롯데 신세계 계열 e커머스 매출 추이/그래픽=조수아롯데와 신세계가 1분기 대형마트와 슈퍼 등 오프라인 사업부문에서 견조한 실적을 거뒀다. 극심한 소비불황과 고물가 영향에도 불구하고 '초저가 전략'을 통해 본업 경쟁력을 강화한 결과다.하지만 e커머스 계열사들은 적자기조를 이어갔다. 오픈마켓 사업을 주로하는 G마켓은 알리익스프레스, 테무 등 중국 e커머스(C-커머스)의 공세로 분기 흑자전환 1분기만에 다시 적자로 전환했다.19일 각사 공시에 따르면 이마트(별도기준)는 1분기 매출액이 2% 늘어난 3조8484억원으로 집계됐다. 영업이익은 44.9% 늘어난 932억원이다. 당기순이익도 1004억원으로 4.7% 증가했다. 이마트에브리데이도 같은 기간 매출액과 영업이익이 3.9%, 63.6% 증가했다.롯데마트는 전년대비 2.5% 늘어난 1조4825억원의 매출을 올렸고 영업이익은 0.9% 늘어난 3287억원이었다. 기존점 기준 매출은 4%대로 증가했다. 롯데슈퍼의 경우 올 1분기 매출 3287억원, 영업이익 120억원으로 각각 0.9%와 42.2%의 성장률을 보였다.식료품을 중심으로 매장을 재단장하고 '초저가'를 내세우며 소비자들의 발길을 오프라인으로 돌리게 한 전략이 주효한 것으로 풀이된다. 하지만 오프라인 사업이 호실적은 거둔 것과 달리 e커머스 계열사들은 적자를 면치 못했다. 신세계 계열 쓱닷컴(SSG.COM)과 G마켓은 영업손실을 줄였지만 매출도 함께 줄었다. G마켓은 1분기 2552억원의 매출을 올렸다. 지난해 1분기(3031억원) 대비 15.8% 줄어든 금액이다. 영업손실은 지난해 1분기 109억원에서 올해 85억원으로 소폭 개선됐다.  
  
  
  
  
  
  
  
롯데 신세계 계열 e커머스 영업이익 추이/그래픽=조수아G마켓은 지난해 4분기 신세계 계열 편입 후 처음으로 영업이익 흑자(2억원)를 냈지만 3개월만에 다시 적자로 전환했다. G마켓 관계자는 "알리, 테무의 공세로 인해 시장점유율을 지키기 위해 할인행사를 많이 진행하다 보니 매출이 줄었다"며 "수익성을 개선하면서 시장점유율을 지키려는 과정에서 만들어진 결과"라고 설명했다.쓱닷컴의 올해 1분기 매출액은 전년동기대비 1.9% 줄어든 4134억원이다. 영업손실은 같은기간 156억원에서 139억원으로 줄였다.백화점 상품과 라이프스타일 중심 프리미엄 상품은 잘 팔렸으나 식료품 매출이 줄어들면서 전체 매출은 전년동기 대비 소폭 줄었다. 영업이익은 광고수익 증가, 물류 효율화를 통해 전년동기대비 17억 개선했다.쓱닷컴 관계자는 "코로나19 유행 시기 잘 나가던 식료품 부분 사업 매출이 엔데믹 이후 줄어들었다"며 "알리익스프레스가 K-베뉴를 통해 식료품 판매를 시작한 것도 일부 영향이 있을 것"이라고 말했다.롯데온은 매출은 소폭 늘었지만 영업손실폭도 확대됐다. 롯데온의 올해 1분기 매출액은 298억원으로 전년동기(224억원)대비 1.7% 증가했다. 같은기간 영업손실은 200억원에서 224억원으로 적자폭이 커졌다.롯데온 관계자는 "공개할 수는 없지만, 영업활동을 통한 영업이익은 개선됐다"면서도 "오카도 사업관련 비용(11억원)이 반영되고 부가세 환급건이 반영되는 등 영업활동 외 비용이 늘면서 영업손실이 커졌다"고 설명했다. 이어 "버티컬몰의 매출을 확대하고 '월간롯데'와 같이 계열사간 협업과 계열사 자산을 활용해 수익성을 개선해나갈 방침"이라고 덧붙였다.