LG생활건강, 화장품 해외매출 대박

2012년 2323억원으로 2년만에 156% 폭증 … 아모레퍼시픽도 66% 급증

전통적인 내수산업으로 분류되는 화장품의 해외매출이 급신장하고 있다.

시장에 따르면, 최근 3년간(2010-2012년) 주요 화장품 생산기업의 해외매출 신장률은 연평균 30%를 넘어 전체 매출 증가율을 훨씬 웃돌았다.

LG생활건강의 화장품 해외매출은 2010년 908억원에서 2012년 2323억원으로 2년 만에 156% 폭증했으며, 전체 화장품 매출 신장률 36%의 4배가 넘는 것으로 나타났다.

해외매출 중 수출액은 2011년 1384억원에서 2012년 1845억원으로 1년 만에 36% 신장했으며, 2012년 해외매출의 영업이익률도 16%로 국내 11%보다 좋았다.

아모레퍼시픽도 2년 만에 해외매출이 2667억원에서 4428억원으로 66% 급증했으며, 매출액 신장률 38%의 2배 수준으로 나타났다.

화장품 개발생산(ODM)기업인 코스맥스는 수출이 226억원에서 292억원으로 늘어났을 뿐만 아니라 중국 현지법인인 Cosmax China의 매출액이 252억원에서 586억원으로 늘어났다. 수출과 현지법인 매출을 합친 해외매출이 2년 만에 무려 84% 증가한 것으로 해석된다.

브랜드숍 미샤를 운영하는 에이블씨엔씨의 수출도 174억원에서 283억원으로 64% 늘어났다.

주요 화장품기업의 해외매출 증가는 수출 신장과 함께 외국기업 인수합병 등으로 해외법인 매출이 늘어났기 때문이다.

해외매출이 급신장한 LG생활건강은 일본에서 인수한 Ginza Stefany의 매출이 반영됐으며, 코스맥스는 Cosmax China의 매출이 급증한 영향을 받았다.

관련기업의 수출 호조로 2012년 국내 화장품 무역수지가 흑자 전환했다.

한국의약품수출입협회 집계에 따르면, 2012년 화장품 수출액이 10억6700만달러로 처음으로 수입액 9억7800만달러를 넘어섰다.

시장 관계자는 "과거 화장품산업은 내수가 대부분이라는 인식이 있었으나 최근 2-3년 사이 해외매출 비중이 두 자릿수를 차지하는 관련기업이 생겨나고 있다"며 "제품경쟁력 향상과 한국 대중문화 인지도가 해외에서 높아진 결과"라고 분석했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재ㆍ재배포 금지>

<화학저널 2013/04/08>