

# MERITZ 유통/화장품 Weekly

모바일 쇼핑 성숙기 진입에 따른 투자전략



유통/화장품 Analyst 양지혜  
02. 6098-6667  
jihye.yang@meritz.co.kr

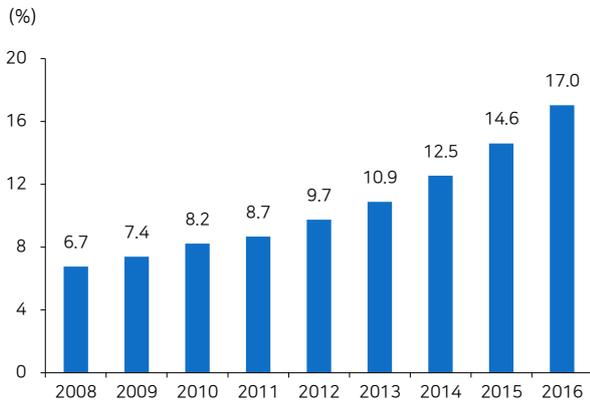
## 1. 금주의 이슈

### 모바일 쇼핑 성숙기 진입, 온오프라인 연계가 관건

모바일 쇼핑 성숙기 진입. 질적 지표는 개선된 것으로 판단

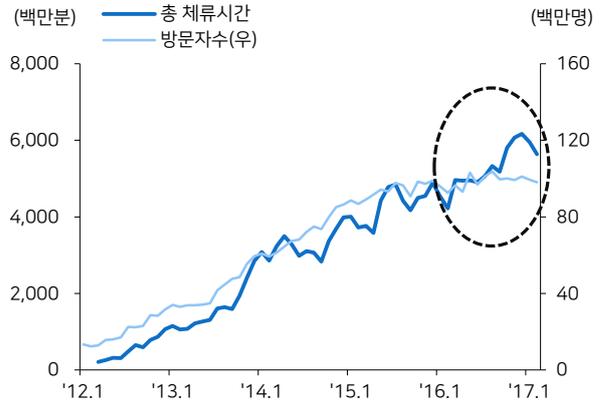
모바일 쇼핑 시장은 지난 2015년 부터 이용자 규모의 성장은 둔화되기 시작하였으나 쇼핑 체류 시간의 증가가 지속되면서 전체 소매유통 시장 내 온라인 쇼핑이 차지하는 비중은 꾸준히 상승하고 있다. 사업자 간의 경쟁 강도는 여전히 높은 수준이며 가격 할인이 중요한 요소로 작용하고 있는 가운데 배송 서비스에 대한 소비자 선호도가 속도보다는 유연성 (Overnight Delivery, CVS Pick-up Service 등)으로 변화하고 있다. 내수 소비가 위축되면서 온라인 쇼핑 또한 성장세가 다소 둔화될 수 있겠지만 사업자들은 경쟁 우위를 확보하기 위해 서비스 다양화에 주력하면서 상대적으로 높은 매출 성장세가 유지될 전망이다.

그림1 전체 소매유통 시장 내 사이버쇼핑 비중



자료: 통계청, 메리츠증권증권 리서치센터

그림2 모바일 트래픽 총 체류시간 vs. 방문자수 추이

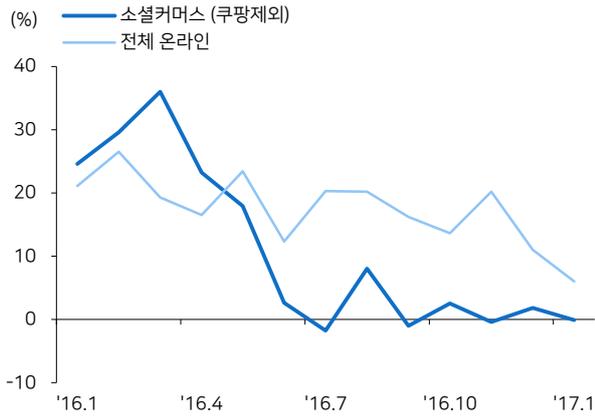


자료: 닐슨코리아클릭, 메리츠증권증권 리서치센터

특히 온라인 내 소셜커머스 트래픽 약화, 실질적인 성과 발표되는 4월 주목

지난해 하반기부터 전체 온라인 성장률 대비 소셜커머스의 성장률이 크게 둔화되고 있다. 닐슨코리아클릭에 따르면 티켓몬스터 정도만 순방문자수와 총체류시간 증가세가 유지되고 있는 가운데 쿠팡의 트래픽 감소가 두드러진다. 쿠팡은 지난해 11월 네이버와 제휴를 중단하고 상품 검색 데이터베이스를 제공하지 않고 있으며 이에 따른 트래픽 감소로 추산된다. 그러나 트래픽 감소가 실질적인 매출로 이어질지는 가늠하기 어렵다. 쿠팡 또한 네이버 제휴 중단 이후에도 두 달 동안 전년과 전월대비 모두 매출이 상승했다고 발표했다. 그 이유는 네이버 상품 검색을 통해 발생하는 매출은 2%대에 불과하고 외부 웹사이트를 통하지 않고 쿠팡 애플리케이션 등을 이용해 쿠팡에 직접 방문하는 고객이 계속 늘고 있기 때문이며 이는 전체의 90%에 육박한다. 지난 2015년 상당한 적자를 기록했던 소셜커머스 업체들이 벤처기업의 라이프사이클 상 죽음의 계곡을 지나고 있는 가운데, 2016년 하반기부터 외형 성장보다는 수익성 개선에 중점을 두기 시작한 것으로 판단한다.

그림3 전체 온라인 vs. 소셜커머스 성장률 추이



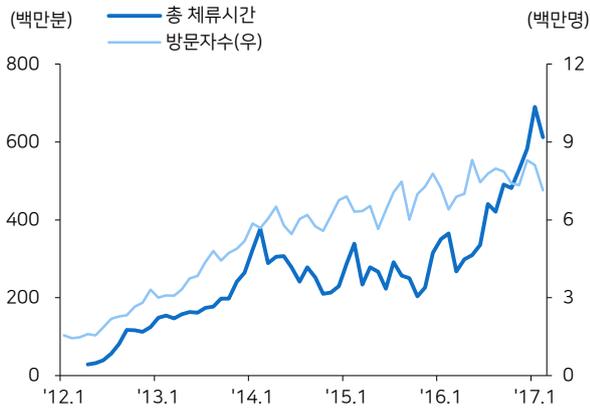
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

그림4 쿠팡 총 체류시간 vs. 방문자수 추이



자료: 닐슨코리아클릭, 메리츠증권증권 리서치센터

그림5 티몬 총 체류시간 vs. 방문자수 추이



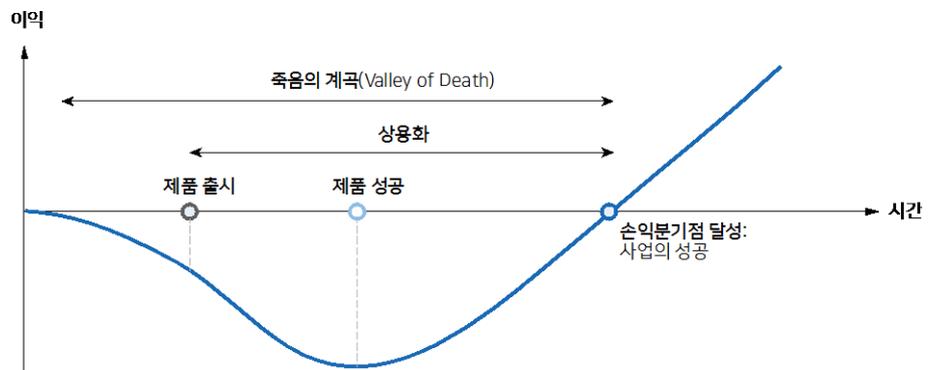
자료: 닐슨코리아클릭, 메리츠증권증권 리서치센터

그림6 위메프 총 체류시간 vs. 방문자수 추이



자료: 닐슨코리아클릭, 메리츠증권증권 리서치센터

그림7 벤처기업의 라이프사이클

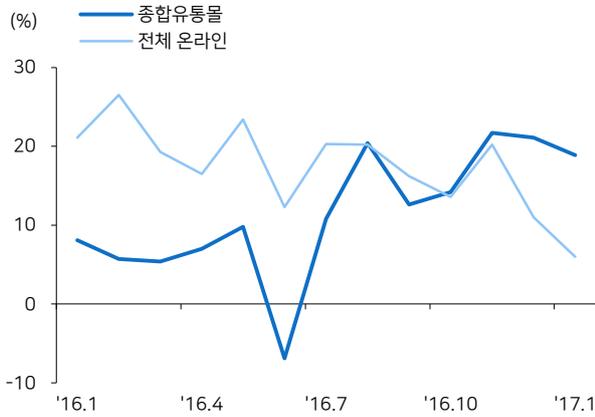


자료: 쿠팡,우리가 혁신하는 이유, 메리츠증권증권 리서치센터

온라인 내 종합쇼핑몰 성장률 회복, 카테고리별로는 식품, 가전, 패션 성과 두드러짐

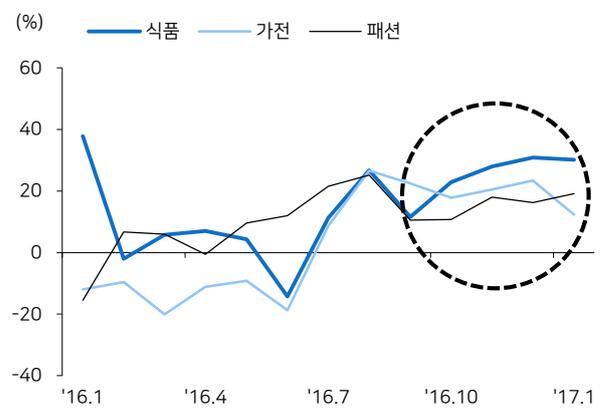
한편 2016년 하반기부터 전체 온라인 대비 종합쇼핑몰의 성장률이 상대적으로 높은 수준을 나타내고 있다. 종합쇼핑몰은 이마트, 신세계, 롯데닷컴, AK몰 등 오프라인 채널 기반 사업자들의 온라인몰이다. 카테고리 별로는 식품, 가전, 패션이 상반기 대비 하반기 성장세가 강화되면서 두드러진 성과를 나타냈다.

그림8 전체 온라인 vs. 종합쇼핑몰 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

그림9 종합쇼핑몰 내 카테고리별 성장률 추이

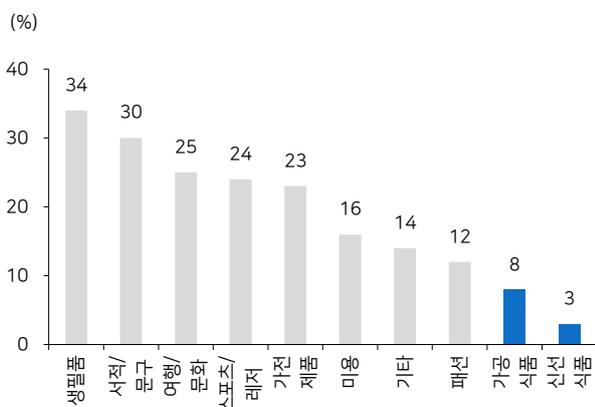


자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

식품 성장 잠재력 높지만 신생업체들 (푸드테크)의 진입과 치열한 가격 경쟁 지속

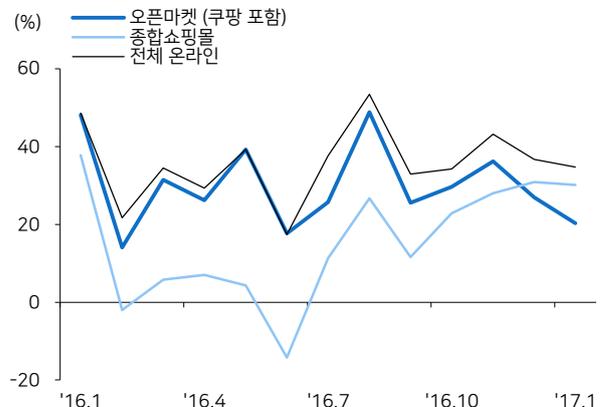
온라인 사업자들은 주로 패션, 생활용품 등의 카테고리에 집중하면서 치열하게 판촉 경쟁을 벌여왔다. 그러나 2015년 하반기부터 온라인의 침투율이 상대적으로 낮으면서도 반복구매와 신선도가 핵심인 식품 카테고리를 적극적으로 확장, 공략하고 있다. 과거 온라인 쇼핑에서 신선식품은 제품을 표준화하고 냉장유통 설비 구축에 대한 투자 부담이 있었지만 빅데이터를 활용한 IT 기술의 발전과 다양한 방식의 파트너십 (물류 Start-up간의 결합 등)을 통해 시스템이 크게 강화되었다. 다만 온라인 식품 카테고리의 성장 잠재력이 높은 만큼 기존 사업자들 뿐만 아니라 신생업체들의 진입과 치열한 가격 경쟁이 지속될 전망이다. 전체 온라인에서의 식품 성장률 대비 종합쇼핑몰의 식품 성장률이 크게 높지 않은 수준이며, 온라인에 특화된 일명 '푸드테크'라 하는 신규 업체의 출현으로 기존 오프라인 할인점의 유통업종 내 비중은 계속 줄어들 가능성 높다.

그림10 2014년 카테고리별 온라인 시장 침투율 추정



자료: Bain&Company, 메리츠증권증권 리서치센터

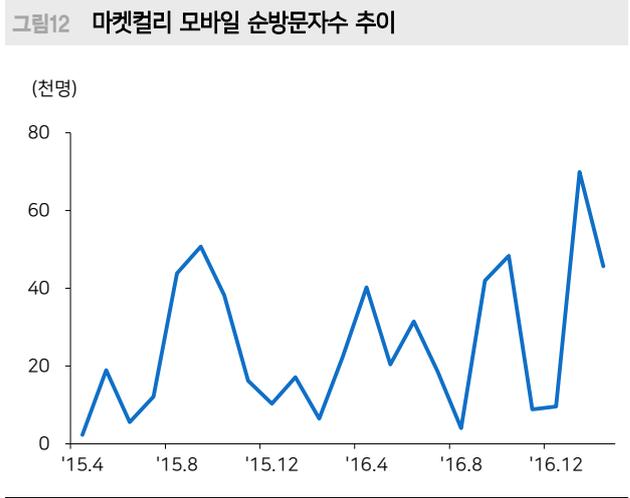
그림11 오픈마켓 vs. 종합쇼핑몰 vs. 전체 온라인 식품 성장률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

표1 마켓컬리 개요	
마켓컬리	www.kurly.com
앱 소개	유기농 농/축/수산물, 프리미엄 반찬/가공식품/수입식품 등 소포장 신선식품 판매
앱 기능	1. 나에게 꼭 맞고 편리한 맞춤형 프로모션 2. 편리한 모바일 쇼핑을 위한 '늘 사는' 장바구니 3. 바로 연락 받고, 구매할 수 있는 품질상품 재입고 알림 기능 4. 안심되는 주문, 결제 및 배송완료 안내 서비스
회사소개	(주)더파머스 - 유기농 농산물 및 식품 유통사업 영위
특징	셋별배송(F II Cold Chain System) 주로 산지 직배송 신선식품이나 고급 디저트 등이 위주. 직거래 매입방식 장바구니 필수품 최저가 보증제

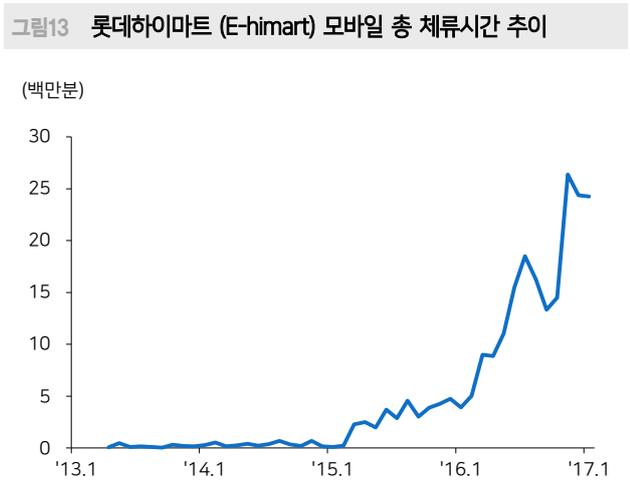
자료: 메리츠증권증권 리서치센터



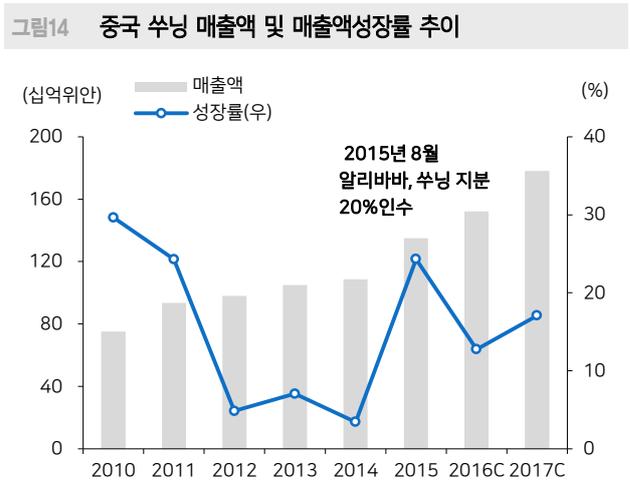
자료: 닐슨코리아클릭, 메리츠증권증권 리서치센터

가전제품, 이미 온라인 침투율이 높은 수준, 추가적인 경쟁 심화 제한적, 온오프라인 연계 성과 가시화 시 새로운 기회 창출

종합쇼핑몰 내 최근 성장률이 두드러지고 있는 또 다른 카테고리 중 하나는 가전이다. 가전제품의 온라인 침투율 (23%)은 도서 (30%)와 함께 이미 높은 수준이다. 또한 가전제품에 가격 경쟁은 오랜 기간 지속되어 왔기 때문에 추가적인 경쟁 심화가 제한적이다. 일례로 중국의 대표적인 온라인 사업자 징둥상청 (JD.com)은 가전제품의 경우 이미 온라인에서도 마진율이 크게 낮아 추가적인 이익 개선을 가져오기 어렵지만, 여전히 오프라인 유통업체들의 비중이 높은 식품, 음료에서의 마진율이 상대적으로 크기 때문에 이 부문에 보다 집중하고 있다. 특히 대형가전에서는 중국의 오프라인 가전유통 채널 강자인 쑤닝 대비 징둥상청의 가격 협상력이 낮다. 한편 쑤닝은 지난 2015년 알리바바에 인수된 이후 외형 성장세가 강화되고 있다. 쑤닝은 온라인 매출 비중이 50%에 육박하며 모바일 고객을 중시하면서도 오프라인 매장 역할 또한 더욱 강화하고 있다. 나아가 구매이력 분석과 사전 실수요를 통해 소비자가 원하는 제품을 주문 받아 맞춤 생산하기도 한다. 결국은 온라인과 오프라인의 효과적인 연계가 중요해지고 있으며 국내 유통업체들 또한 실질적인 성과 가시화 시 새로운 기회가 되어줄 전망이다.



자료: 닐슨코리아클릭, 메리츠증권증권 리서치센터



자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

## 2. 전주 동향

### 📁 유통

3월 첫째주 유통업종 주가는 시장 평균 수준의 수익률을 기록함. 이마트와 롯데하이마트가 온라인 부문 성장에 대한 기대감으로 주가 상승하였으며 홈쇼핑업체들이 자산가치 대비 저평가 메리트가 부각되면서 반등함. 롯데쇼핑, 신세계 등은 중국 관련 불확실성이 지속되면서 주가 상승이 제한적이었음. 편의점 업체들의 주가 또한 상대적으로 조정을 받았으며 일각에서 우려하는 드럭스토어 (H&B스토어)와의 경쟁 가능성은 크지 않다고 판단됨. 주력 상품군이 편의점은 식품, 드럭스토어는 화장품 및 생활용품으로 차별화되며 우리나라의 드럭스토어는 직영점 비중이 높아 가맹사업을 하고 있는 편의점과 기본적인 수익모델이 다르다는 판단임

### 📁 화장품 (생활소비재)

3월 첫째주 화장품업종 주가는 전체 시장 대비 상회하는 수익률을 기록하였음. 특히 중국 정부의 사드 보복조치 강화로 주가 하락이 컸던 아모레퍼시픽 등이 낙폭과대에 따른 저가 매수 유입과 함께 탄핵 인용 시 사드 관련 정책 변화 가능성에 대한 기대감으로 반등하였음. 한편 LG생활건강은 중국 항저우 화장품 공장이 소방점검을 받은 것으로 전해지면서 지난주 주가 상승폭이 상대적으로 제한적이었음. 해당 공장에서 생산되는 중저가 화장품은 전사 매출의 1% 수준에 불과하여 실질적인 영향은 크지 않을 것으로 판단되나 화장품 업종 전반적으로 중국 관련 불확실성은 당분간 지속될 전망

## 3. 금주 전망

### 📁 유통: 실질적인 소비 회복 여부 관건

실질적인 소비 회복 여부가 확인되기 전까지 제한적인 주가 상승이 예상됨. 소비심리 위축과 실질가계이자부담, 가파른 물가상승이 소비에 부정적인 영향을 주는 것으로 판단됨. 또한 소매판매액이 저성장 기조를 이어가고 있는 가운데 업체들의 경쟁강도는 높아지고 있음. 단기적으로 정치적인 변화는 소비심리 회복에 긍정적으로 작용할 전망. 다만 하반기부터 정책의 부정적 영향력이 다시 높아질 수 있는 요인도 상존하기 때문에 업체별 대응 전략에 따른 차별적 접근이 필요하겠음. BGF리테일, GS리테일 등 편의점 채널에 대한 긍정적인 시각을 유지하며 단기적으로 저평가되어있고 경기순환적 매출 회복이 기대되는 롯데하이마트에 주목함

### 📁 화장품 (생활소비재): 불확실성 지속 전망

전반적인 화장품 업종에 관한 중국 관련 불확실성은 아직 상존하고 있다는 판단임. 중국의 사드 관련 화장품 산업에 대한 압박 (관광상품 규제, 통관절차 강화 등)은 한국이 정치적 공백기에 진입한 이후 더욱 강화되었음. 중국은 한국의 정치 혼란기를 틈타 사드를 빌미로 압박을 가하는 한편 자국 제품에 대한 보호와 육성 정책을 시행하고 있음. 당분간 중국 관련 정치적 불확실성이 지속되었지만 한국의 정치적 상황이 안정화된 이후에는 강도가 약화될 가능성이 높음. 단기적으로 1분기 호실적이 예상되는 종목들을 중심으로 최근 주가 하락을 매수의 기회로 활용할 필요가 있겠음

## 4. 관심종목 & 종목 코멘트

### 📁 유통

#### 관심종목

##### 롯데하이마트 (071840):

2017년 신규 분야에 따른 입주시기가 집중되면서 이사 교체수요로 대형 가전제품 판매에 긍정적인 효과가 예상됨. 지난해 부진했던 모바일 (휴대폰) 판매 또한 제조사들의 신제품 출시와 함께 회복될 전망

##### GS리테일 (007070):

2017년 편의점의 안정적 성장 지속되는 가운데 슈퍼마켓 효율성 개선 전망. 중장기 파르나스타워의 이익 기여도 확대와 화장품 오프라인 채널에서 가장 고성장하고 있는 H&B스토어 (Watsons) 사업 강화 또한 긍정적

#### 종목 코멘트

##### 한국화장품 (123690)

- 자회사 더샘의 호실적으로 2016년 흑자전환하여 주목받고 있음. 더샘은 2016년 290개 정도 매장수를 가지고 있으며 중장기적으로 500개까지 확대할 계획임. 관계사 한국화장품제조가 45% 정도 OEM 생산
- 2016년 더샘 매출액은 1,400억원을 기록하였으며 이 중 수출이 570억원, 중국으로는 460억원이 수출되었음. 수출 부문의 기초:색조 비중이 4:6으로 온라인 티몰 등에서 립스틱, 컨실러 제품 인기가 좋은 편임. 250여개 품목이 위생허가를 취득하여 사드 관련 우려에도 현재 큰 영향은 없는 것으로 파악됨. 200개 품목 추가 위생허가 취득 진행 중
- 중국 수출에 대한 불확실성이 상존하나 국내 브랜드샵 채널 확장에 따른 높은 성장세는 당분간 지속될 전망

### 📁 화장품 (생활소비재)

#### 관심종목

##### 코스맥스 (192820)

전세계 화장품 시장이 색조 중심으로 성장이 강화되고 있는 가운데 혁신적인 신제품들로 고객 다변화와 해외 수출 성과 두드러지고 있음. 2017년 국내 및 중국법인 Capa 증설에 따른 높은 성장 지속될 전망

##### 한국콜마 (161890):

차별화된 R&D를 바탕으로 안정적인 고성장이 지속될 전망. 2017년 국내 제약공장 증설과 미국 PTP 법인 (지분율 51%)의 연결 실적 편입으로 매출 고성장이 예상됨

#### 종목 코멘트

##### 네오팜 (092730)

- 2016년 매출액 424억원 (+17.8% YoY), 영업이익 96억원 (+52.6% YoY) 달성. 다만 4분기 매출액이 전년수준을 기록하여 다소 부진하였음. 이는 1) 홈쇼핑 부진 2) 의약품 사업 중단 3) 2015년 OEM의 높은 기여 영향으로 2017년 1분기 이후부터 점차 회복될 전망
- 2017년 브랜드별 성장 전략 1) 아토팜: 상대적으로 약했던 하절기 신제품 라인업 강화 2) 리얼베리어: H&B스토어 채널 확장 기대. 1월부터 올리브영 입점 단계적으로 진행 중. 2월부터 립스틱 입점 시작하여 상반기까지 전점 입점할 계획 3) 제로이드: 실비보험 적용이 가능해지면서 가격 경쟁력 확보. 인텐시브앤디 라인 피부과 커버리지 적극 확대
- 2017년 전년대비 25% 성장 가이드선 제시. 2017년 시장 컨센서스 기준 현 주가 PER 16.6배 수준

## 5. 예정 이벤트 (실적발표/IR 등)

**실적발표** 쿠팡전자 3월 중순 예상

**IR** -

## 6. 주요 뉴스

### 유통

**정부 소비 부진이 경기 회복의 걸림돌...중 사드 보복 영향 분석중:** 기획재정부는 9일 발표한 '최근 경제동향(그린북)' 3월호에서 "수출 회복세가 생산·투자 확대에 파급되고 있으나 소비를 중심으로 내수둔화가 지속하며 경기회복세를 제약하고 있다"고 진단. 소매판매는 소비심리 위축의 영향으로 승용차, 화장품 등 내구재·비내구재 판매가 부진해 전월보다 2.2% 감소. 할인점 매출액이 14.6% 감소했고, 백화점 매출액도 1.1% 줄어 마이너스로 전환. 전환욱 기재부 경제분석과장은 2월 소비속보 지표와 관련 "이전 3개월 연속 감소해 2월 소매판매는 방향 자체는 플러스로 전환될 것으로 보고 있다"며 "반등 폭은 심리지수 개선과 고용부진 우려 등의 요인이 있어 더 지켜봐야 한다"고 전망 (매일경제, 3/8)

**면세점 '탈중국 작전'...중동·일본고객 잡기:** 면세점들이 동남아 중동 일본 등 중국 이외의 해외 관광객을 적극 유치하고, 해외로 떠나는 한국 관광객을 잡기 위해 다양한 시도를 하고 있음. 갤러리아면세점은 구매력이 높은 중동 지역 관광객을 잡기 위해 지난 1월 중동 지역 여행사 두 곳과 관광객 유치 계약을 체결했고, 다음달 열리는 현지 여행 페어에 참가해 본격적인 유치 활동을 벌일 계획. 신세계면세점은 지난해부터 동남아 VIP를 위해 다양한 서비스를 제공하고 있으며, 롯데면세점은 일본과 동남아 등을 돌며 로드쇼를 진행 중. 신라면세점은 일본 관광객 유치를 위해 지난 1월 일본 온라인 개별관광객 1위 여행사인 라쿠텐 트래블과 제휴를 맺었으며, 동남아 취향 항공사들과 전략적 제휴도 추진 중 (한국경제, 3/10)

**면세점 '부글부글' 면세점 허가 갱신제 무산 이어 대기업 독과점 규제도 물거품, 당국간 엇박자에 정책 오락가락, 업계 '관치 심해...허가권 없어야'** 면세점의 독과점 규제 법안은 결국 무산. 기획재정부의 한 관계자는 6일 "면세점 입찰 때 독과점 위치에 있는 대기업에 감점을 주는 방안을 보류하게 됐다"고 밝혔음. 업계에서 개선 사항 1순위로 꼽던 '면세점 허가 갱신 허용' 제도 역시 무산. 일본·호주·홍콩 등 대다수 나라들은 갱신제를 운영하고 있음. 면세점을 둘러싼 계속된 특혜 시비, 일관성 없는 정책 등의 문제를 근본적으로 해결하기 위해서는 면세점 허가제도를 등록·신고제로 바꿔 시장경쟁에 맡기는 게 바람직할 것 (서울경제, 3/6)

### 화장품 (생활소비재)

**중 사드보복 어디까지?...LG생활건강 화장품공장 시정명령:** 10일 현지 한국계 화장품업체에 따르면 LG생활건강의 항저우 화장품 공장이 최근 당국의 소방점검에서 시정명령과 함께 1개월간 가동 중단 조치를 받은 것으로 알려짐. LG생활건강은 중국에 2곳의 공장을 가동 중인데 항저우 공장은 중저가 스킨케어 등 범용 화장품을 생산하고 있으며 베이징공장은 치약 등 생활용품 제조하고 있음 (연합뉴스, 3/10)

**쿠션 바르고 눈썹 그리는 남자들:** 5일 시장 조사 기관 유로 모니터는 국내 남성 화장품 시장 규모가 이미 1조원을 넘었고 조만간 1조5,000억원도 넘어설 예정이라고 밝힘. 헬스앤뷰티 스토어 올리브영에 따르면 남성 메이크업 제품은 지난해 매출이 전년 대비 70%나 신장. 올리브영에서 남성 소비자들을 타깃으로 해 내놓은 '올인원쿠션'은 지난해 매출이 전년 대비 75% 증가 (서울경제, 3/6)

**한방삼푸 등 목욕용품 수출 '날개':** 관세청은 지난해 삼푸, 피부 세정제 등 주요 목욕용품 수출액이 전년보다 19.4% 증가한 4억2600만달러로 집계됐다고 9일 발표. 2013년 1억5200만달러였던 국산 목욕용품 수출액은 지난해 4억달러를 넘어섬. 3년 연속 증가세를 이어감. 품목별로는 삼푸 수출액이 전년보다 23.6% 증가, 중국(69.3%)과 홍콩(11.4%) 순으로 수출이 많았음. 치약(63.7%)과 칫솔(28.2%)도 수출이 증가 (한국경제, 3/10)

**영업정지 롯데마트 55곳...99개 전체 매장의 절반넘어:** 8일 롯데마트에 따르면 이날 오후 4시 현재 영업정지 처분을 받은 중국 내 매장은 모두 55곳으로 집계됨. 현재 중국 현지 전체 롯데마트 점포가 99개인 것을 고려하면 절반 이상이 문을 닫은 셈. 롯데 관계자는 "이달 들어 지금까지 모두 55개 롯데마트 현지 점포에 대해 중국 당국이 영업정지 처분을 내렸다"며 "현지에서는 영업정지 점포가 더 늘어날 것으로 예상하고 있다"고 말함 (매일경제, 3/9)

**이마트 1~2월 누계 총매출액 전년대비 4.6% 신장:** 2월은 설연휴 시점차이로 총매출액은 전년대비 -11.4% 역신장한 1조 283억원 기록. 2월 오프라인 기준점신장률은 -17.8% (할인점 -19.2%, 트레이더스 -3.5%). 참고로 17년 설날 1/28, 16년 설날 2/8이었음. 1~2월 누계 총매출액은 전년대비 4.6% 신장, 오프라인 기준점신장률은 -1.4%. 단, 공휴일수(Δ3일) 및 영업일수(Δ1일)차이 감안시 오프라인 기준점신장률은 +3%수준으로 추산됨. 사업부별 신장률 [공휴일수 및 영업일수 차이 감안시] ①할인점(전체): +0.7% (기준점): -2.8% [+1.7%] ②트레이더스(전체): +29.7% (기준점): +13.4% [+17.1%] ③온라인몰(전체): +25.9% (Dart, 3/8)

**신세계, 부천에 스타필드 대신 백화점:** 신세계백화점은 오는 17일 터브먼과 함께 '부천신세계'라는 합작사를 설립하기로 결정했다고 5일 밝힘. 신세계가 51%, 터브먼이 49%의 지분을 갖고, 출자액은 조만간 결정할 예정. 신세계는 당초 부천시로부터 7만5000여㎡ 면적의 상업단지를 사들여 스타필드하남 같은 복합쇼핑몰을 세우려 했지만 부천 내 전통시장 상인 등이 골목상권 위축을 이유로 반발하자 백화점만 세우기로 계획을 변경 (한국경제, 3/6)

**한국콜마 '제2 내수시장' 중현지화 가속:** 한국콜마가 중국 현지화에 더욱 주력할 계획을 밝힘. 최현규 한국콜마 중국총괄 사장에 따르면 우시콜마가 완공되고 본격적인 생산에 들어가면 기존 베이징콜마와 더불어 2019년 중국 매출이 2000억원을 넘길 것으로 기대. 올해 한국콜마는 베이징콜마를 중심으로 중국 로컬 기업 및 글로벌 거래처를 확대해 전년 대비 2배인 1000억원 매출 달성이 목표 (매일경제, 3/6)

**한국화장품 '부활의 마법'...일등공신은 김중천 사장, 로드숍 '더샘' 대대적 확충...제품수 늘리고 직원 독려:** 한국화장품은 지난해 매출이 전년 대비 63.3% 늘어난 1607억원, 영업이익 157억원을 기록하며 연결기준으로 흑자 전환에 성공. 한국화장품 턴어라운드의 일등공신으로는 로드숍 브랜드 '더샘'. 한국화장품은 뒤늦은 2010년야 더샘을 설립해 로드숍 시장에 뛰어들었음. 로드숍의 장점은 제품 종류가 다양해 소비자에게 넓은 선택의 폭을 제공한다는 것인데 당시 더샘의 제품 종류는 고작 420여 개에 불과. 이를 1300여 개까지 확대. 더샘은 올해 미국에서 매장을 확대하고 캐나다와 러시아에도 진출할 계획. 국내외 매장 확대에 박차를 가해 올해 매출 2100억원을 달성 목표 (매일경제, 3/6)

### 7. 주요종목 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (원)	시가총액 (백만원)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	롯데쇼핑	A023530	212,500	6,691,815	17.8	15.4	0.4	0.4	2.1	2.7
	현대백화점	A069960	94,900	2,220,892	7.8	7.4	0.5	0.5	7.7	7.2
	신세계	A004170	181,500	1,786,900	10.3	9.4	0.5	0.5	5.3	5.6
	CJ오쇼핑	A035760	189,200	1,175,976	11.3	10.2	1.5	1.3	12.5	14.5
	GS홈쇼핑	A028150	215,300	1,412,906	12.4	11.5	1.2	1.1	11.0	10.9
	현대홈쇼핑	A057050	113,500	1,362,000	10.6	9.7	0.9	0.9	9.1	9.3
	엔에스쇼핑	A138250	168,000	566,093	9.4	8.7	1.3	1.1	14.0	13.6
	이마트	A139480	209,500	5,839,984	13.6	12.1	0.7	0.7	5.2	6.1
	GS리테일	A007070	50,600	3,896,200	18.9	16.1	1.8	1.7	10.2	11.0
	BGF리테일	A027410	99,400	4,925,034	22.9	19.4	4.5	3.8	21.5	21.6
	롯데하이마트	A071840	49,700	1,173,303	9.7	8.7	0.6	0.6	6.0	6.6
	호텔신라	A008770	45,000	1,766,165	27.5	18.6	2.2	2.0	8.6	11.8
화장품	아모레퍼시픽	A090430	272,500	15,929,939	25.5	21.8	4.2	3.6	18.8	17.8
	아모레G	A002790	116,500	9,606,378	26.2	22.0	3.1	2.7	13.7	13.9
	LG생활건강	A051900	800,000	12,494,558	20.7	18.8	4.3	3.6	24.2	21.9
	코스맥스	A192820	133,000	1,336,585	27.0	19.6	7.2	4.8	27.7	29.1
	한국콜마	A161890	72,900	1,538,201	23.2	19.5	4.7	3.8	22.3	21.4
	코스메카코리아	A241710	63,600	339,624	20.5	14.8	6.5	4.7	36.1	32.2
	연우	A115960	30,200	374,420	14.8	12.3	1.8	1.6	13.9	13.9
	대봉엘에스	A078140	11,550	128,050	12.1	10.2	1.7	1.5	16.0	16.1
	SK바이오랜드	A052260	15,950	239,250	15.6	13.5	1.7	1.5	11.4	12.4
	클리오	A237880	39,550	667,336	18.2	15.8	10.5	9.9	56.9	65.2
	에이블씨엔씨	A078520	20,500	315,264	15.3	14.0	1.6	1.5	10.0	10.8
	토니모리	A214420	20,100	354,564	19.2	16.5	2.5	2.2	13.8	14.2
생활소비재	코웨이	A021240	89,400	6,828,418	18.8	17.4	4.9	4.5	27.2	27.4
	쿠쿠전자	A192400	131,000	1,284,240	14.1	12.8	2.0	1.8	15.2	15.0
	뉴트리바이오텍	A222040	29,200	301,169	25.7	18.3	5.8	4.4	25.6	27.5
	콜마비엔에이치	A200130	16,950	500,763	15.2	14.2	3.2	N/A	23.2	N/A

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

### 8. 주요 해외 업체 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (각국통화)	시가총액 (백만달러)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	노스트롬	JWN US	44	7,705	15.0	14.5	7.5	6.9	58.7	73.1
	월마트	WMT US	70	215,431	16.2	15.4	2.7	2.6	17.0	17.4
	이베이	EBAY US	33	36,014	16.4	14.9	2.5	2.0	22.0	19.6
	세븐 & 아이홀딩스	3382 JP	4,370	33,726	45.6	18.6	1.6	1.5	3.6	8.6
화장품	로레알	OR FP	177	106,347	25.4	23.8	3.8	3.5	15.2	15.2
	에스티로더	EL US	86	31,430	25.8	23.1	8.6	8.4	33.6	38.3
	시세이도	4911 JP	2,984	10,392	39.5	31.7	2.8	2.7	7.3	8.8
	상해자화	600315 CH	29	2,783	51.7	39.7	3.4	3.2	5.9	7.6
생활소비재	패스트리테일링	9983 JP	36,840	34,022	33.6	31.1	5.6	5.0	17.8	16.9
	나이키	NKE US	56	93,362	24.1	21.4	7.7	3.8	31.4	33.6
	LVMH	MC FP	196	106,240	21.7	19.8	3.4	3.1	16.3	16.4
	조지루시	7965 JP	1,515	958	13.1	12.3	1.6	1.5	12.5	11.9

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

9. 주요 종목 기간별 수익률

업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	롯데쇼핑	0.2	(13.1)	(5.1)	5.7	(22.6)	(4.1)	(0.7)	(14.2)	(8.7)	2.8	(29.1)	(7.6)
	현대백화점	0.4	1.4	(13.3)	(19.6)	(34.3)	(12.9)	(0.5)	0.3	(16.9)	(22.5)	(40.8)	(16.4)
	신세계	(1.1)	3.7	0.6	(7.6)	(17.5)	3.1	(2.0)	2.6	(3.0)	(10.6)	(24.0)	(0.4)
	CJ오쇼핑	3.0	(0.2)	18.2	19.5	(1.3)	16.1	2.1	(1.2)	14.6	16.6	(7.8)	12.6
	GS홈쇼핑	3.0	5.1	21.7	33.5	14.2	25.2	2.1	4.1	18.1	30.6	7.7	21.7
	현대홈쇼핑	2.7	1.3	4.1	(7.7)	(10.3)	1.8	1.8	0.3	0.5	(10.6)	(16.8)	(1.7)
	엔에스쇼핑	3.1	10.5	15.1	3.1	(11.1)	9.5	2.2	9.5	11.5	0.2	(17.6)	6.0
	이마트	3.2	1.0	7.7	34.3	21.5	14.5	2.3	(0.1)	4.1	31.4	15.0	11.0
	GS리테일	(1.0)	(5.4)	7.2	8.9	0.8	6.3	(1.9)	(6.5)	3.6	6.0	(5.7)	2.8
	BGF리테일	(2.1)	0.7	13.7	8.0	18.3	21.5	(3.0)	(0.4)	10.1	5.1	11.8	18.0
	롯데하이마트	4.9	12.1	9.8	14.0	(8.8)	17.8	4.0	11.0	6.2	11.1	(15.3)	14.3
	호텔신라	2.7	3.1	(10.5)	(30.8)	(37.1)	(6.5)	1.9	2.0	(14.1)	(33.7)	(43.6)	(10.0)
화장품	아모레퍼시픽	8.4	(1.8)	(14.4)	(30.1)	(25.7)	(15.2)	7.5	(2.9)	(18.0)	(33.1)	(32.2)	(18.7)
	아모레G	6.4	(1.7)	(10.0)	(23.6)	(17.7)	(12.4)	5.5	(2.8)	(13.6)	(26.5)	(24.2)	(15.9)
	LG생활건강	0.9	(3.4)	(5.4)	(18.3)	(6.2)	(6.7)	(0.0)	(4.5)	(9.0)	(21.2)	(12.7)	(10.2)
	코스맥스	0.4	4.7	15.7	(7.8)	5.3	11.3	(0.5)	3.7	12.1	(10.8)	(1.2)	7.8
	한국콜마	5.7	10.3	3.0	(18.5)	(10.0)	10.8	4.8	9.2	(0.6)	(21.4)	(16.5)	7.3
	코스메카코리아	6.2	4.6	13.2	N/A	N/A	13.6	5.3	3.5	9.6	N/A	N/A	10.1
	연우	3.6	(1.6)	(21.3)	(26.1)	(12.8)	(21.7)	2.7	(2.7)	(24.8)	(29.0)	(19.3)	(25.2)
	대봉엘에스	5.0	(4.2)	(2.9)	(21.7)	(8.0)	(2.5)	4.1	(5.2)	(6.5)	(24.6)	(14.5)	(6.0)
	SK바이오랜드	0.6	(3.3)	(7.8)	(21.8)	(30.0)	(11.1)	(0.3)	(4.4)	(11.4)	(24.7)	(36.5)	(14.6)
	클리오	4.1	21.5	25.4	N/A	N/A	29.3	3.2	20.4	21.8	N/A	N/A	25.8
	에이블씨엔씨	0.5	10.5	12.7	(5.5)	(13.9)	(1.0)	(0.4)	9.4	9.1	(8.5)	(20.4)	(4.5)
	토니모리	1.5	(1.7)	(8.2)	(35.2)	(7.1)	(11.7)	0.6	(2.8)	(11.8)	(38.1)	(13.6)	(15.2)
생활소비재	코웨이	(0.7)	4.1	0.5	4.3	(4.6)	1.3	(1.6)	3.0	(3.1)	1.4	(11.1)	(2.3)
	쿠쿠전자	(5.1)	(3.3)	0.4	(4.4)	(45.8)	1.6	(6.0)	(4.4)	(3.2)	(7.3)	(52.3)	(2.0)
	뉴트리바이오텍	(0.2)	2.1	4.1	(1.5)	15.4	(5.0)	(1.1)	1.0	0.5	(4.4)	8.9	(8.5)
	콜마비엔에이치	5.9	(0.6)	(7.4)	(43.6)	(55.8)	(8.6)	5.1	(1.7)	(11.0)	(46.5)	(62.3)	(12.1)

자료: Quantwise, 메리츠증권 리서치센터

10. 해외 주요 업체 기간별 수익률

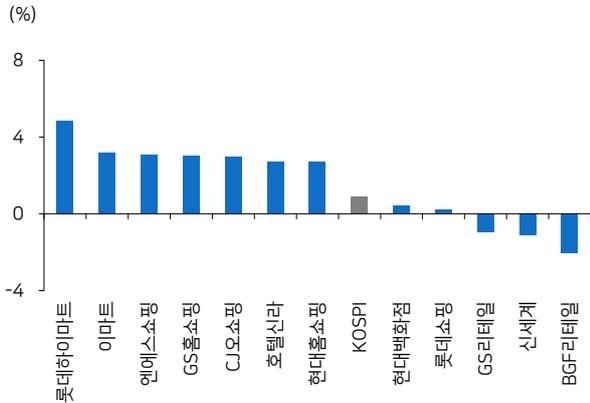
업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	노스트롬	(4.1)	(1.2)	(23.9)	(11.6)	(21.3)	(7.3)	(3.7)	(3.1)	(28.3)	(23.2)	(38.6)	(13.2)
	월마트	0.1	3.1	(2.2)	(2.6)	4.4	1.4	0.5	1.2	(6.6)	(14.1)	(13.0)	(4.6)
	이베이	(1.8)	(1.5)	9.7	2.0	37.9	11.6	(1.4)	(3.4)	5.2	(9.6)	20.6	5.6
	세븐 & 아이홀딩스	(1.0)	(2.9)	(2.5)	(1.0)	(6.6)	(1.9)	(1.7)	(3.6)	(4.4)	(18.2)	(22.4)	(4.4)
화장품	로레알	0.5	4.3	6.7	6.0	13.5	2.3	0.5	2.1	2.7	(7.8)	2.4	(0.4)
	에스티로더	3.4	3.9	9.7	(3.4)	(7.9)	12.1	3.9	2.0	5.2	(14.9)	(25.2)	6.2
	시세이도	(2.3)	1.9	2.9	10.3	20.6	0.9	(3.0)	1.2	1.0	(6.9)	4.9	(1.7)
	상해자화	1.0	2.3	6.2	(1.0)	(4.4)	5.2	1.2	2.5	4.3	(7.2)	(18.7)	1.7
생활소비재	패스트리테일링	(1.2)	(0.3)	(14.6)	3.9	6.5	(11.9)	(1.8)	(1.0)	(16.4)	(13.3)	(9.2)	(14.5)
	나이키	(0.5)	0.4	9.5	0.7	(6.1)	11.0	(0.0)	(1.5)	5.0	(10.8)	(23.4)	5.0
	LVMH	1.1	6.1	11.5	29.2	24.7	8.3	1.1	4.0	7.6	15.4	13.6	5.6
	조지루시	1.6	3.6	3.4	(6.8)	(14.5)	(3.4)	0.9	2.8	1.6	(24.0)	(30.2)	(6.0)

자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

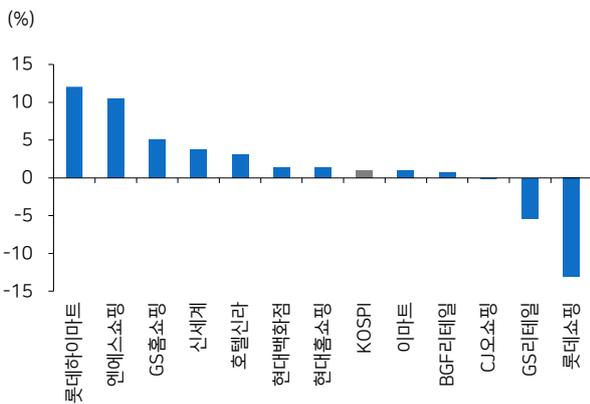
### 11. 주간/월간 수익률

#### 유통

##### 주간 수익률



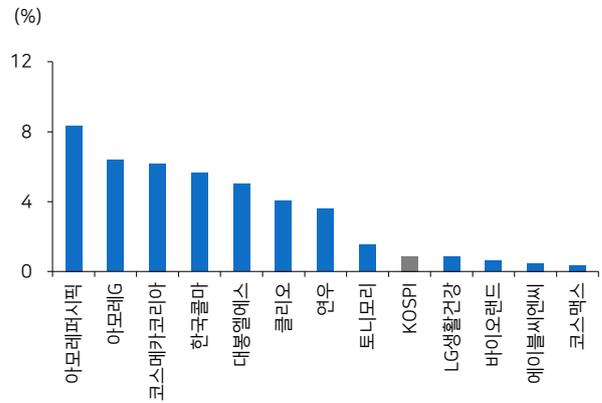
##### 월간 수익률



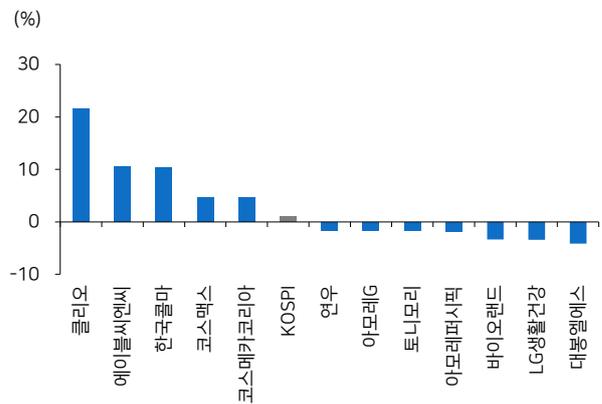
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

#### 화장품 (생활소비재)

##### 주간 수익률



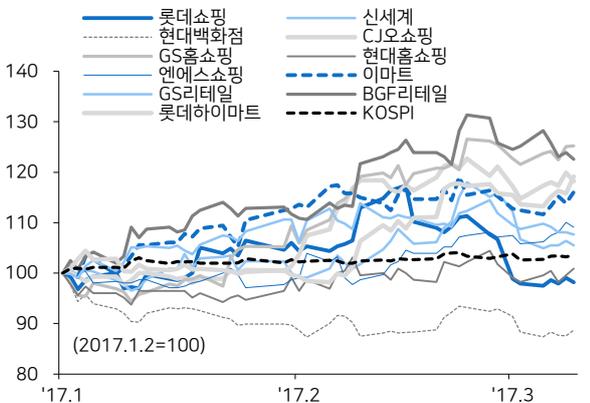
##### 월간 수익률



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

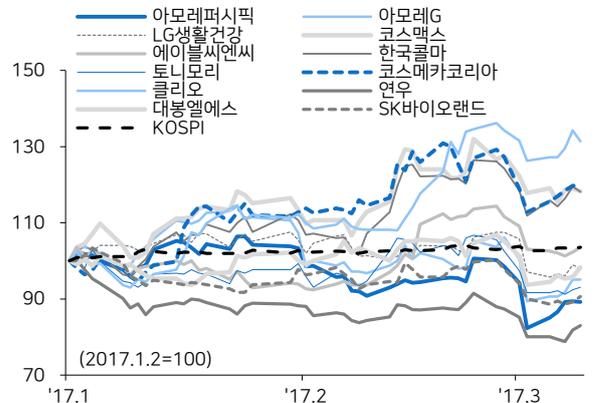
### 12. 주가 추이

#### 유통



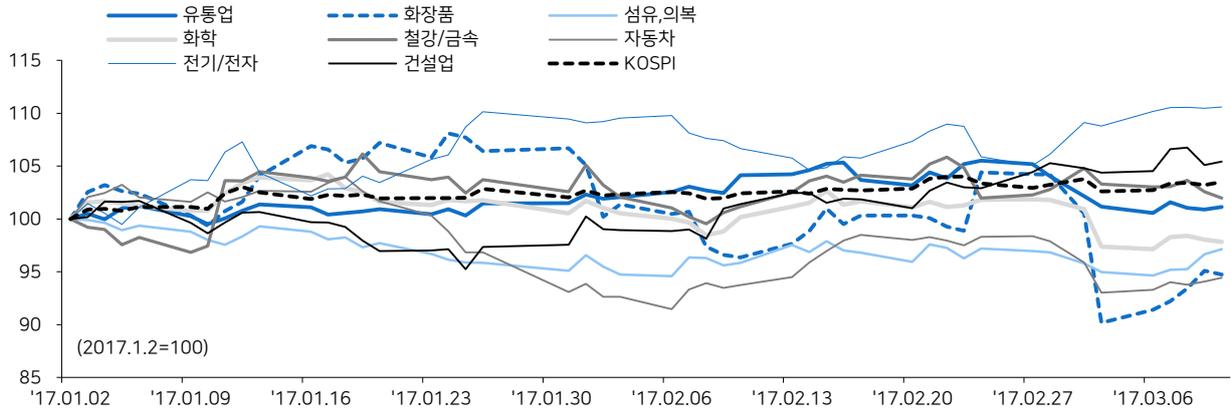
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

#### 화장품 (생활소비재)



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

### 13. 업종별 지수 추이



자료: Quantivise, 메리츠증권증권 리서치센터

### 14. 소비 주요지표

Monthly	'16.1	'16.2	'16.3	'16.4	'16.5	'16.6	'16.7	'16.8	'16.9	'16.10	'16.11	'16.12	'17.1	'17.2
소비지출전망 CSI	107	105	105	106	105	105	106	106	107	107	106	103	104	<b>104</b>
가계수입전망 CSI	100	98	99	99	98	98	100	100	100	101	98	98	98	<b>97</b>
소비심리지수	100.0	97.9	100.0	101.5	99.2	98.8	100.9	101.8	101.7	101.9	95.8	94.2	93.3	<b>94.4</b>
소비자물가지수(% YoY)	0.6	1.1	0.8	1.0	0.8	0.7	0.4	0.5	1.3	1.5	1.5	1.3	2.0	<b>1.9</b>
가계대출 증감률(% YoY)	14.1	13.8	13.8	13.0	12.7	12.3	12.0	12.0	11.8	11.4	11.5	10.8	10.4	<b>10.4</b>
주택담보대출 증감률(% YoY)	17.3	16.7	16.4	15.3	14.7	14.0	13.6	13.4	13.1	12.6	12.4	11.7	11.2	<b>11.1</b>
WTI (\$/B)	33.6	33.8	38.3	45.9	49.1	48.3	41.6	44.7	48.2	46.9	49.4	53.7	52.8	<b>54.0</b>
KOSPI (pt)	1,912.1	1,916.7	1,995.9	1,994.2	1,983.4	1,970.4	2,016.2	2,034.7	2,043.6	2,008.2	1,983.5	2,026.5	2,067.6	<b>2,091.6</b>
원/달러	1,199.1	1,236.7	1,143.4	1,139.4	1,191.9	1,151.8	1,120.2	1,114.8	1,101.1	1,143.8	1,169.0	1,205.8	1,161.3	<b>1,130.3</b>
원/위안	182.3	188.7	177.2	175.9	181.0	173.3	168.8	166.9	165.0	168.8	169.7	173.6	168.7	<b>164.3</b>
기준금리 (%)	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	<b>1.25</b>
소매판매액 증감률 (% YoY)	4.2	2.9	4.9	3.7	4.4	8.6	4.2	5.3	2.2	3.8	4.1	3.1	<b>7.6</b>	
내구재	-1.8	6.6	12.7	8.8	12.7	15.0	1.7	6.6	-1.7	1.5	1.6	-1.5	<b>2.3</b>	
승용차	-6.1	9.1	20.9	10.0	19.8	20.2	-10.5	-5.3	-9.4	-1.8	2.3	-6.3	<b>3.5</b>	
가전제품	11.2	13.8	11.5	12.1	10.0	20.7	20.1	24.0	13.7	4.0	-2.8	0.2	<b>-1.6</b>	
통신기기 및 컴퓨터	-8.9	-3.3	1.7	2.3	2.0	-0.4	3.5	9.9	-3.4	1.5	1.1	1.9	<b>-0.2</b>	
가구	2.3	7.0	-1.7	0.9	1.2	1.2	0.1	7.0	10.4	12.3	9.5	10.5	<b>3.8</b>	
준내구재	4.9	3.6	3.8	4.6	2.7	14.7	9.2	3.7	3.8	3.8	1.8	1.0	<b>0.1</b>	
의복	5.9	1.8	3.6	4.4	2.5	16.4	7.6	-0.4	1.8	3.4	1.0	0.6	<b>-1.5</b>	
신발 및 가방	5.7	6.6	4.5	7.5	2.5	23.3	18.3	11.2	9.7	7.1	-1.7	-1.7	<b>1.5</b>	
오락, 취미, 경비용품	-1.0	5.6	6.2	5.1	0.1	2.9	2.6	-0.2	0.7	-1.0	2.5	0.8	<b>-0.2</b>	
비내구재	6.9	1.0	1.4	0.8	1.2	2.8	3.4	5.4	3.3	5.1	6.8	6.9	<b>13.4</b>	
음식료품	12.3	0.6	4.3	5.0	3.4	3.4	5.6	8.0	4.5	8.8	7.8	9.0	<b>18.5</b>	
의약품	4.0	5.0	4.0	2.3	5.8	6.4	2.8	4.7	5.9	3.1	5.1	3.3	<b>2.0</b>	
화장품	10.5	4.9	13.0	11.9	12.6	22.1	25.7	22.6	13.5	10.5	11.5	11.7	<b>12.5</b>	
서적, 문구	7.4	8.6	3.0	3.5	11.3	6.5	7.1	7.0	5.7	6.2	5.3	-0.4	<b>-1.2</b>	
차량연료	-8.0	-6.1	-10.0	-11.5	-10.7	-5.1	-7.2	-3.2	-5.8	-3.0	3.4	3.5	<b>13.4</b>	

주: WTI, KOSPI, 환율은 월말 증가기준

자료: 통계청, 한국은행, Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

Quarterly	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16
민간소비 증감률(% YoY)	0.8	(0.1)	1.1	1.4	(0.2)	1.0	0.5	0.2
도시근로자 소득 증감률(% YoY)	1.4	2.0	0.3	(0.5)	0.9	0.9	0.6	0.2
도시근로자 소비지출 증감률(% YoY)	0.6	(1.9)	(1.6)	(0.5)	(0.6)	0.6	0.7	(2.2)
가계신용잔액 증감률(% YoY)	7.4	9.2	10.3	10.9	11.4	11.1	11.2	11.7
가계대출 증감률(% YoY)	7.7	9.6	10.3	11.0	11.5	11.2	11.5	11.7
주택담보대출 증감률(% YoY)	11.3	8.1	7.8	8.8	8.4	12.9	13.4	12.0
판매신용 증감률(% YoY)	3.2	3.5	10.5	8.2	10.5	10.8	7.0	11.6
국외소비지출 증감률(% YoY)	14.7	9.1	9.9	19.0	9.7	5.3	20.4	

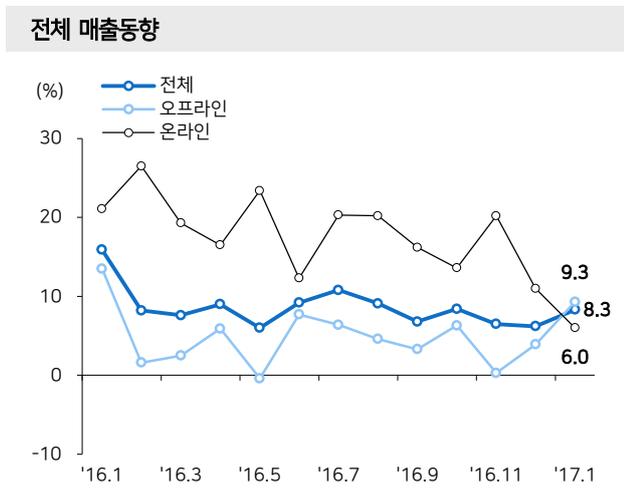
자료: 한국은행, 통계청, 메리츠증권증권 리서치센터

### 15. 중국 소매판매

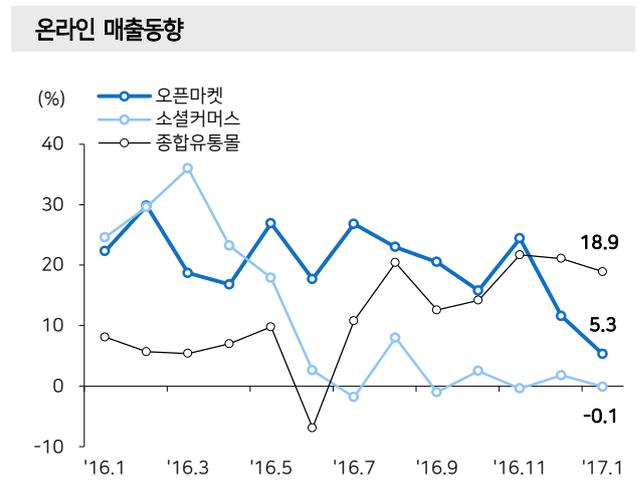
(% YoY)	2015년						2016년											
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1~2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
<b>전체소매판매</b>	<b>10.5</b>	<b>10.8</b>	<b>10.9</b>	<b>11.0</b>	<b>11.2</b>	<b>11.1</b>	<b>10.2</b>	<b>10.5</b>	<b>10.1</b>	<b>10.0</b>	<b>10.6</b>	<b>10.2</b>	<b>10.6</b>	<b>10.7</b>	<b>10.0</b>	<b>10.8</b>	<b>10.9</b>	
일정규모이상	7.3	8	8.2	8.4	8.8	8.6	7.6	8.6	6.7	6.5	8.1	7.3	8.5	8.8	7.5	9.5	9.8	
음식료	16.6	14.5	18.9	16.1	16.1	17.0	11.2	11.7	12.1	11.1	11.9	10.5	10.5	10.2	8.8	9.1	9.1	
섬유의복	10.2	9.2	8.5	9.8	9.9	6.9	8.4	4.4	7.3	5.9	7.5	9.4	6.2	6.7	7.5	5.1	7.1	
<b>화장품</b>	<b>6.4</b>	<b>10.6</b>	<b>8.7</b>	<b>10.6</b>	<b>9.1</b>	<b>5.9</b>	<b>11.4</b>	<b>9.2</b>	<b>7.6</b>	<b>5.9</b>	<b>7.9</b>	<b>9.0</b>	<b>5.8</b>	<b>7.7</b>	<b>4.0</b>	<b>8.1</b>	<b>11.0</b>	
귀금속	14.2	17.4	6.5	4.0	4.9	11.1	-1.5	-9.3	5.0	-2.0	1.2	-1.1	-6.3	5.0	2.5	2.7	4.8	
일용품	11.8	10.1	8.8	10.1	14.0	16.3	10.3	12.2	12.7	12.8	11.7	10.4	10.0	12.5	9.5	10.7	13.9	
스포츠, 레저	19.3	23.4	17.1	14.3	23.7	28.6	16.0	16.8	19.7	12.9	19.7	5.2	5.1	7.1	9.4	24.8	13.9	
서적	11.7	8.2	10.3	8.0	7.1	11.1	7.5	15.4	4.8	9.3	3.3	7.4	7.7	8.7	6.6	12.8	9.5	
가전제품	8.0	14.0	11.3	7.1	18.0	13.5	7.9	6.0	9.1	0.7	12.3	11.5	7.1	8.6	7.6	14.7	9.5	
중의약	15.5	17.3	13.3	11.0	15.5	12.3	12.7	19.8	9.9	14.4	10.5	7.3	13.9	12.0	11.6	11.5	9.1	
사무용품	11.6	15.6	23.2	15.5	22.2	8.5	9.5	3.8	13.0	8.0	11.3	7.3	13.6	10.4	12.7	15.4	15.3	
가구	16.0	16.1	19.1	12.4	14.5	16.5	16.4	15.9	17.1	15.1	13.4	13.6	11.1	8.7	11.0	8.8	9.9	
통신	29.8	29.0	42.2	36.6	12.2	3.9	20.1	16.5	12.5	9.4	12.1	11.6	10.1	5.1	3.8	17.8	8.0	
석유제품	-7.2	-8.8	-7.2	-7.1	-7.9	-2.6	0.5	0.3	-3.8	-4.5	-0.5	-2.1	2.7	2.9	4.7	5.7	7.1	
건축재	17.9	20.7	23.2	19.7	16.9	20.0	14.9	15.6	17.3	16.8	14.2	15.0	16.3	14.2	12.3	11.0	10.2	
자동차	2.5	5.2	2.7	7.1	9.0	8.1	5.4	12.3	5.1	8.6	9.5	9.2	13.1	13.1	8.7	13.1	14.4	
기타	16.8	13.2	17.1	13.5	6.6	3.1	11.5	4.1	5.3	5.6	2.6	1.0	0.6	-0.3	2.6	0.0	-0.7	

자료: 중국국가통계국, 메리츠증권증권 리서치센터

### 16. 유통업체 매출동향

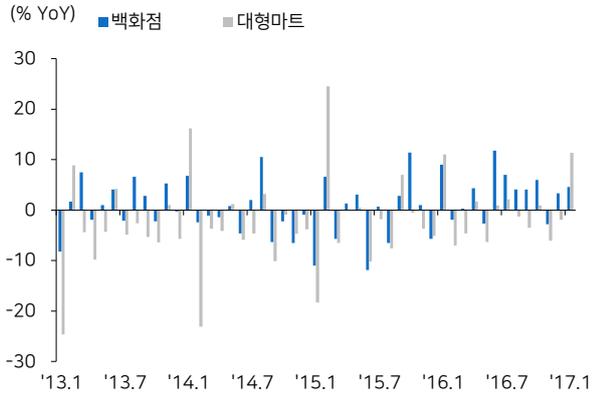


자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터



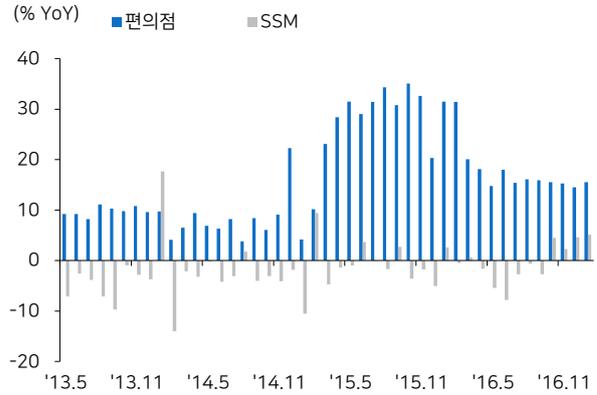
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**백화점 및 대형마트 월별 동일 점포 매출 성장률 추이**



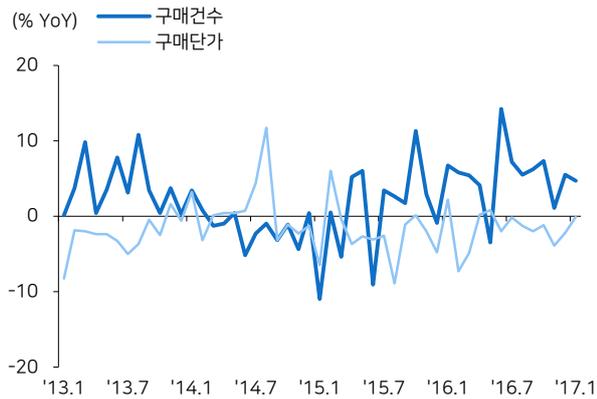
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**편의점 및 SSM 월별 동일 점포 매출 성장률 추이**



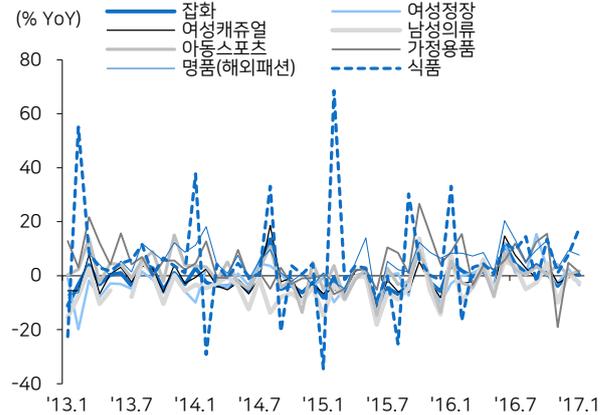
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**백화점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률**



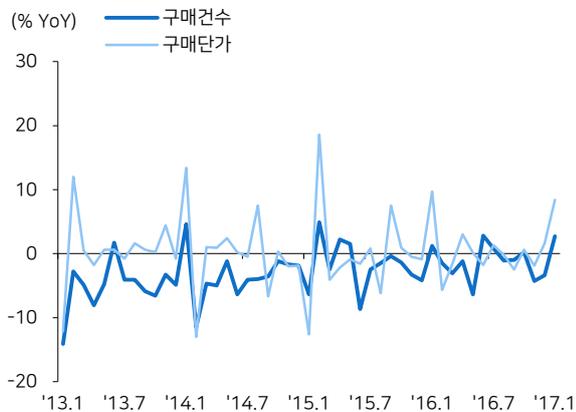
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**백화점 품목별 매출 성장률**



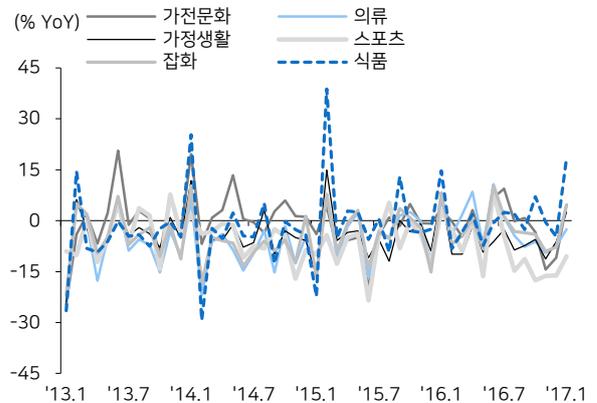
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**대형마트 월별 구매건수 및 구매단가 증감률**



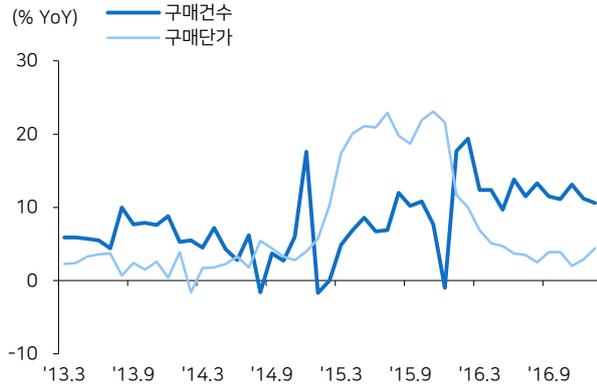
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**대형마트 품목별 매출 성장률**



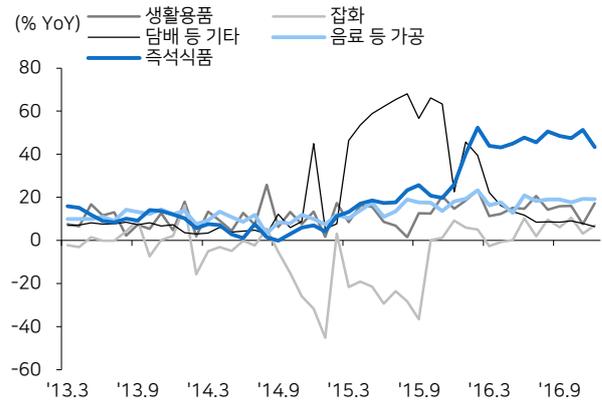
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**편의점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률**



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

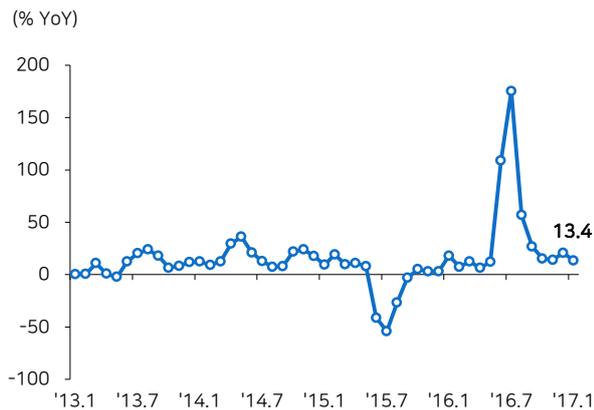
**편의점 품목별 매출 성장률**



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**17. 중국 인비운드 동향 점검**

한국에 입국하는 전체 외국인 입국자 수 증감률: 1월 +13.4%



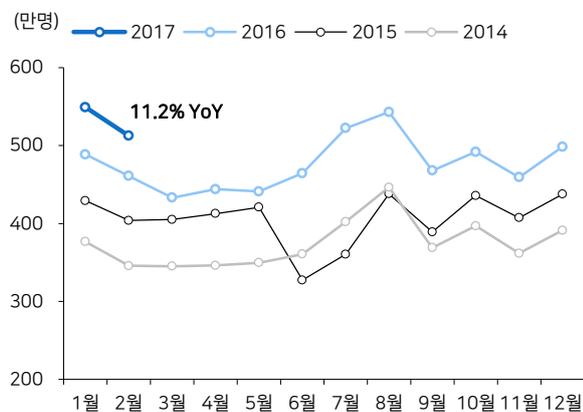
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

한국에 입국하는 중국인 입국자 수 증감률 추이: 1월 8.3%



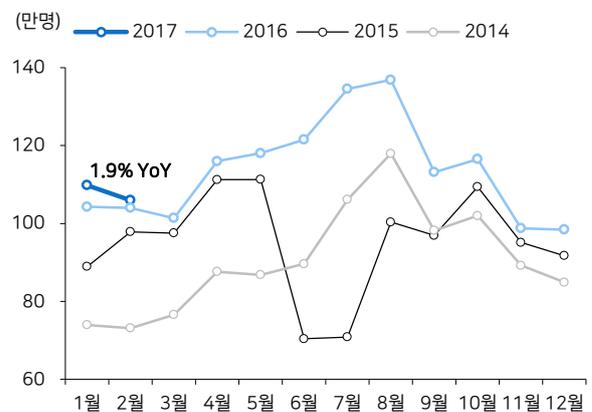
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 합산 여객 수송 월별 추이: 2월 +11.2% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 중국 여객 수송 월별 추이: 2월 +1.9% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증권증권 리서치센터

18. 면세점 동향

(백명, 천달러, %)	내국인				외국인				합계			
	인원수	증감률	매출금액	증감률	인원수	증감률	매출금액	증감률	인원수	증감률	매출금액	증감률
2015년 09월	19,184		198,197		12,981		428,676		32,165		626,873	
2015년 10월	22,167		237,277		15,271		536,616		37,438		773,893	
2015년 11월	21,973		235,316		14,032		511,651		36,005		746,967	
2015년 12월	22,380		239,745		14,366		525,394		36,746		765,139	
2016년 01월	24,226		236,752		15,250		517,385		39,476		754,137	
2016년 02월	22,169		211,662		14,912		490,268		37,081		701,930	
2016년 03월	20,891		212,725		16,101		609,963		36,992		822,688	
2016년 04월	22,199		241,886		18,308		633,957		40,507		875,843	
2016년 05월	22,373		245,607		18,439		625,903		40,812		871,510	
2016년 06월	23,145		245,118		18,418		624,564		41,563		869,682	
2016년 07월	24,130		267,849		19,172		637,508		43,302		905,357	
2016년 08월	25,582		285,522		19,004		682,417		44,586		967,939	
2016년 09월	24,493	27.7	277,106	39.8	17,106	31.8	666,473	55.5	41,599	29.3	943,579	50.5
2016년 10월	24,200	9.2	267,841	12.9	18,462	20.9	728,971	35.8	42,662	14.0	996,812	28.8
2016년 11월	23,122	5.2	251,214	6.8	15,193	8.3	666,382	30.2	38,315	6.4	917,596	22.8
2016년 12월	22,715	1.5	247,595	3.3	15,953	11.0	733,931	39.7	38,668	5.2	981,526	28.3
<b>2017년 01월</b>	<b>25,091</b>	<b>3.6</b>	<b>260,718</b>	<b>10.1</b>	<b>16,823</b>	<b>10.3</b>	<b>708,392</b>	<b>36.9</b>	<b>41,913</b>	<b>6.2</b>	<b>969,110</b>	<b>28.5</b>
2009	128,530		1,441,700		84,100		1,592,700		212,630		3,034,400	
2010	152,550	18.7	2,167,500	50.3	81,780	-2.8	1,749,700	9.9	234,330	10.2	3,917,200	29.1
2011	164,270	7.7	2,416,800	11.5	98,720	20.7	2,445,900	39.8	262,990	12.2	4,862,700	24.1
2012	168,340	2.5	2,367,800	-2.0	120,020	21.6	3,240,100	32.5	288,360	9.6	5,607,900	15.3
2013	171,460	1.9	2,342,900	-1.1	124,370	3.6	3,897,600	20.3	295,830	2.6	6,240,500	11.3
2014	185,570	8.2	2,451,800	4.6	157,660	26.8	5,451,400	39.9	343,230	16.0	7,903,200	26.6
2015	245,870	32.5	2,725,700	11.2	160,810	2.0	5,416,900	-0.6	406,680	18.5	8,142,600	3.0
2016	279,246	13.6	2,990,877	9.7	206,318	28.3	7,617,723	40.6	485,564	19.4	10,608,600	30.3

자료: 한국면세점협회, 메리츠증권증권 리서치센터

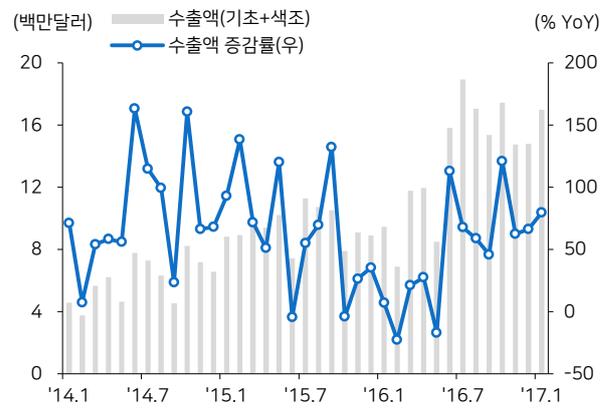
### 19. 화장품 수출 및 현황

화장품 전체 수출액 및 증가율 -2월 53.2% (잠정)



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 미국향 수출액 및 증가율 -1월 79.6%



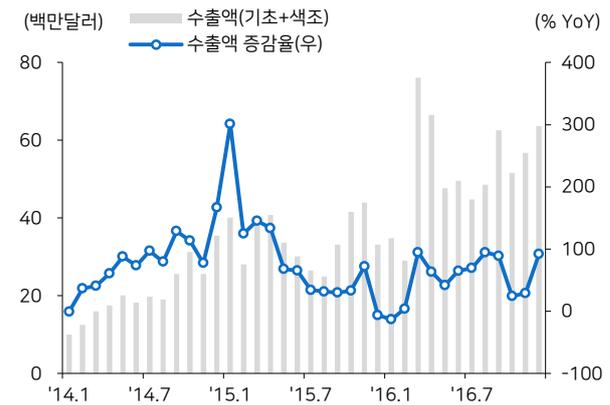
자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 중국향 수출액 및 증가율 -2월 142% (잠정)



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 홍콩향 수출액 및 증가율 -1월 45.2%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

**Compliance Notice**

동 자료는 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 2017년 3월 13일 현재 동 자료에 언급된 종목을 유가증권(DR, CB, IPO, 시장조성 등) 발행 관련하여 지난 6개월 간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 2017년 3월 13일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다. 당사의 조사분석 담당자는 2017년 3월 13일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 보유하고 있지 않습니다. 본 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다. (작성자: 양지혜)

동 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 동 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 동 자료를 이용하시는 분은 동 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다.

**투자등급 관련사항** (2016년 11월 7일부터 기준 변경 시행)

기업	향후 12개월간 추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 추천종목의 예상 목표수익률을 의미	
추천기준일 직전 1개월간 증가대비 4등급	Buy	추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 +20% 이상
	Trading Buy	추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 +5% 이상 ~ +20% 미만
	Hold	추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 -20% 이상 ~ +5% 미만
	Sell	추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 -20% 미만
산업	시가총액기준 산업별 시장비중 대비 보유비중의 변화를 추천	
추천기준일 시장지수대비 3등급	Overweight (비중확대)	
	Neutral (중립)	
	Underweight (비중축소)	

**투자의견 비율**

투자의견	비율
매수	92.7%
중립	7.3%
매도	0.0%
2016년 12월 31일 기준으로 최근 1년간 금융투자상품에 대하여 공표한 최근일 투자등급의 비율	