

| | 주가(원) 기준일: '12.11.30 | 시가총액(십억원) 기준일: '12.11.30 | 시장대비 주가수익률(%p) | | | | | PER(x) | | PBR(x) | | ROE(%) | | EV/EBITDA(x) | | 주간 순매수(십억원) | | |
|--------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------|------|-------|-------|-------|-------------|-------------|--------|-------|--------|-------|--------------|-------|-------------|--------|--|
| | | | 1W | 1M | 3M | 6M | YTD | 2012F | 2013F | 2012F | 2013F | 2012F | 2013F | 2012F | 2013F | 기관 | 외국인 | |
| 롯데쇼핑 | 358,500 | 10,412.1 | -0.1 | 5.1 | 10.7 | 8.8 | -0.3 | 10.9 | 9.8 | 0.7 | 0.6 | 6.6 | 6.9 | 6.9 | 6.2 | 8.62 | -4.54 | |
| 신세계 | 201,500 | 1,983.8 | -1.4 | 2.2 | -12.3 | -17.2 | -23.6 | 10.8 | 10.0 | 0.9 | 0.8 | 8.9 | 8.8 | 8.1 | 7.2 | 1.91 | 0.19 | |
| 이마트 | 218,000 | 6,076.9 | -3.8 | -8.9 | -13.2 | -22.3 | -27.7 | 11.9 | 11.0 | 1.0 | 0.9 | 8.7 | 8.6 | 8.1 | 7.1 | 3.57 | -8.18 | |
| 하이마트 | 73,900 | 1,744.6 | -0.4 | -2.4 | 18.1 | 19.6 | -14.5 | 18.7 | 12.4 | 1.2 | 1.1 | 6.4 | 9.0 | 10.9 | 8.2 | 2.42 | 0.36 | |
| 현대그린푸드 | 17,900 | 1,748.9 | -1.7 | -2.2 | 0.5 | 4.3 | 5.0 | 25.2 | 20.5 | 1.3 | 1.2 | 5.9 | 6.7 | 16.2 | 12.7 | 3.11 | -2.65 | |
| 현대백화점 | 150,500 | 3,522.1 | -1.5 | 10.0 | 4.2 | -1.1 | -13.5 | 10.6 | 9.6 | 1.3 | 1.1 | 11.7 | 12.5 | 8.0 | 7.1 | 4.93 | -8.10 | |
| 현대홈쇼핑 | 121,500 | 1,458.0 | -2.3 | -7.3 | 4.2 | -4.0 | -14.5 | 9.2 | 8.6 | 1.5 | 1.3 | 17.3 | 15.7 | 3.9 | 2.7 | 8.29 | -10.23 | |
| CJ오쇼핑 | 266,700 | 1,654.5 | 0.3 | 11.4 | 24.7 | 37.9 | 3.5 | 11.9 | 9.5 | 3.5 | 2.9 | 30.3 | 21.9 | 12.0 | 10.6 | 1.00 | 1.28 | |
| GS리테일 | 29,550 | 2,275.4 | -9.1 | -8.5 | -4.6 | 22.5 | 21.8 | 17.5 | 14.2 | 1.5 | 1.4 | 8.8 | 10.0 | 7.9 | 6.7 | -13.07 | 5.14 | |
| GS홈쇼핑 | 148,000 | 971.3 | 5.8 | 8.2 | 41.0 | 41.3 | 27.7 | 9.9 | 8.6 | 1.4 | 1.2 | 15.3 | 15.6 | 3.9 | 2.8 | 0.22 | 1.94 | |
| 유통업체 평균 PER | | | | | | | | 14.1 | 11.7 | | | | | | | | | |

| | 주가(원) 기준일: '12.11.30 | 시가총액(십억원) 기준일: '12.11.30 | 시장대비 주가수익률(%p) | | | | | PER(x) | | PBR(x) | | ROE(%) | | EV/EBITDA(x) | | 주간 순매수(십억원) | | |
|----------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------|------|-------|-------|-------|-------------|------------|--------|-------|--------|-------|--------------|-------|-------------|-------|--|
| | | | 1W | 1M | 3M | 6M | YTD | 2012F | 2013F | 2012F | 2013F | 2012F | 2013F | 2012F | 2013F | 기관 | 외국인 | |
| 베이직하우스 | 11,900 | 248.2 | -7.1 | 0.2 | -20.2 | -4.9 | -36.1 | 15.9 | 9.1 | 1.2 | 1.1 | 8.0 | 12.9 | 6.9 | 5.3 | -0.84 | 0.24 | |
| 신세계인터내셔널 | 90,500 | 646.2 | 2.5 | 4.6 | 3.4 | -4.3 | -26.5 | 12.8 | 13.3 | 1.6 | 1.4 | 13.1 | 11.3 | 9.8 | 8.4 | 2.40 | -0.19 | |
| 영원무역 | 34,800 | 1,420.2 | -1.1 | 1.9 | -0.4 | 11.1 | 19.5 | 10.4 | 9.3 | 2.1 | 1.7 | 22.4 | 20.5 | 5.7 | 4.8 | -2.27 | 0.26 | |
| 한섬 | 29,950 | 737.7 | 1.3 | 7.2 | 6.1 | -6.8 | -5.0 | 10.2 | 9.1 | 1.1 | 1.0 | 11.3 | 11.5 | 6.0 | 5.0 | 1.02 | -0.11 | |
| 힐라코리아 | 60,400 | 600.3 | -1.8 | -2.9 | -21.7 | -27.5 | -28.1 | 6.2 | 5.7 | 1.5 | 1.2 | 26.6 | 22.9 | 7.8 | 6.8 | -2.87 | -0.16 | |
| LG패션 | 30,100 | 880.1 | -10.2 | -2.1 | -10.7 | -9.9 | -31.4 | 9.8 | 7.8 | 1.0 | 0.9 | 10.3 | 11.8 | 5.0 | 3.7 | -7.67 | 3.84 | |
| 섬유복 업체 평균 PER | | | | | | | | 10.9 | 9.0 | | | | | | | | | |

주1: 유통업체 롯데쇼핑, 신세계, 하이마트, 현대백화점, 하이마트, GS리테일은 IFRS 연결 기준/ CJ오쇼핑, 현대홈쇼핑, GS홈쇼핑은 IFRS 단독 기준

주2: 베이직하우스, 힐라코리아, 영원무역은 IFRS 연결 기준/ LG패션, 한섬, 신세계인터내셔널은 IFRS 별도 기준

주3: IFRS 연결 기준 기업의 ROE는 지배주주ROE 기준

주4: 주가수익률 기간 산정 기준- 비거래일 포함, 1주: 7일, 1개월: 30일, 3개월: 91일, 6개월: 183일 기준

주5: CJ오쇼핑을 제외하고 시장컨센서스 기준. CJ오쇼핑 PER은 지분법 고려한 당사 조정순이익 추정치 기준 EPS임

주 6: 종목별 순서는 2012년 예상 PER 순서임

유통주
주간
수익률

- ▶ 유통업 평균 주가, 주간 상승률 -0.2% 하락하며, KOSPI 대비 -1.4%p Underperform. CJ오쇼핑, GS홈쇼핑 제외한 유통 주요종목 모두 시장대비 Underperform
- 주간 수익률 BEST: GS홈쇼핑, 주간 +5.9%yoy 상승하며 KOSDAQ대비 +5.8%p Outperform
→ 전주 낙폭 과대에 따라 주가 상승. 현재 유통 주요종목 내 불황형 소비모델로 홈쇼핑 3사 대두. 특히 외형성장과 수익성 개선이 일어나고 있는 GS홈쇼핑 주목
- 주간 수익률 Worst: GS리테일, 주간 -7.9% 하락하며 KOSPI 대비 -9.1%p Underperform → 편의점 공정위 4Q12 규제가능성 대두. 일부 뉴스에서 거리까지 명시되며 규제 가시화

주말
(11/30~12/2)
(금/토/일)
주요 유통
NEWS

▶ **올해 유통업계 키워드는 'RED'... 규제·알뜰소비·직접소통**

- 롯데마트는 올해의 유통 키워드로 'RED' 선정. RED는 △대형 유통업체에 대한 영업규제(Regulation) △알뜰 소비 트렌드(Economical purchase) △고객과의 직접 소통 강화(Direct communication) 등 세 단어의 앞글자를 조합한 것
- 올해 대형마트/SSM등이 규제에 고생. 대형 유통업체들의 매출은 지속 감소. 지경부 자료에 따르면 대형마트 매출은 추석이 있었던 9월을 제외하고 4월부터 10월까지 역성장 기록
- 규제와 더불어 불황과 고물고가로 인해 소비심리가 위축되며 알뜰소비를 하는 소비자들이 증가
- 롯데마트에서 포인트 사용액은 월평균 작년보다 11%가량 증가했고, 할인쿠폰 사용률도 작년보다 8.9%포인트 증가
- 유통업체들은 빠르게 변하는 소비자 트렌트에 대응하기 위해, 고객과의 직접 소통을 강화

▶ **신세계 전면 물갈이... 이마트·백화점 대표 교체**

- 신세계그룹이 주력 계열사인 이마트와 신세계백화점 대표를 모두 교체
- 정부의 영업규제로 인한 매출 부진과 잇단 경영 악재에 대한 책임을 묻고 세대교체를 통해 분위기 쇄신을 꾀하는 것으로 풀이. 신세계는 허인철 경영전략실 사장을 이마트 대표로, 장재영 신세계 판매본부장을 신세계백화점 대표로 임명하는 정기 임원인사를 단행, 허 실장의 자리에는 김해성 신세계인터내셔널 대표가 내정
- 이에 대해 업계에서는 잇단 경영 실기(失機)에 따른 문책성 인사로 해석
- 실적 악화와 더불어 롯데쇼핑과의 인천점 분쟁 등으로 경영진 교체설은 꾸준히 제기되어 왔는데 신세계는 여기에 공정거래위원회로부터 계열사 부당지원으로 40억원의 과징금을 부과받은 데 이어 29일엔 검찰의 압수수색까지 당하는 등 전반적으로 악재

▶ **홈쇼핑과 손잡는 온라인몰 상품, 잘 나가네~~**

- 온라인몰들이 홈쇼핑과 손잡고 불황 탈출. 온라인몰들은 홈쇼핑에서 완판된 상품을 판매하거나 관련 상품을 저렴한 가격에 선보여 높은 매출 기록중
- 오픈마켓 11번가는 올 5월부터 현대홈쇼핑 전문관을 열고 홈쇼핑 상품을 판매 중
- '정형돈의 도니도니 돈까스'의 이달 매출은 출시 때보다 3배 가량 증가. 이 상품은 현대홈쇼핑에서 누적 매출 250억 원 이상을 달성
- 현대홈쇼핑에서 몇 차례 완판 기록을 세운 의류 브랜드 '라쁜떼'도 5월보다 매출이 2배 이상 증가
- G마켓은 CJ오쇼핑에서 히트친 '아쉬 스니커즈' 관련 상품으로 매출 증가
- 11월 10일 CJ오쇼핑에서 아쉬 스니커즈가 방송 28분 만에 매진을 기록하자 G마켓에선 디자인이 비슷한 '스니커즈 힐' 매출이 급증 (일주일 판매량 2011년 동기 대비 41% 증가)
- 옥션은 홈쇼핑 방송에서 사용된 전시용 상품이 인기를 끌자 본 상품 판매를 시작, GS샵에서 론칭했던 복근운동기 '손리의 원더코어'의 매출은 3개월 전 출시 당시보다 25% 이상 증가

주간
(11/26~11/30)
주요 유통
NEWS

유통 기업
주요 News

▶ **롯데마트 베트남 3·4호점 잇따라 오픈**

- 롯데마트는 29일 베트남 동나이성 비엔화시에 베트남 3호점인 '동나이점'을 개점한다고 27일 발표
- 2호점 개점 후 2년4개월만에 문을 여는 점포로 호찌민시가 아닌 지역에 출점하는 것은 처음
- 비엔화시는 동나이성의 중심 도시로 앞으로 호찌민시의 위성도시로 발전할 가능성이 큰 지역이고 매장 규모는 지상 6층 면적 1만3천㎡로 주변에 주거단지와 공단이 형성돼 유동인구가 많은 우수 상권에 자리잡고 있다고 발표
- 12월에는 다낭시 하이쩌우군에 베트남 4호점인 '다낭점'도 오픈할 계획
- 롯데마트는 이번 3~4호점 개점을 계기로 베트남 시장 확장 속도를 더욱 높일 계획

▶ **현대백화점, 현대쇼핑 백화점 영업부문 흡수합병**

- 현대백화점은 사업경쟁력 강화와 합병 시너지를 통한 주주가치 및 기업이미지 제고를 위해 현대쇼핑의 백화점 영업부문을 흡수·합병한다고 27일 공시
- 합병기일은 오는 2013년 1월1일로 결정

▶ **신세계, 3Q12 영업이익 404억원**

- 신세계는 분기보고서를 통해 3Q12 연결 영업이익 404억원을 기록했다고 공시
- 3Q12 매출액은 5,357억원, 당기순이익은 258억원으로 집계

▶ **롯데쇼핑·롯데미도파 합병 '완료'**

- 롯데미도파는 28일 임시주주총회를 열고 롯데쇼핑과 체결한 합병계약을 승인했다고 공시
- 이로써 양 측의 합병 절차는 모두 마무리
- 내년부터 롯데미도파가 운영하고 있는 서울 노원점과 소공동 영플라자는 롯데쇼핑의 롯데백화점, 롯데마트 등과 통합 운영

▶ **이마트 중국진출 허든카드 '中企'**

- 이마트가 해외 사업 경쟁력을 높일 뿐 아니라 국내 중소기업과의 '상생' 행보에도 주력한다는 목표로 자체적인 '수출지원 전담 조직' 생성
- 28일 업계에 따르면 이마트는 최근 중국 시장 재정비와 베트남 진출을 앞두고 국내 중소·중견기업과의 시너지 효과를 창출하기 위해 '수출지원팀(가칭)'을 만들기로 결정
- 이마트 상품분부를 중심으로 국내 건설한 중소기업 상품이 이마트 해외 진출과 함께 자연스럽게 수출될 수 있도록 지원하는 관련 조직을 만들 계획
- 이마트는 1997년 국내 대형마트 업체 가운데 최초로 중국에 첫발을 디뎠지만 시장 공략에 어려움을 겪으며 지난해 952억원에 달하는 손실을 기록
- 2011년 27개에 달하던 중국 점포는 현재 16개까지 줄어든 상황
- 롯데마트가 꾸준한 인수·합병(M&A) 등으로 중국에서 100개까지 매장 수를 늘리고 있는 것과 비교되는 모습
- 이마트는 상품력을 강화해 현지 소비자를 만족시킨다는 계획 수립
- 이마트 관계자는 현지 영업 과정에서 '락앤락' 처럼 이미 국내에서도 품질을 인정받은 우수한 토종 브랜드는 중국 소비자에게 충분히 좋은 제품으로 각인돼 있다는 것을 알게 됐다며 이들 제품을 무기 삼아 중국 시장에서 재도전에 나서는 것이라고 설명
- 이달 초 한·중 수교 20주년을 기념해 중국 이마트 16개점에서 국내 중소기업 제품 100여 종을 선보인 '한국 상품전'을 개최한 것도 같은 맥락
- 대기업 위주였던 2011년과 달리 국내 20여 개 중소기업을 중심으로 진행한 올해 행사는 2011년보다 매출이 169.4%나 뛴 정도로 현지 소비자 좋은 반응
- 특히 한국 중소기업 제품은 중국을 포함한 아시아 지역에서 '가짜가 없고 품질이 좋은' 것으로 잘 알려져 있는 만큼 중국 및 향후 진출할 베트남 지역에서 자체 수출지원팀을 통해 이마트 매장을 이들 제품의 주요 유통망으로 확실히 자리매김하도록 한다는 목표

주간
(11/26~11/30)
주요 유통
NEWS

유통
산업
주요 News

▶ 유통업계, 고용 `한파`·채용계획 전면 보류

- 유통업계의 올해 채용 규모가 크게 감소. 불황 영향의 탓도 있었지만 영업제한 등 각종 규제 영향 때문인데, 내년에도 상황은 만만치 않을 전망
- 홈플러스 서울 합정점은 8월말 개점 예정이었지만 주변 중소상인들의 반발로 3개월째 문을 열지 못하고 있는 상태
- 개점이 지연되면서 채용은 올스톱된 상태. 당초 홈플러스는 합정점에서 근무할 400여명 채용계획. 이 중 필수인력 100여명을 6월 미리 선발했지만 현재 이들에 대한 입사는 전면 보류
- 이처럼 영업제한 등 각종 규제로 추가 출점이 여의치 않게 되면서 유통업계에는 고용 한파 부는 중
- 실제 홈플러스의 대졸과 경력사원 정규직 신규채용 규모는 지난 2010년 390명에 이르던 것이 올해(188명)에는 50% 넘게 급감
- 롯데마트와 이마트도 사정이 비슷
- 통상 대형마트의 경우 점포 1곳 출점시 400~500여명의 신규 고용 창출 효과가 기대되는데, 올해 들어 강화된 각종 규제로 채용이 전면 중단된 상황
- 마트계산원(이마트의 경우 정규직)을 포함한 운영인력과 대졸, 경력 공채 등을 포함해 지난해 2천600여명을 채용한 이마트는 올해 871명만을 채용
- 롯데마트의 경우에도 올해 초 세웠던 신규 출점 계획을 절반도 이루지 못해 최소 2천여명의 채용 계획이 전면 백지화
- 골목상권과 재래시장 보호를 취지로 유통업계에 대한 규제가 늘어가고 있는 가운데, 자칫 고용 악화라는 예상치 못한 결과를 초래할 수 있다는 우려감 증가

▶ 의류 11월 4째주 성장률, 브랜드 세일 업고 상승세 지속

<여성복> 11월 첫 두 자리 신장

- 롯데, 신세계, 현대 등 빅3 백화점 여성복 매출은 11월 한 달 간 꾸준히 올라 넷째 주에는 품목별로 +13~20%yoy까지 신장
- 행사 물량 증가와 온라인 판매가 늘어난 점도 있으나 여성복군 실 매출액이 3사 평균 두 자릿수 신장률을 기록한 것은 2012년 들어 처음
- 각 백화점들은 이러한 매기에 대한 기대감 속에 11/23일부터 브랜드 세일 돌입. 이어서는 일제히 겨울 정기 시즌오프에 들어가 2013년 2월 말까지 빅 세일 시즌 지속 계획
- 가두상권에서도 겨울 시즌 판매는 호황. 아울렛물, 대형마트에서는 중하위권 브랜드까지 평균 +15~20%yoy의 신장률을 기록

<남성복> 방한용 제품 수요 꾸준

- 전주 대비 신장세. 겨울 상품 매출이 꾸준히 이어지고 있고, 세일을 통한 판매를 극대화 전략으로 고객들의 입점이 크게 증가
- 백화점점별로 롯데 +3.2%yoy, 현대 +4.6%yoy, 신세계 +3.1%yoy씩 각각 신장. 복종별로는 신사복이 전주 대비 포함 수준에 그쳤고, 캐릭터캐주얼과 수입 브릿지, TD 캐주얼은 신장
- 신사복은 정상 매출 대비 행사 비중이 크게 높아졌지만, 이렇다 할 신장의 기회를 잡지 못했고, 캐릭터캐주얼은 모직 코트와 다운류 판매가 꾸준히 이어지며 신장세 기록

<캐주얼> 주말 매출 큰 폭 신장

- 캐주얼은 백화점과 가두점 모두 전년 동기 대비 포함 내지 소폭 감소세. 겨울 날씨가 이어지면서 아우터 판매가 활성화를 보였으나 전년동기간 매출이 컸던 점에서 상대적인 감소세
- 백화점 별로는 롯데백화점 캐주얼 군 매출은 포함. 세일이 시작된 11/23~25일까지 주말 3일 동안은 매출이 +10%yoy의 신장세를 보였으나 평일 매출이 감소하면서 한 주간 포함
- 주말 3일간에는 수도권이 +1%yoy의 소폭 신장세를 보였으나 지방권이 두 자릿수 이상 크게 신장하면서 +10%yoy의 높은 신장률을 기록. 세일과 함께 브랜드들의 물량 대거 투입

<아웃도어> 일부 브랜드 40% 신장

- 백화점은 +10~20%yoy대, 가두점은 한 자릿수 신장세 기록. 특히 주말 추워진 날씨로 인해 평일보다 주말 매출 크게 증가
- 일부 브랜드는 +40%yoy대의 신장률을 기록. 리딩 브랜드 뿐 아니라 신생 브랜드들도 매출 호조
- 현대백화점은 온라인을 제외한 매출이 전주대비 10%대, 롯데백화점도 두 자릿수 신장률을 기록
- 아웃도어는 11월에 일찍 찾아온 추위로 10월 부진을 만회하면서 +30%yoy 이상 높은 신장세를 기록하며 반전에 성공

▶ 검찰, 신세계·이마트 압수수색...계열사 지원의혹

- 서울중앙지검은 29일 정용진 신세계그룹 부회장 등의 계열사 부당지원 의혹과 관련해 신세계 그룹 본사 등을 압수수색
- 검찰은 이날 서울 중구 충무로에 위치한 신세계 그룹 경영전략실과 이마트 본사 등 6곳을 압수수색해 회계자료와 계열사 지원 관련 자료 등을 확보
- 앞서 공정거래위원회는 지난달 초 신세계와 이마트 등이 계열사인 신세계SVN(베이커리) 등에 판매수수료를 과소책정하는 방식으로 모두 62억원을 부당지원했다며 시정명령과 함께 40억6천100만원의 과징금을 부과
- 이어 경제개혁연대는 지난 달 23일 정 부회장 등 신세계 임원 3명을 특정경제범죄 가중처벌법 상 배임혐의로 고발
- 신세계SVN은 신세계 백화점과 이마트 등에 제과점 빵 등을 공급하는 업체로 정 부회장의 동생인 정유경 부사장이 자신의 40%를 보유한 비상장 회사
- 경제개혁연대는 신세계 그룹의 부당지원행위로 신세계SVN의 매출이 전년 대비 54.1%나 급증했다며 총수 일가의 지시에 따라 그룹 경영지원실이 조직적으로 불법행위에 개입했다고 주장

주간
(11/26~11/30)
주요 유통
NEWS

유통
산업
주요 News

▶ 추위에 모피 판매 급증.. "소비심리 회복 신호"

- 한파에 고가 상품인 모피의 판매까지 급증. 비심리가 되살아난 확실한 신호라는 분석. 불황으로 역신장을 이어온 백화점의 모피류 판매가 11월 들어 40% 안팎의 높은 신장세 기록
- 모피류는 수백~수천만원을 호가하는 사치품으로 이는 소비자들이 가장 지갑을 늦게 여는 대표 상품
- 업계측은 모피까지 판매가 증가한 것은 소비 심리가 되살아났다는 분명한 증거라며 기대감 표출
- 현대백화점의 경우 11월 들어 25일까지 모피 매출이 +38%yoy 증가. 12/9일까지인 송년 세일 기간에도 전국 14개 점포에서 500억원 어치의 의류를 선보이는 'H모피대전'을 진행. 이는 +25%yoy 늘어난 규모로 역대 최대치
- 롯데백화점도 이달 들어 25일까지 모피 매출 신장률이 전체 점포 기준 +43%yoy 기록. 롯데백화점 모피 판매는 8월 이후 석달간 -20%yoy 이상 역신장 기록한 바 있음
- 롯데 역시 송년 세일 기간 '롯데 모피 페어'를 열고 5만점 가량의 모피를 내놓는 대대적인 행사 진행. 100만~300만원대로 가격대를 크게 낮춘 물량 확보
- 신세계백화점은 11월 15일까지 모피 판매가 +16.1%yoy 증가. 신세계는 7월 이후 넉달째 모피 매출 역신장 기록한 바 있음. 특히 10월에는 매출이 -30.5%yoy나 감소
- 신세계도 겨울 세일 기간 주요점별로 돌아가며 '모피대전'을 열고 총 2만5천점의 의류를 공급할 계획

▶ 온라인쇼핑, 불황은 없다...경기 악재에도 30조 시장 규모로 성장

- 2011년 표한 전자상거래 총 거래액은 약 999조(+21.2%yoy) 기록. 그 중 온라인쇼핑 거래액은 29조620억원으로 2010년 대비 +15.3%yoy 성장률
- 통계청이 발표한 '2012년 2분기 전자상거래 및 사이버쇼핑 동향'에 따르면 올 2분기까지 전자상거래 총 거래액(B2G, B2B, B2C, C2C 포함)은 약 287조430억원으로 +16.2%yoy 증가
- 온라인쇼핑이 차지하는 금액은 7조8310억원으로 +11.2%yoy 증가세
- 기업·소비자 간 거래(B2C)는 +2.7%yoy 성장했고, 소비자 간 거래(C2C)는 무려 +27.0%yoy나 증가
- 2Q12까지 온라인쇼핑에서 소비자가 구매한 거래액 중 증가세(yoy)를 보인 품목은 여행 및 예약서비스(37.7%), 음·식료품(27.7%), 사무·문구(20.7%), 가전·전자·통신기기(16.1%) 반면 음반·비디오·악기(-20.6%), 꽃(-20.2%) 등은 감소

▶ 유통사 자체브랜드, 물가부담 덜어준다

- 유통 업체가 자체 브랜드로 제조해 판매하는 'PB상품'에 대해 대부분 소비자들은 가게 물가부담을 덜어주고 있다고 느끼는 것으로 조사
- 대한상공회의소가 전국 소비자 1000명을 대상으로 실시한 조사 결과에 따르면 응답자 가운데 70.7%는 PB상품 판매확대가 물가안정에 도움이 된다고 응답
- PB상품은 유통업체가 기획해 제조업체에 생산을 위탁하거나 직접 생산한 뒤 자체 브랜드로 판매하는 제품으로 롯데마트 '초이스 엘', 이마트 '프레쉬', 홈플러스 '좋은 상품' 등이 대표적
- 국내 PB 상품은 대형할인점이나 편의점 등에서 주로 판매되며, 2011년 대형마트 3사의 PB상품 비중은 매출액 대비 약 24%를 차지
- 경기 불황에다 질 좋고 값싼 PB 상품이 늘어나면서 소비자들의 관심도 고조
- 이번 조사에서 최근 1년간 PB 상품을 구매한 적이 있는 소비자는 전체 응답자의 74.6%
- PB상품을 구매하는 이유로는 저렴한 가격(95.1%)을 가장 많이 꼽았고 가격대비 품질 만족(43.9%), 상품 위치·포장이 눈에 잘 띄어(37.8%), 다른 상품이 없어서(20.2%), 유통업체 명성 때문(18.0%) 등으로 집계
- 소비자들이 PB 상품으로 많이 구입하는 품목은 식품(82.2%)과 생활용품(72.6%)이었고 이외 의류·패션잡화(16.1%)나 가전(2.1%) 순서
- PB상품 만족도에 대해서는 절반 가량(49.7%)이 만족한다고 응답
- 보통이다(38.6%), 불만족한다(11.7%)는 의견도 무시하지 못할 수준
- 김경중 대한상의 유통물류진흥원장은 고물가와 경기침체로 인해 실수형 소비성향이 늘고 있어 PB상품 판매는 지속적으로 증가될 것이라며 유통업체는 제조업체와 함께 보다 저렴하면서도 안전한 품질의 PB상품을 개발해 소비자 만족도를 높이고, 동반 해외진출도 활성화해 PB상품 시장의 건강한 발전에 힘써야 한다고 언급

주간
(11/26~11/30)
주요 유통
NEWS

유통
산업
주요 News

▶ **아울렛, 불황 속 '고속성장'... 점포 확장 가속화**

- 백화점들이 연일 마이너스 성장을 하고 있는 것과 대조적으로 아울렛은 성장세
- 대형 유통업체들은 앞다퉈 아울렛에 대한 투자를 늘리는 중
- 26일 관련업계에 따르면 롯데·신세계사이먼 등 국내 주요 아울렛 점포 매출이 두 자릿수 성장세를 기록
- 롯데 프리미엄 아울렛 파주점은 올해 매출 목표를 이미 20%나 초과
- 11월 9일 문을 연 청주점도 개점 후 4일 동안 목표치를 170% 웃도는 매출 45억원 달성
- 신세계사이먼 역시 2012년 들어 10월 현재까지 매출이 작년 같은 때보다 15%가량 증가
- 1인당 평균 구매 액수도 같은 기간 10% 증가
- 방문객수는 작년 대비 10% 증가한 550만명에 이를 것으로 추산
- 이 같은 현상은 기존 백화점 고객들이 상대적으로 저렴한 아울렛으로 발길을 돌리고 있기 때문으로 분석
- 특히 명품 구입처가 기존 백화점에서 아울렛·온라인·면세점 등으로 빠르게 이동하고 있는 상황
- 실제 롯데백화점 VIP 고객 가운데 하위등급이 파주점 전체 매출의 60%나 차지할 정도
- 백화점 매출의 30%를 차지하고 있는 30대 매출 비중도 아울렛에서 절반을 차지하는 것으로 예상

<롯데백화점>

- 내년 총남 부여와 경기도 이천에 교외형 프리미엄 아울렛을 잇따라 오픈할 예정
- 2013년 6월에는 김해점에 대한 증축 공사도 진행할 계획
- 2015년 개점을 목표로 동부산 프리미엄 아울렛도 추진 중
- 이외에 도심형 쇼핑몰도 추진, 내년 상반기 서울역 갤러리아 콩코스 자리에 1만2000㎡ 규모 도심형 아울렛을 선보인다는 방침

<신세계백화점>

- 신세계사이먼은 2013년 9월 부산 프리미엄 아울렛의 문을 열 예정
- 오는 2014년에는 여주 프리미엄 아울렛을 2배 규모로 확대해 아시아 최대 아울렛으로 만든다는 방침
- 더불어 대전 프리미엄 아울렛 출점도 진행 중이고 향후 아울렛 사업을 전국적으로 확대할 계획이다.

<현대백화점>

- 인천 송도와 한강 아라뱃길 김포터미널에 각각 부지를 확보하고, 프리미엄 아울렛 사업을 준비 중
- 향후 수도권과 광역시를 중심으로 명품 아울렛 2~3곳을 추가로 출점하는 계획을 검토 중

▶ **모바일쇼핑 거래 2년새 30배**

- 스마트폰 이용자 3000만명 시대를 맞아 모바일쇼핑 시장 급 성장세
- 때와 장소를 가리지 않고 간편한 쇼핑이 가능하다는 장점을 앞세운 모바일쇼핑은 대형마트와 백화점 등이 고전을 면치 못하는 요즘 같은 불황기에도 급속도로 성장
- 26일 대한상공회의소와 랭키닷컴 등에 따르면 10월 한 달간 스마트폰과 태블릿PC 등을 통해 모바일 쇼핑앱을 이용한 소비자는 1100만명으로 집계
- 이는 공식 집계를 시작한 지난 4월 463만명보다 2배 넘게 많은 수치며 월간 이용자가 최초로 1000만명을 돌파한 10월보다도 60만여 명 증가
- 덕분에 시장 규모도 매년 빠르게 확대되는 추세
- 한국온라인쇼핑협회가 조사한 결과 2008년 20억원에 그쳤던 모바일쇼핑 거래액은 2010년 200억원으로 불어난 데 이어 작년에는 그 10배인 2000억원으로 성장
- 올해는 연말까지 6000억원 규모로 늘어날 것으로 전망
- 이 같은 빠른 성장은 스마트폰 이용자가 올해 말 3300만명을 넘을 정도로 보편화하면서 모바일쇼핑에 대한 소비자 거부감이 사라졌고 여기에 맞춰 업체들이 다양한 할인 혜택과 간편한 결제제도를 도입하며 적극적으로 고객 유치에 나선 결과로 풀이