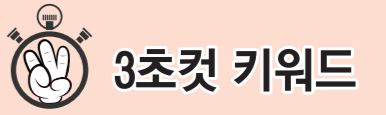


고물가에 짠물 소비... '불티'나는 PB상품



☞ LG넥스원 '초소형위성체계 군지상체' 계약... LG넥스원은 국방 과학연구소(ADD)와 991억 원 규모의 '초소형위성체계 군지상체' 계약을 체결. ADD 주관으로 올해부터 2030년까지 초소형위성체계 군지상체 개발을 완료할 계획.

☞ 에너지 공공기관 부채 약 70조 급증... 공공기관 경영정보 공개 시스템인 알리오에 따르면 지난해 말 한전과 5개 발전회사 및 가스공사 등 7개 에너지 관련 공공기관의 부채가 287조3000억 원으로 전년 말보다 69조4000억 원 증가. 한전 부채가 192조8000억 원으로 47조 원 증가. 가스공사는 52조 원으로 17조5000억 원 증가.

☞ 1분기 합계출산율 0.81 '역대 최저'... 통계청에 따르면 가입여성 1명이 평생 낳을 것으로 예상되는 자녀의 수인 합계출산율은 올해 1-3월 0.81명 기록. 이는 1분기 기준으로 역대 가장 적은 수준.

저렴한 가격에 품질까지 좋아... 소비자 큰 만족
대형마트뿐 아니라 편의점업계도 잇단 론칭

유통업계가 자체브랜드(PB) 상품을 강화하고 있다. 고물가가 지속되면서 소비자들이 가성비 좋은 PB상품을 찾는 수요가 늘었기 때문이다.

유통업계에 따르면 PB상품의 판매 실적은 고공행진 중이다. 올해 1-3월 롯데마트의 전체 PB매출은 지난해 기간 대비 10% 이상 증가했다. 홈플러스도 온라인 기준 PB '홈플러스 시크니처'의 매출이 36% 늘어났으며, 이마트 PB '노브랜드' 매출도 전년 동기 대비 12.8% 올랐다.

과거 PB는 '저품질 저가' 제품이라는 인식이 강했지만 최근 중간 유통에 드는 비용을 줄여 가격을 낮추고 동시에 품질을 개선하자 판매량이 증가하고 있다.

대형마트 업계는 PB상품 차별화고급화 전략으로 소비자 니즈를 공략 중이다. 롯데

마트는 최근 PB브랜드 강화를 위해 기존에 운영하던 여러 PB제품 라인을 리뉴얼 통합해 '오늘좋은'을 론칭했다. 맛·안전·상·편의성 등에 모두 민감한 30대 워킹맘을 타깃 고객층으로 설정했다.

홈플러스는 PB 초창기인 2019년 11월 고급화·차별화를 목표로 '홈플러스 시크니처'를 론칭한 이후 꾸준히 판매 비중을 높여 왔다. 현재까지 3000여 종의 상품을 출시해 판매 중이다.

이마트도 PB 브랜드 '노브랜드'와 프리미엄 식품 브랜드 '피코크'를 선보이고 있다. 노브랜드는 2015년 출시 이후 품목 수가 1500개로 늘었고 지난해 매출이 전년 대비 5.8% 늘었다. 론칭 10주년이 된 피코크는 2021년 연매출 4000억 원을 넘어선 이후 매년 성장세를 보이고 있다.



홈플러스의 PB브랜드 '홈플러스시크니처' 제품. 홈플러스

기존 유통 강자인 대형마트뿐만 아니라 편의점업계도 PB제품을 속속 선보이고 있다.

편의점 CU는 2021년 업계 최저가 콘셉트로 득템 시리즈를 론칭하고 △김치 △라면 △계란 △타슈 등 고객들의 구매 수요가 높은 다양한 상품을 NB 상품의 절반 수준 가격에 선보이고 있다.

해당 시리즈는 올 초 누적 판매량 100만 개를 돌파했다. 올해 1월 CU가 선보인

PB제품 '연세우유크림빵'도 출시 한 달 만에 누적 판매량 50만 개를 기록하며 지난해 CU 디지털 매출을 전년 대비 120%가량 상승시켰다.

이마트24 역시 지난해 자체브랜드(PB) 상품 매출이 전년 동기 대비 29% 증가했다. 이마트24의 PB상품은 △이프레소 아이스컵 △하루이리터생수 △이프레소 원두커피 순으로 높은 판매량을 보였다. 이프레소 아이스컵은 매년 베스트 3위에 이름을 올리고 있다. 이프레소 원두커피는 매년 매출액이 40%씩 성장하고 있다.

업계 관계자는 "PB브랜드 상품은 과거 가격은 싸지만 품질은 낮다는 평가를 받아 왔지만 최근 품질을 강화해 장바구니 부담을 완화하고 물가를 안정시키는 가성비 상품으로 자리매김하고 있다"며 "올해도 경기 불황이 계속되는 상황인 만큼 가성비를 주안점으로 다양한 PB브랜드 제품들이 출시될 것으로 본다"고 말했다.

김나윤 기자 nykim@skyedaily.com

삼성전자 경영평가 4년 연속 1위... 현대차·기아 2·3위

현대차·기아, 글로벌 경쟁력 두각... 3위 네이버 13위로 하락

CEO스코어, 500대 기업 평가

삼성전자가 국내 500대 기업 경영평가에서 우수한 평가를 거두며 4년 연속 1위의 영예를 안았다.

기업데이터연구소 CEO스코어가 올해 선정 매출 500대 기업 중 사업보고서를 제출한 비금융기업 281곳을 대상으로 경영평가를 실시한 결과 삼성전자가 800점 만점에 최고점인 670점으로 종합 1위에 올랐다고 24일 밝혔다.

올해로 7회째를 맞이한 500대 기업 경영평가는 CEO스코어가 매년 국내 500대 기업을 대상으로 실시하는 것으로, 평가 항목은 고성장·투자·글로벌경쟁력·지배구조 투명·건설경영·일자리 창출·양성평등·사회공헌·환경보호 등 총 8개다.

1위에 오른 삼성전자는 투자와 일자리 창출 등 2개 부문에서 우수한 평가를 받으며 4년 연속 종합 1위에 올랐다.

지난해 수출 호조를 이끌어 낸 현대자동차와 기아는 각각 종합 순위 23위를 차지했다. 두 기업 모두 글로벌 경쟁력 부문에서 괄목할 성과를 낸 것이 높게 평가됐다.

현대차는 616.8점을 얻어 지난해에 이어 2년 연속 2위를 유지했고, 지난해 5위에 머물렀던 기아는 올해 601.2점을 기록해 3위로 올랐다.

반면 지난해 종합 순위 3위였던 네이버는 올해 순위권에 오르지 못했다. 올해 종합 순위 13위에 그치며 10위권 밖으로 밀려난 것이다.

부문별로 보면 고성장 부문에서 매출 10조 원 이상 기업 중 우수기업에 이름을 올린 기업은 △GS칼텍스 △대한항공 △HD현대오일뱅크 △에스오일 △LG에너지솔루션 등이다.

미래 성장동력 확보를 위한 투자 부문에서는 삼성전자를 비롯해 △LG화학 △네이버 △카카오 △삼성물산 등이 우수기업에 선정됐다. 삼성전자는 지난해 설비 투



삼성전자가 국내 500대 기업 경영평가에서 4년 연속 1위를 차지했다. 스카이데일리DB

자에 53조1267억 원, 연구개발(R&D) 투자에 24조9292억 원 등 총 80조 원 가까운 자금을 쏟아부었다. LG화학 역시 설비 투자에 8조5737억 원, R&D에 1조7800억 원 등을 투자했다.

동종 업계 글로벌 1위 기업 대비 매출액 비중과 영업이익률 격차를 비교하는 글로벌 경쟁력 부문에서는 기아와 현대차·한화·현대모비스·두산에너지빌리티 등이 우수기업에 이름을 올렸다.

전 세계적으로 자동차 업황이 호조를 보이는 상황에서 현대차그룹 계열사의 경쟁력이 글로벌 경쟁사를 압도했다는 평가가

나온다. 실제로 기아의 영업이익률은 완성차 업계 세계 1위인 폭스바겐(7.92%)보다 0.44%p 높은 8.36%였다.

지배구조 투명 부문에서는 SK·LG생활건강·KT&G·LG이노텍 등의 기업이 선정됐고 건설경영 부문에서는 DB하이텍·HMM·한전KPS·오리온·아모레퍼시픽 등이 우수기업으로 뽑혔다.

이 외에도 양성평등 부문에서는 롯데쇼핑·신세계·코웨이·CJ프레시웨이·오뚜기 등이 좋은 평가를 받았다. 이 부문은 여성 임원 비율과 여직원 비율, 남녀 간 1인 평균 급여액 격차, 남녀 간 평균 근속 연수 격차 등을 평가했다.

또 매출액 대비 기부금 비율 및 증감률·온실가스 배출량·증감률·에너지 사용량·증감률 등을 반영하는 사회공헌 및 환경보호 부문에선 SK케미칼과 SK텔레콤·롯데정밀화학·KT·HL·만도 등이 우수기업으로 선정됐다. 특히 그들 차원의 ESG 경영 실천에 앞장서고 있는 SK그룹 계열사들이 다수 뽑힌 점이 주목된다.

김기찬 기자 gckim@skyedaily.com

K-의료기기, 3년 연속 흑자

SD바이오센서·오스템플란트 매출액 2조 넘어

국산 의료기기 수출이 2020년부터 지난해까지 3년 연속 흑자를 달성했다. 코로나19에 따른 수출 증가를 제외해도 매출액이 2조 원을 돌파한 기업도 탄생했다. 역대 최대 실적이다.

식품의약품안전처(식약처)는 지난해 의료기기 수출액이 29억9000만 달러(약 3조8593억 원)를 달성하며 흑자를 기록했다고 24일 밝혔다.

지난해 의료기기 시장의 생산 규모는 역대 최고인 15조7374억 원으로 2021년에 비해 22.2% 성장했다.

수출액(78억8000만 달러)과 수입액(48억9000만 달러)은 2021년 대비 감소(각각 8.7%·8.6%)했으나 환율상승 영향으로 원화 기준 각각 3%·3.1% 증가했다. 같은 기간 국내 의료기기 시장 규모는 11조8782억 원으로 2021년 대비 30% 증가해 역대 최고 성장률을 보였다. 국내 의료기기 시장은 지난 10년간 159% 성장했다.

코로나19 자가검사키트 생산액이 2021년 2744억 원에서 지난해 1억4415억 원

으로 400% 이상 증가했고 수출액은 2021년 422억 원에서 지난해에는 843억 원으로 100% 증가했다. 코로나19 검사키트 등 국산 의료기기 생산 증가로 국내 의료기기 시장에서 국산 점유율은 역대 최고인 46.8%를 기록했다.

지난해 매출액이 2조를 넘는 의료기기 제조 기업은 각각 SD바이오센서(약 2조 9300억 원)와 오스템플란트(약 1조 5000억 원)였다. 2012년에 생산액 2000억 원 이상인 제조업체가 2곳이었던 것과 비교하면 10년 만에 크게 성장한 수치다.

매출액 상위 2개 업체가 전체 의료기기 생산액의 30.4%를 차지하고 수출액 상위 1개 업체가 전체 수출액의 23.6%를 차지하는 점 등의 실적 양극화는 앞으로 풀어야 할 과제다.

시장 규모와 생산액 증가에 힘입어 의료기기 제조·수입 업체 종사자는 지난해 14만5826명으로 2021년 대비 9752명(7.2%) 증가했다.

염재만 기자 jmeom@skyedaily.com

한아툴스주식회사

고품질의 제품을 경쟁력있는 가격으로!

저희 한아툴스(주)는 1999년에 회사를 설립하여 생활에 필요한 소비자 상품을 개발하여 왔습니다. 톱, 렌치, 커터, 칼갈이, 망치, 타카 등의 공구와 주방용품까지 "소비자가 만족하는 제품을 만들자."라는 신조어에 회사의 임직원들은 각자 자신의 맡은 분야에서 최고의 전문가가 되기 위해 최선의 노력을 다하고 있습니다.

"40개국수출브랜드 한아툴스"

MADE IN KOREA

한아툴스주식회사

www.magicsaw.com

주소: 부산광역시 강서구 미음동3로 145(미음동) 한아툴스(주)
TEL : +82-51-714-7200 / FAX : +82-51-323-7990
E-mail : hanatools@hanmail.net