

Industry Comment

Analyst 안지영

02) 6915-5675

jyahn@ibks.com

비중확대 (유지)

유통/화장품

유통,화장품 1~2월 매출 및 수출 동향 점검

- 1월 유통업체 매출 동향 전년대비 10.6% 증가(오프라인 6.5%, 온라인 17.3%, 백화점 7.6%, 대형마트 6.3%), 구매건수 1.9% 구매단가 4.6% (마트 -2.8%, 9.4%/ 백화점 -4.5%, 12.7%/ 편의점 3.6%, 2.9%/ SSM 0.2%, 3.5%) / 설 시점 차이: 18년 2월 16일(금), 19년 2월 5일(화)
- 명절로 식품 및 선물 수요 증가, 상품군별 매출은 식품(21.7%), 명품(12.3%), 패션(-0.4%)
- 2월 화장품 수출 4억 6,600억 달러 +21.5%(19년 1월 +0.8%, 18년 2월 -5.3%/ 중국 18년 2월 -14.5%, 19년 2월 +61.1%)

유통업체 1월 매출, 명절 효과 반영하며 전년동월 대비 10.6% 증가

2019년 1월 주요 유통업체 매출은 오프라인 6.5%(백화점 7.6%, 대형마트 6.5%, 편의점 6.6%, SSM 3.7%) 온라인은 17.3%로 설 연휴 영향에 따른 명절 수요와 시점 영향을 반영하며 모든 채널에서 성장성을 시현했다. 업태 전체적으로는 10.6% 성장했다. 특히 모든 채널에서 명절 선물세트 판매 증가가 집중된 가운데 오프라인 유통업 매출은 지난해 2월 이후 가장 높은 수준의 매출 증가율을 나타냈다.

전체 채널에서 상품군별 매출 동향을 살펴보면 식품이 21.7%, 해외유명브랜드 12.3%로 고성장을 시현했다. 반면에 유일하게 패션/잡화 부문만 0.4%의 역신장에 그쳤다.

오프라인 유통업체 동향

오프라인 업체는 백화점의 기존점 7.6%를 중심으로 대형마트 6.3%, 편의점 6.6%, SSM 3.7%를 시현하며 모든 채널에서 성장했는데

1) 백화점은 명절 특수로 식품 매출이 37.8% 증가했으며, 재고정리 행사로 가정용품도 14.2%의 고성장을 시현했다.

2)대형마트는 모든 채널 가운데 구정 기간 영향이 가장 크게 작용했는데 양곡 가격 상승*으로 식품 매출이 12.0% 증가하며 4개월 만의 성장세로 전환했다. * ' 19.01월 쌀(일반계, 상품) 20kg 소매가격은 53,116원으로 ' 18.01월 43,833원에 비해 21.2% 상승 (출처 : aT한국농수산식품유통공사, 월말일 기준)

3)편의점은 점포수 증가가 4.1%에 그쳤지만 가공, 즉석식품이 7.9% 증가하며 점포당 매출액은 2.4% 증가했다.

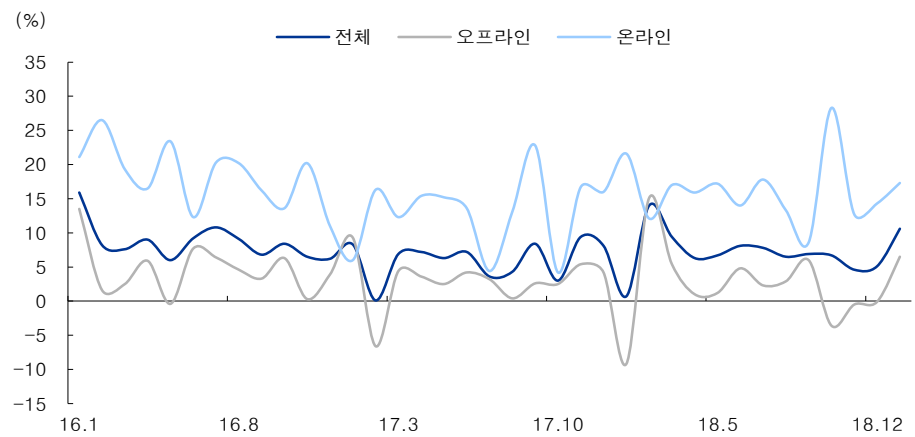
4) SSM은 온라인 유통업체 행사로 일상용품 매출이 -4.6%에 그쳤지만, 명절행사 강화로 식품은 4.1% 증가했다.

온라인 유통업체 동향

온라인 내 채널 별 동향은 온라인판매증개 15.9%, 온라인판매 20.8%로 두 자리 수의 성장성을 시현했다. 특히 온라인판매증개는 지방축제 상품 및 명절선물로 인한 식품 매출이 +53.8%, 생필품 특가 기획전에 따른 생활용품 매출이 +18.0%를 시현하며 온라인 채널의 매출 성장을 주도했다.

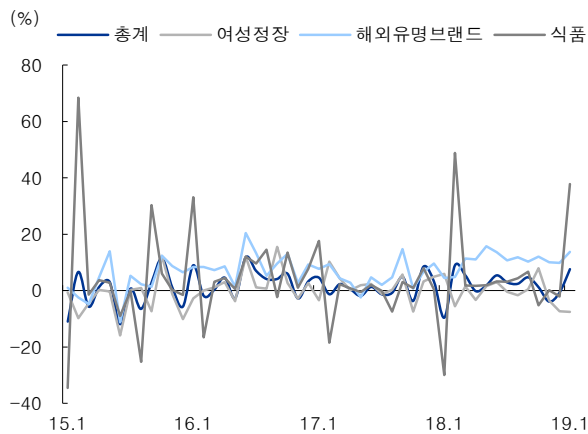
반면에 온라인판매는 소형가전 판매 증가로 가전 부문 매출이 +47.6%, 설 연휴 여행상품 기획전에 따른 서비스/기타 부문 매출이 +44.8%, 식품 매출이 +29% 성장했다.

그림 1. 산업통상자원부 1월 주요 유통업체 매출 동향



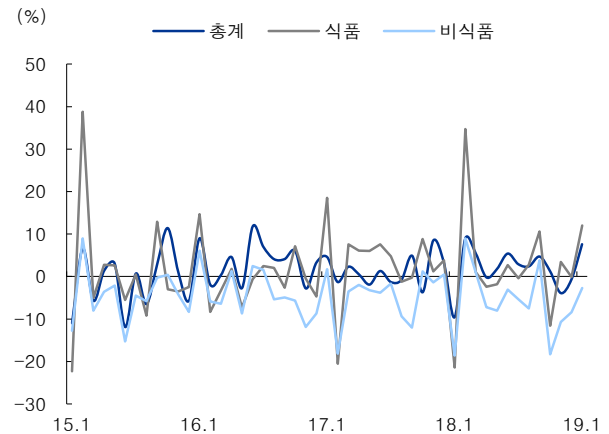
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 산업통상자원부 1월 백화점 매출 동향



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 산업통상자원부 1월 대형마트 매출 동향

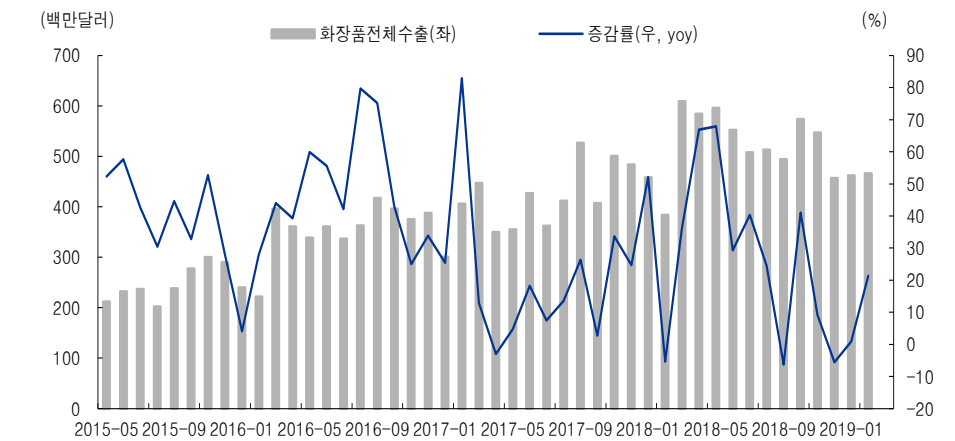


자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

2월 화장품 수출 4.7억 달러(+21.5% yoy)

2월 화장품 수출은 4억 6,600억 달러로 전년대비 21.5%를 시현했는데 중국은 1.74억 달러로 전년대비 61.1%, 아세안은 4,610억 달러로 전년대비 33.2%를 시현했다. 그 외에 베트남은 204억달러(+173.1%), CIS은 151억달러 +56.5%를 시현했다. 특히 중국 및 아세안은 60개월 연속 증가세가 이어졌으며 색조 및 기초 모두 호조세를 보였다.

그림 4. 2월 화장품 수출 동향 (2월 1일~25일 기준)



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권