

2003년 상반기(1월 - 6월), 속옷 업체 상위 5개사 매출액

(단위: 억원)

구분	남영L&F		쌍방울		비와이씨		신영와코루		좋은사람들	
2003년 1월-6월	1,113	17%	1,086	-16%	861	-1%	772	-2%	429	-18%
2002년 1월-6월	944	-	1,301	-	872	-	791	-	524	-

※ 자료출처: 금감원 공시보고서

## (주)남영 L&F

여성 속옷 전문기업

(주)비비안의 기업명 (주)남영 L&F로

매출액과 당기 순이익을 기록하며 순항을 거듭하고 있다.

남영L&F은 47회계년도(2002년7월~2003년6월) 결산 결과, 전기의 1,836억 원보다 21%증가한 2,230억 원을 달성했다. 순이익은 전기 대비 15% 증가한 122억 원을 기록했다. 속옷업체들의 매출액 감소세가 뚜렷한 가운데서도, 남영L&F은 매 분기마다 전년대비 두 자릿수 이상의 꾸준한 성장세를 기록했다.

남영L&F은 유통구조의 개선과 신상품의 연이은 성공, 첨단 물류센터 운영에 따른 경비절감 등이, 지속적인 매출액과 순이익 증가의 원인으로 분석하고 있다.

### 유통의 고급화와 대형화

남영L&F은 97년부터 유통구조 개선을 위해 유통의 고급화와 대형화에 주력해 왔다. 이 결과 당시 백화점과 할인점 각각 28%와 8%인 매출비중을 현재 40%와 30%로 증가시켰다. (주)남영L&F의 주력 브랜드인 비비안의 경우 2000개의 매장을 현재 300 여개로 정비, 매장의 고급화와 대형화에 성공했다.

매년 출시되고 있는 주력 신상품들의 연이은 성공도 큰 몫을 했다. 노브라, 투씨브라, 에어볼륨브라, 볼륨포에버브라와 올해의 스킨볼륨브라는 여성 속옷의 유행을 주도하며 남영L&F 매출 증가의 견인차 역할을 하기도 했다.

남영L&F은 제품의 생산을 담당하는 협력사와의 파트너십 강화를 위해 매년 워크샵을 개최하고, 전자 구매카드 시스템을 도입하여 협력사의 결제 방식을 효율적으로 진행하는 등 최고의 제품을 생산할 수 있도록 각종 편의를 제공해 주고 있다. 또한 남영L&F은 비비안 전문점 주와의 워크샵을 통해, 소비자와 직접 만나는 각 전문점의 영업력 강화는 물론 좀 더 효율적이고 질 높은 브랜드 관리에 힘써왔다.

남영L&F은 지난 2002년 여성 속옷업계에서는 최초로 2,000억원이 넘는 매출액을 달성했으며, 2002년 4/4분기부터는 란제리 시장을 넘어 전체 속옷 시장에서 가장 높은 매출액을 기록하며 업계 1위의 자리를 차지하고 있다.

8월 29일부터 새로운 상호로 사용되고 있는 '(주)남영 L&F'는 '남영 란제리&화운데이션 (Namyung Lingerie&Foundation)'의 약자로, 화운데이션·란제리 전문기업으로 거듭나겠다는 의지를 품고 있다.

김진형 (주)남영L&F 대표이사 사장은 "매출액과 시장 점유율에서 전체속옷시장 1위로 올라선 만큼, 지금까지의 양적인 성장보다는 브랜드 중심의 질적인 성장을 최우선의 목표로 삼고 있다. 이번의 상호와 브랜드명을 구분시키기 위한 새 기업명의 도입은, 향후 실시하는 브랜드 중심의 마케팅 활동에 좀 더 무게를 실어 줄 수 있을 것으로 보고 있다."고 밝혔다.