 인프라

를 결합해, 현지 가공식품 시장을 선도하고 소비자에게 차별화된 가치를 제공한다는 방침이다.

이에 따라 양사는 ▲K-푸드 확대 및 베트남 소비 트렌드에 맞는 가공식품 공동 개발 ▲식품 안전·품질 관리 체계 고도화 및 냉장·냉동 인프라 투자를 통한 '식품 안전 리더십' 구축 ▲체험 마케팅, K-푸드 페스티벌 등 공동 프로모션, 박화산 애플리케이션 내 'CJ Zone' 운영 등 온·오프라인 전반에 걸친 소비자 접점 확대 및 비비고 인지도 강화 등을 추진한다.

이와 관련 CJ제일제당은 지난 23일(현지 시간) 베트남 하노이에서 박화산과 'K-푸드 확산 및 가공식품 시장 선도를 위한 업무협약(MOU)'을 체결했다. '한-베트남 비즈니스 포럼'과 연계해 진

행된 협약식에는 조재범 CJ제일제당 식품아태본부장과 응우옌 득 파이 MWG 회장이 참석했다. 또한 김정관 산업통상자원부 장관과 응오 반 푸언 베트남 재무부 장관이 함께해 이번 협력이 가진 전략적 파트너십의 의미를 한층 높였다.

CJ제일제당은 지난 2015년 제분 사업으로 베트남에 진출한 이후 철저한 현지화 전략과 적극적인 인수합병(M&A), 최첨단 생산 기지 구축을 통해 식품 사업을 성공적으로 확대해 왔다. 진출 10여 년 만인 지난해 매출이 2016년 대비 약 7배 증가했으며 선제적으로 개척한 만두와 김치 시장에서는 압도적인 시장 점유율로 1위 지위를 공고히 하고 있다.

CJ제일제당은 이번 박화산과의 협력을 통해 호치민 등 남부 지역을 넘어 최

근 급부상 중인 북부 지역과 지방 중소 도시까지 K-푸드의 성장을 이어간다는 방침이다. 주력 제품인 만두, 김치, 롤 등 냉동·냉장 제품 외에도 누들, 스낵 등 상온제품과 육가공 냉장 제품까지 카테고리리를 전방위로 확장한다. 아울러 현지 소비자 입맛과 라이프 스타일에 최적화된 제품을 선보이며 포트폴리오를 다변화한다.

CJ제일제당 관계자는 "베트남 유통 시장의 혁신을 이끄는 박화산과의 파트너십은 CJ제일제당 비비고가 베트남 '국민 브랜드'로 도약하는 중요한 발판이 될 것"이라며, "앞으로도 현지 소비자들의 라이프스타일에 최적화된 제품과 서비스를 통해 시장 패러다임을 선도하며 K-푸드 확대를 지속해 나가겠다"고 밝혔다. /신원선 기자 tree6834@



오뚜기
'가뽀한끼' 신제품 출시

오뚜기가 맛과 영양을 동시에 잡은 신제품 '가뽀한끼 고단백 닭가슴살 브리또' 2종(사진)을 출시했다고 27일 밝혔다.

이번 신제품은 바쁜 일상 속에서도 간편하게 단백질을 보충하고자 하는 소비자 니즈를 반영해, 든든함과 가벼움을 동시에 만족시키는 것이 특징이다. 닭가슴살을 넣어 1개당 단백질 15g의 고단백 기준을 충족했을 뿐 아니라, 저당 설계로 저당 기준까지 만족시켰다. 통밀 또피이를 사용해 식단관리 중에도 부담 없이 간편하게 즐길 수 있다.

제품은 '가뽀한끼 닭가슴살 브리또 매콤불닭'과 '가뽀한끼 고단백 닭가슴살 브리또 콤비네이션' 2가지로 구성됐다. ▲'가뽀한끼 고단백 닭가슴살 브리또 매콤불닭'은 통밀 또피이에 닭가슴살과 치즈, 매콤 불닭소스를 더해 불향과 치즈의 조화를 살렸다. ▲'가뽀한끼 고단백 닭가슴살 브리또 콤비네이션'은 통밀 또피이에 닭가슴살과 치즈, 채소를 넣어 피자의 풍미를 구현했다.

오뚜기 관계자는 "가뽀한끼 고단백 닭가슴살 브리또는 단백질 보충과 저당 설계를 동시에 고려한 제품"이라며, "앞으로도 건강과 맛을 동시에 만족시킬 수 있는 다양한 간편식 제품을 지속적으로 선보일 예정"이라고 말했다. /신원선 기자

한국맥도날드 "해피워크 참여하세요"

추첨제 도입... 오후 11시까지 접수

한국맥도날드는 5월 24일 인천 문학경기장에서 열리는 '해피워크' 참가신청을 27일부터 28일까지 이틀간 진행한다.

올해는 기존 선착순 방식 대신 '추첨제(레플)'를 도입한 점이 눈에 띈다. 지난해 티켓이 오픈 3분 만에 마감될 만큼 높은 관심이 이어진 가운데, 디지털 접근성 격차를 완화하고 보다 다양한 고객에게 참여 기회를 제공하기 위한 취지다.

참가 규모도 지난해 5000명에서 올해

6000명으로 확대됐다. 행사 당일에는 약 4km 걷기 코스를 중심으로 다양한 체험 프로그램과 이벤트 부스가 운영된다. 가족 단위 참가자를 위한 '패밀리 스포츠 이벤트'와 개성 있는 스타일을 선보이는 '맥도날드 패션왕 이벤트' 등 참여형 프로그램이 마련돼 축제 분위기를 더할 예정이다.

참가 신청은 해피워크 공식 홈페이지를 통해 4월 27일 오전 10시부터 28일 오후 11시까지 가능하며 당첨자는 29일 오후 4시에 발표된다.

/신원선 기자

롯데온, 레고·토이트론 등 완구 할인

30일까지 '토이페스타' 행사

롯데온이 어린이날을 앞두고 오는 30일까지 완구 할인 행사 '토이페스타'를 진행한다.

이번 행사에는 레고, 플레이모빌, 나비타월드, 리아보드게임, 에스타, 토이트론 등 완구 브랜드와 마이크로키보드, 스코트앤라이드 등 승용완구 브랜드가 참여한다.

대표 상품으로는 레고 스타워즈 시리즈, 역할놀이 뷰티샵 세트, 마이크로키보드 제품, 어린이 자전거, 브루더시

리즈, 스코트앤라이드 키보드 등이 포함된다.

행사 기간에는 참여 브랜드 상품에 적용 가능한 10% 할인 쿠폰이 제공되며, 카드사별 추가 혜택도 마련됐다.

같은 기간 유아동 상품 행사 '키즈런'도 함께 진행된다. 오르시메, 블루독패밀리, 레노마키즈, 페리미즈 등이 참여해 일부 상품을 균일가 또는 할인된 가격으로 판매한다.

롯데온은 완구 외에도 건강기능식품 기획전 등을 함께 운영할 예정이다.

/김서현 기자