

# 작년 건설경기 둔화에 '희비' 5대 건설사... '삼성·대우' 웃어

**삼성물산, 영업이익 8750억원...전년비 248.6% ↑**  
**대우건설, 지난해 영업이익 7600억원...역대최대**  
**현대건설, 매출 17.6% 증가·영업익 22.8% 감소**  
**건설경기 둔화 견제 가격 상승 등 주요원인**  
**GS건설, DL이앤씨 영업이익 14.1·48.15% '뚝'**

지난해 건축자재 가격 상승과 가파른 금리 인상 등으로 인해 건설경기가 둔화한 상황에서 국내 5대 건설사들의 영업 실적에도 희비가 엇갈렸다.

6일 건설업계에 따르면 올해 영업이익이 가장 많은 건설사는 삼성물산으로 조사됐다. 삼성물산의 지난해 건설부문 매출액은 전년 대비 32.8% 늘어난 14조5980억원, 영업이익은 전년 2510억원보다 248.6% 증가한 8750억원으로 나타났다.

삼성물산은 지난해 국내의 수주물량 증가로 역대 실적을 달성했다고 설명했다. 특히 삼성물산은 올해 수주 13조8000억원을 목표로 내세웠다.

대우건설도 주택건축사업부문의 견고한 성장세에 힘입어 지난해 7600억원의 영업이익을 내며 창사 이래 최대치를 달성했다.

대우건설은 지난해 연간 경영실적 결과(연결기준) 매출액 10조4192억원, 영업이익 7600억원을 기록했다. 지난해 영업이익은 전

년 7383억원 대비 2.9% 증가한 것으로 영업이익률은 7.29%이다.

대우건설의 올해 매출은 10조9000억원으로 지난해보다 4808억원 높게 잡았다. 또한 신규 수주는 12조3000억원으로 공시했다.

현대건설은 지난해 연간 매출 21조2391억원, 영업이익 5820억원을 기록한 것으로 집계(잠정치)했다. 매출은 전년 대비 17.6% 증가한 반면, 영업이익은 지난해보다 22.8% 감소하는 등 큰 폭으로 떨어졌다.

매출은 사우디 마르잔 공사와 이라크 바스라 정유공장, 파나마 메트로 3호선 등 해외 대형 공정이 본격화됐기 때문이다. 또한 국내에서도 개포 주공 1단지와 힐스테이트 송도 더 스카이 현장 등 국내 주택 부문에서의 실적에 힘입어 전년 대비 17.6% 증가한 21조2391억원을 기록했다.

실적악화는 건설경기 둔화와 건설자재 가격 상승, 화물연대 파업 등의 복합적인 영향이 주요 원인으로 꼽히고 있다.

현대건설은 세계 경기 위축과 금리인상 등

으로 불확실한 대내외 환경 속에서도 최고 신용등급을 유지하고 있다고 설명했다. 이에 따라 올해 매출목표는 지난해 보다 20.1% 증가한 25조5000억원을 목표로 잡았다.

GS건설은 지난해 영업이익이 전년 대비 14.1% 감소한 5550억원을 기록했다.

GS건설의 지난해 매출액은 12조2990억원, 영업이익 5550억원, 세전이익 6640억원, 신규수주 16조740억원이라고 발표했다.

지난해 영업이익은 전년 동기 대비 14.1% 감소했지만, 세전이익은 소폭(0.9%) 증가했다는 게 GS건설의 설명이다.

미래 성장세를 가능케 하는 신규수주와 매출은 전년 동기 대비 각각 20.6%, 36.1% 증가했다.

매출은 아파트 브랜드 '자이'를 앞세운 주택 부문이 6조4260억원으로 전년 대비 21.1%가 늘었고, 신사업부문은 GS이니마의 지속 성장과 플랜트 프래프업체인 단우드사의 실적 호조로 전년 대비 31.7%나 증가한 1조2500억원을 달성하며, 처음으로 신사업부

문 매출이 1조를 넘었다.

GS건설은 올해 경영 목표로 매출 13조2000억원, 신규 수주 14조5000억원을 제시했다.

DL이앤씨는 지난해 영업이익이 절반수준에 그쳤다. 이는 세계적 경기침체와 건축자재 가격 상승에 큰 영향을 받은 것으로 분석된다.

DL이앤씨는 지난해 매출액 7조4968억원, 영업이익은 4963억원으로 예상된다고 공시했다. 이는 전년 대비 각각 1.77%, 48.15% 감소한 수치다.

영업이익률은 6.6%로 건설업종최상위권 수준을 유지하고 있다고 DL이앤씨는 설명했다. 또한 1조2000억원의 안정적 재무구조와 신용등급은 건설업 최상위 수준인 'AA-'로 평가 받고 있다고 덧붙였다.

DL이앤씨는 올해 목표를 연결기준 매출 8조2000억원과 신규 수주 14조4000억원을 목표로 잡았다.

최이슬기자

## 신세계푸드, 대안육 '베리미트 버거' 출시



신세계푸드가 대안육 '베리미트'의 신제품 출시와 판매처 확대에 박차를 가한다.

6일 신세계푸드는 베리미트의 인지도를 높이고 소비자의 긍정적인 경험을 늘리기 위해 자사 베이커리 매장에서 관련 신제품을 연이어 출시한다고 밝혔다. 컨셉 스토어나 B2B(기업간거래)로 판매해 온 베리미트 식물성 런치 캔햄의 온라인 판매를 본격 시작한다는 계획이다.

신세계푸드는 지난해 11월부터 전국 이마트

### 식물성 패티로 만든 버거 첫 선

내 베이커리, 블랑제리 등 베이커리 매장에서 판매해 온 '베리미트 토스트'의 재구매가 꾸준히 일어나며 출시 3개월 만에 누적 판매량 8만 개를 넘어서는 등 많은 호응을 얻는 점에 주목했다.

이에 베리미트 식물성 패티를 활용한 첫 제품으로 '베리미트 버거'를 공개했다. 베리미트 버거는 버거에 들어가는 육류 패티 대신 베리미트 식물성 패티를 넣고 달걀과 바삭한 해쉬 브라운을 특제 소스와 함께 조합한 두가지 맛으로 꾸렸다.

신세계푸드 관계자는 "소비자의 대안육에 대한 인식을 전환하기 위한 긍정적 경험을 주기 위해 식품제조, 급식, 외식, 베이커리 등 다양한 사업영역에서의 베리미트 활용을 늘려가고 있다"며 "이를 통해 국내 대안육 시장을 키워가고 동시에 베리미트를 대표 대안육 브랜드로 육성해 가겠다"고 말했다.

서선욱 기자

## 아이가 직접 꾸미고 만들고... '락앤락 키즈 텀블러' 출시



생활용품 기업 락앤락은 새하기를 맞이해 미취학 아동부터 초등학생까지 사용할 수 있는 '리틀립 키즈 스트랩 텀블러'를 출시했다고

6일 밝혔다.

리틀립 키즈 스트랩 텀블러는 보온·보냉력을 강화하고 스트랩을 추가해 사용 편의성을

### 보온·보냉력 강화...스트랩 추가

높였다. 핑크·블루·옐로·민트 등 파스텔톤 4색 컬러에 귀여운 디자인 스티커로 아이가 직접 꾸밀 수 있도록 재미 요소도 담았다.

손잡이가 달려있어 어린이도 휴대가 편리하다. 우주선 모양의 액세서리 잠과 디자인 스티커를 함께 구성해 아이의 개성에 맞는 DIY(직접제작) 텀블러를 완성할 수 있다. 블루·핑크 텀블러는 350ml, 옐로·민트 컬러는 500ml 용량이다.

이 제품은 이중 진공 방식으로 최대 9시간 보온, 36시간 보냉 유지가 가능하다. 이중 잠금 고리를 적용해 책가방에 넣거나 들고 다녀도 흔들 걱정이 없다. 원터치 캡 방식으로 아이들도 편리하게 여닫을 수 있다.

텀블러 내부는 프리미엄 소재의 스테인리스 스틸 304를 사용했다. 내구성이 뛰어나 충격에 강하고 부품을 간편하게 분리할 수 있어 세척도 용이하다.

2월 8일부터 리틀립 키즈 스트랩 텀블러 출시를 기념해 11번가에서 30% 할인 프로모션이 진행된다.

정승호 기자

## 아시아나항공, 유럽·아시아 노선 할인 이벤트

아시아나항공은 6일 유럽과 아시아 노선 항공권 구매 고객을 대상으로 다양한 프로모션을 진행한다고 밝혔다.

유럽행 항공권 구매 고객은 '유럽 자유여행 얼리버드 이벤트'에 참여할 수 있다. 이달 14일까지 아시아나항공 인천발 유럽 노선(런던·프랑크푸르트·파리·로마·바르셀로나·이스탄불) 항공권 구매 승객에게는 ▲항공권 5% 할인 ▲유료 좌석 사전구매 30% 할인 ▲수하물 사전구매 50% 할인 등의 혜택을 제공한다. 탑승 기간은 오는 3월26일부터 7월31일까지다. 또 이달 15일까지 1회에 한해 카카오페이(신한카드)로 유럽 전 노선과 타슈켄트 노선 항공권 구매 시 항공권 할인 쿠폰과 함께 결제액 5~10% 즉시 할인(최대 40만원)을 받을 수 있다.

동남아와 인도 등 아시아 노선에서는 '미식·



골프·관광'을 테마로 한 프로모션을 진행한다. 이달 14일까지 호찌민·하노이·다낭·자카르타·델리 노선 항공권을 구매하는 승객에게 항공권 5% 할인 쿠폰을 제공한다. 15일부터 28일까지는 유료 좌석 사전구매 30% 할인 혜택을 준다. 탑승 기간은 올해 6월30일까지다.

뉴스시

## 가루날림 걱정은 뚝... 라이온코리아 '식기세척기용 세제'

### '참그린 제로파워 타블렛 세제' 출시

라이프·헬스케어 기업 라이온코리아는 '참그린 ZERO POWER(제로파워) 식기세척기용 타블렛 세제'를 출시한다고 6일 밝혔다.

이 제품은 향료와 11종 우레 성분을 모두 배제하고 구연산 등 자연 유래 세정 성분들을 함유해 '비건(Vegan)' 인증을 획득했다. 고체 형태의 특성상 물 사용량이 적은데다 재생 펄프를 90% 적용한 FSC 인증 종이 박스에 수용성 비닐 포장의 타블렛 30개를 담은 형태다. 기존 액상 제품 대비 플라스틱 사용량을 95% 절감했다.

고형 제품의 경우 분말이나 액상 제품처럼 계량, 가루 날림, 흘림, 오염 등을 염려하지 않아도 된다. 사용·보관은 더욱 간편하다. 식기의 개수와 오염도를 고려한 참그린 타블렛 세제의 권장 사용량은 식기세척기 용량 기준 6~8인용 1개, 10~12인용 2개다. 타블렛은 물에 쉽게 녹는 재질이라 뜯어내지 않고 그대로 사용하면 된다.

라이온코리아는 참그린 제로파워 식기세척기용 타블렛 세제 출시를 기념해 이날부터 12일까지 '쿠랑'과 단독 프로모션을 진행한다. 사



전예약 배너가 붙은 신제품 타블렛 세제를 검색해 구입하면 30% 가격 할인이 자동 적용되는 내용이다.

오유나 기자

## 롯데칠성음료, 망고맛으로 '제로팸시' 라인업 확대



롯데칠성음료가 지난 2021년 출시한 '팸시 제로슈거 라인업'에 이어 망고 맛 콜라로 제로슈거 음료수 라인업을 넓힌다.

6일 업계에 따르면 롯데칠성음료 최근 '팸시 제로슈거 망고'를 출시했다. 시트러스 향으로 상큼한 맛을 더한 기존 제품과 달리, 달콤한 망고 맛으로 제품 다양

### 6일부터 브랜드몰서 '팸시 제로슈거 망고' 판매

성을 확보한다는 전략이다. 해당 제품은 롯데칠성음료 브랜드몰 등을 통해 판매했다.

팸시제로 슈거 망고는 이미 해외에서 출시된 제품이다. 팸시는 2021년 '팸시 제로슈거 망고' 등 망고향을 적용한 콜라를 선보인 바 있다.

현재 롯데칠성음료는 '칠성사이다 제로' '탑스제로' '실론티 레몬 제로' 등 제로 음료 제품을 생산 중이다. 주류 시장에서 제로슈거 소주 '새로'를 선보였다.

이번 신제품 출시를 제로 탄산음료의 인기

때문이다. 시장조사기관 유로노미터에 따르면 시장 규모는 2020년 1319억원에 그쳤지만 2021년 2189억원을 넘어 지난해 3000억원을 넘어선 것으로 추정된다.

국내 시장에서 한국코카콜라 등이 제로 탄산음료를 선보이고 있다. 한국코카콜라는 지난해 '닥터페퍼 제로'에 이어 지난달 '환타 제로 포도향'을 출시했다. 농심 역시 '웰치 제로'로 과일향 제로 탄산음료 분야에서 입지를 다지고 있다.

이슬비 기자

## 이케아, 한정판 '바름블릭스트' 출시



이케아는 네덜란드 로테르담을 기반으로 활동하는 디자이너 사빈 마르셀리스(Sabine

Marcelis)와 협업해 선보이는 한정판 컬렉션 바름블릭스트(VARMBLIXT)를 출시한다고 6일 밝혔다.

바름블릭스트 컬렉션은 새로운 모양과 요소로 공간에 개성·정서를 반영할 수 있도록 영감을 주기 위해 만들어졌다.

빛과 색을 특별한 디자인 언어로 표현하는 사빈 마르셀리스와의 콜라베이션(협업)을 통해 선보인다.

이번 컬렉션은 홈 액세서리로 구성됐다.

김재환 기자