

#19-119 P(단가)가 상대적 차이를 만든다



Analyst >>>>

박희진

(02) 3772-1562

hpark@shinhan.com

소비 지표 부진, 차별화에 대한 고민

지난 7월 소비자심리지수는 95.9pt로 전월대비 1.6pt, 전년동월대비 5.1pt 하락해 연중 최저치를 기록했다. 가계수입전망CSI와 소비지출전망CSI 역시 각각 전월, 대비 1.0pt 하락한 96, 107pt를 기록해 부진한 내수 소비를 반영했다. 그러나 부진 속에서도 차별화는 존재한다. 월 소득 400만원 이상 구간에서의 소비지출전망CSI는 7월 기준 전월과 동일한 반면 200만원 이하 소득 구간에서는 전월대비 평균 2.5pt 하락했다.

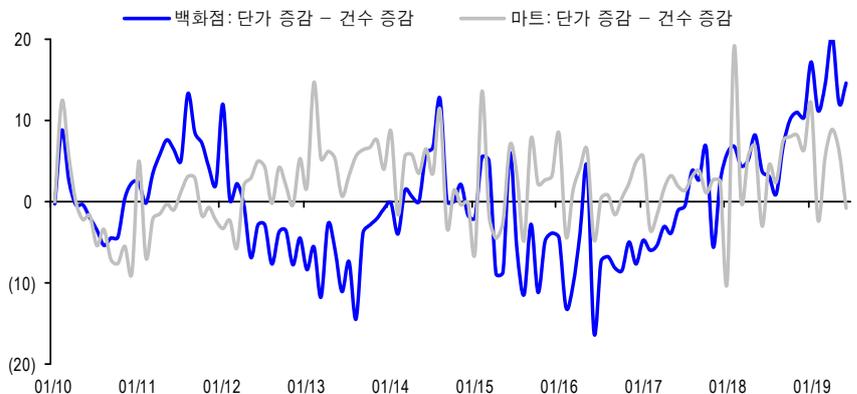
YTD 평균 구매단가(증감) - 구매건수(증감): 백화점 +15.0%, 마트 +5.0%

부진한 소비 환경 속에서 상대적 고소득 구간의 소비 심리는 견조했다. 실제 6월까지 발표된 산업통상자원부 주요 유통 매출 동향 기준 백화점 업태의 연초 이후 구매단가 증가와 건수 증가 간 괴리는 +15%에 달하는 반면, 마트 업태는 +5%에 불과하다. 단가와 건수 증감률 합산 기준 전년동월대비 평균 기준 점 성장률은 백화점 +1.3%, 마트 -3.9%을 기록해 1인당 구매단가가 마트 업태 대비 2배 가량 높은 백화점 업태의 성장률이 상대적으로 양호했다.

상대적 차이에 대한 경쟁 우위, 고가 상품 채널에 대한 관심은 유효

상대적 고가 채널의 성장률 우위에도 불확실성은 여전하다. 지난 1분기 소득 5분위 구간의 가처분 소득 증감률은 13개 분기만에 감소 전환되었다. 전체 소득 증감률은 -2.2% YoY를 기록해 3Q09 이후 가장 부진했다. 백화점 전체 매출액 증감률도 성장세가 유지되고 있으나 1인당 구매 건수는 10개월 연속 감소세(YoY)를 기록, 지난해 이후 평균 3.9% 감소했다. 동 기간 마트 구매 건수 증감률은 -3.7%을 기록했다. 최근 백화점 업태들의 매장 리뉴얼, 리모델링은 명품 위주로 전개/진행 중이다. 영업면적에 대한 방향성 고려 시 가격 상승을 통한 차별화 추세는 당분간 계속되겠다. 최악의 상황에서도 상대적 차이에 대한 선호도는 존재한다. 고가 상품 채널에 대한 관심을 유지한다.

백화점 & 대형마트 구매단가(P) 증감률 - 구매건수(Q) 증감률 추이



자료: 산업통상자원부, 신한금융투자

이 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다(작성자: 박희진).