



MERITZ

유통/화장품 Weekly

Amazon 의 Global Selling, 국내 진출 확대

1. 금주의 이슈
2. 전주 동향
3. 금주 전망
4. 관심종목 & 종목 코멘트
5. 예정 이벤트 (실적발표/IR 등)
6. 주요 뉴스
7. 주요종목 Valuation
8. 주요 해외 업체 Valuation
9. 주요 종목 기간별 수익률
10. 해외 주요 업체 기간별 수익률
11. 주간/월간 수익률
12. 주가 추이
13. 업종별 지수 추이
14. 소비 주요지표
15. 중국 소매판매
16. 유통업체 매출동향
17. 중국 인바운드 동향 점검
18. 면세점 동향
19. 화장품 수출 및 현황

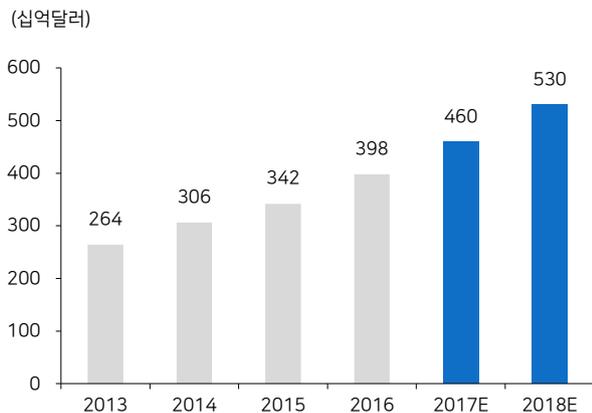
1. 금주의 이슈

Amazon Global Selling, 아마존을 통한 미국 진출 전략

미국 E-commerce 매년 빠른 속도로 성장하고 있음.
Amazon, 189 개국의 고객 확보

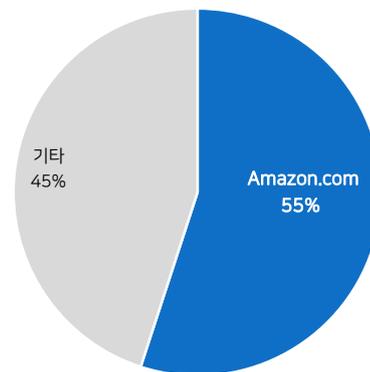
미국 온라인 유통 시장은 연평균 15% 속도로 빠르게 성장하고 있으며 미국 소매 유통 시장 내 7.7% 비중을 차지하는 것으로 추산된다. Amazon은 미국 뿐만 아니라 189개국의 구매 고객을 보유하고 있는 글로벌 Marketplace이다. Amazon의 월 구매고객은 3억명 이상으로 추산되며 국내 11번가의 월 구매고객이 4백만명 수준인 것을 감안할 때 규모의 차이가 상당하다. 최근 Apple 등의 브랜드 제조업자들이 온라인을 통한 직접 판매와 거래하는 비중이 증가하고 있지만, 여전히 대다수의 브랜드 제조업자들은 Amazon과 같은 유통에 의존하는 비중이 높으며 자체몰과 병행하여 활용하고 있다.

그림1 미국 E-commerce 거래 규모 추이



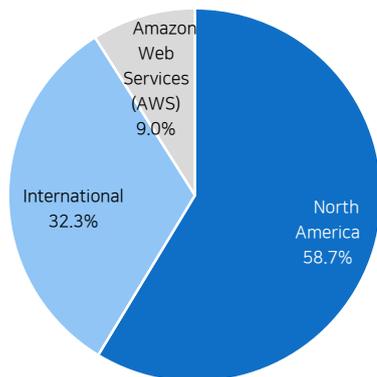
자료: eMarketer, 메리츠증권증권 리서치센터

그림2 미국 소비자, 쇼핑을 위한 상품검색 수단 설문조사 결과



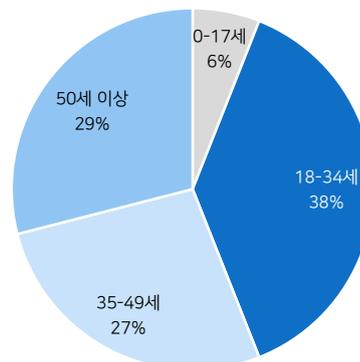
자료: bloomreach Report, US (Oct.2016), 메리츠증권증권 리서치센터

그림3 Amazon 지역별 매출 비중 (2016)



자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

그림4 Amazon 연령대별 고객 분포



자료: Amazon, 메리츠증권증권 리서치센터

Amazon의 핵심 강점,

- 1) Amazon Prime Service 및
- 2) FBA (Fulfilment by Amazon, 물류)
- 3) 고객 리뷰의 객관성

Amazon의 핵심 강점은 크게 세 가지로 나눌 수 있다. Amazon Prime Service와 FBA (Fulfilment by Amazon), 엄격한 Early Reviewer Program이다. 우선 Amazon Prime Service는 일종의 멤버십 프로그램으로 1년에 \$99의 회비를 지불하면 2일 이내 무료 배송 서비스와 함께 영화와 TV시리즈, 음원 등 다양한 콘텐츠를 무료로 제공받을 수 있으며 가족끼리 공유도 가능하다. 또한 Amazon은 FBA라는 자체적인 물류 시스템을 구축하고 있는데, 이는 Amazon 물류센터로 입고된 FBA 신청 재고에 대해 Amazon이 셀러 (브랜드 제조업자)를 대신하여 상품 분류, 픽업, 포장, 배송, 고객 서비스 그리고 반품 대응까지 알아서 진행해 주는 솔루션이다. 2016년 4분기 기준 3rd Party 셀러 전체 상품 판매량 중 55%가 FBA를 통해 발생한다. 마지막으로 Amazon은 고객들의 상품 구매 리뷰에 대한 객관성을 높이기 위한 Early Reviewer Program을 엄격하게 운영하고 있다.



자료: Amazon Korea, 메리츠증권증권 리서치센터

표1 FBA vs. MFN 비교

	개별 직접 배송 (MFN)	Fulfilment By Amazon (FBA)
배송기간	배송 방법에 따라 상이	FBA 활용 시 배송기간 단축
배송료	- 최종 고객까지 국제배송 - 상대적으로 높은 비용 (DDP 조건)	미국 내 인바운드 배송료 절감
Customer Support	셀러가 직접 CS 지원 (영어)	아마존에서 CS 지원
반품	- 미국 내 반품 주소를 제공 - 국제 운송 비용을 선지불	아마존 물류 창고로 반품 가능
		→ 수천만명에 달하는 프라임 고객에게 노출

자료: Amazon Korea, 메리츠증권증권 리서치센터

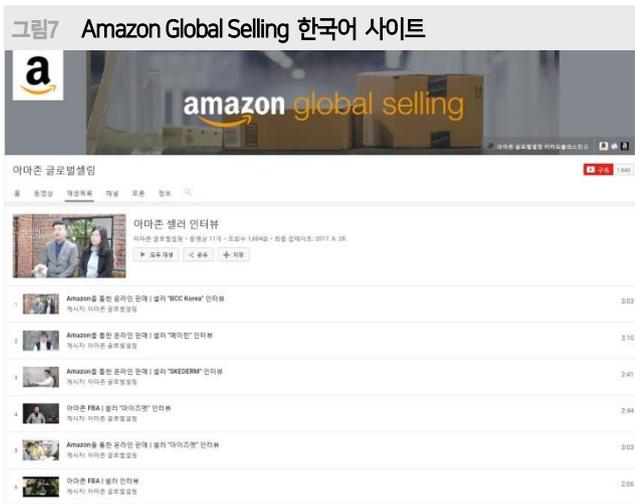
그림6 Amazon Prime 고객 혜택

				
2일 이내 무료배송 (2,000만 개 이상 아티템)	수천개의 영화와 TV시리즈 무제한 실시간 스트리밍 제공	60만권 이상의 책 무료 대여 가능	백만 개 이상의 음원과 수백 개의 플레이 리스트 재생가능	아마존 클라우드 드라이브에 무료로 사진 무제한 저장 가능

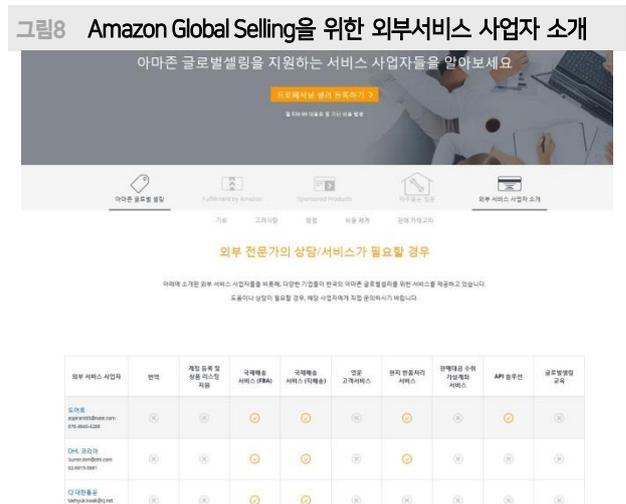
자료: Amazon, 메리츠증권증권 리서치센터

Amazon Global Selling,
2016.10 한국어 사이트 오픈

Amazon은 국내에서 클라우드 컴퓨팅을 비롯한 웹 서비스를 제공하는 Amazon Web Services (AWS)을 주력 사업으로 하고 있는 가운데 2016년 10월 Amazon Global Selling 한국어 사이트를 오픈하고 국내 브랜드 제조업자들을 대상으로 마케팅을 강화하고 있다. Amazon Global Selling은 Amazon 입점을 통해 국내 브랜드 제조업자들 (Seller)이 해외 판매 기회를 제공해 주는 것이다. Amazon은 국내 Seller들에게 FBA를 통한 물류 지원 및 다양한 외부 서비스 (변영, 상품 리스팅 지원, 영문 고객 서비스, 현지 반품처리 서비스, 판매대금 수취 가상계좌 서비스, 글로벌 셀링 교육 등)를 제공한다. 국내 Seller들은 특히 해외 진출 시의 가장 약점인 배송을 Amazon의 FBA를 통해 보완할 수 있다는 점에 큰 관심을 보이고 있다. Amazon 물류를 활용하여 매출 증대와 비용 절감의 효과를 동시에 얻을 수 있기 때문이다.

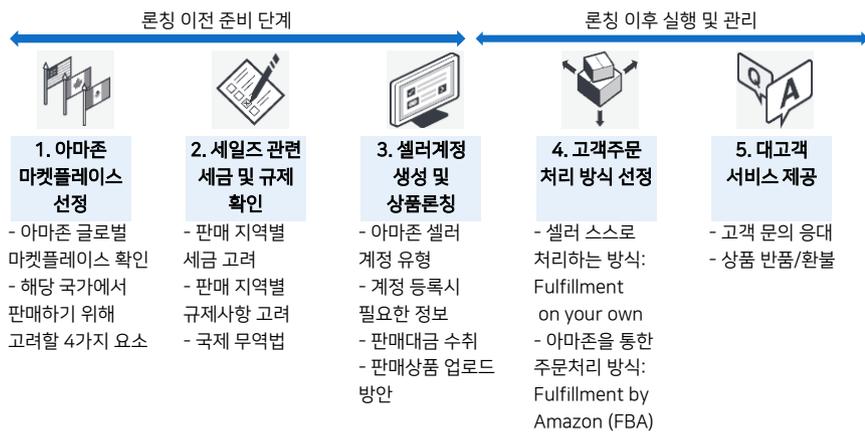


자료: Amazon Global Selling, 메리츠증권증권 리서치센터



자료: Amazon Global Selling, 메리츠증권증권 리서치센터

그림9 Amazon Global Selling 입점절차



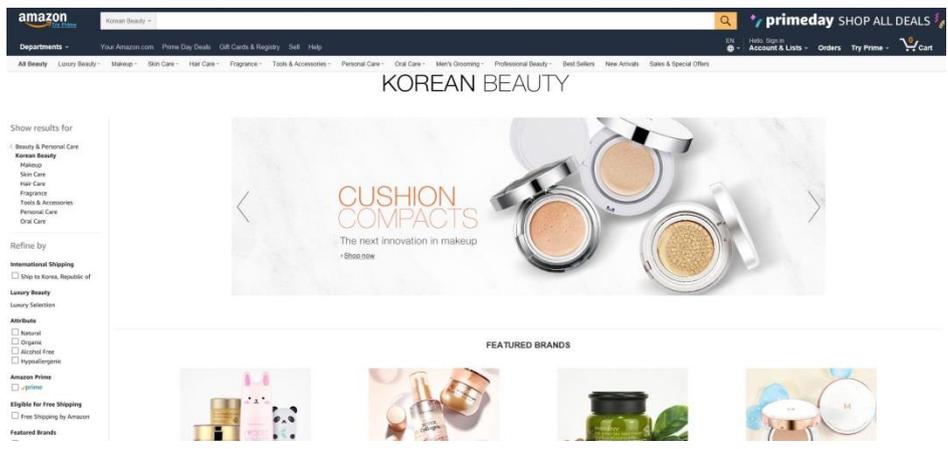
자료: Amazon Korea, 메리츠증권증권 리서치센터

결론: 국내 유통시장에 미치는 영향은 미미, 중소 소비재 기업들의 글로벌 시장 진출 긍정적

Amazon Korea의 Global Selling 사업 확대가 국내 소매유통 시장에 미치는 영향을 미미할 전망이다. 그 이유는 Global Selling이 국내 소비자들 보다는 미국 등 해외 고객들을 대상으로 운영되고 있기 때문이다. 물론 향후 Global Selling을 활용하는 국내 브랜드 입점업체들이 많아지게 된다면 이를 기반으로 국내에 진출할 수 있는 가능성은 잠재한다.

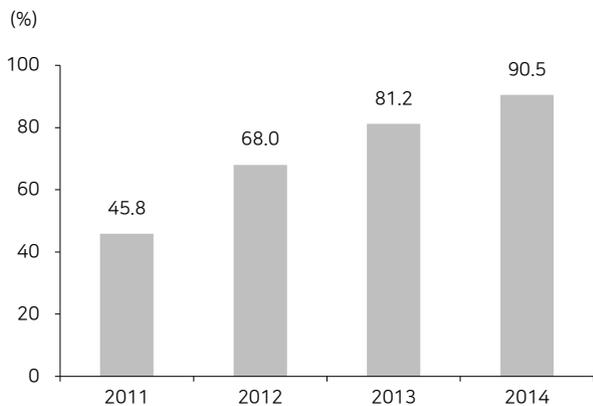
한편 화장품과 같은 중소 브랜드 제조업자들에게 Amazon Global Selling은 미국 등 해외 진출 기회가 될 수 있겠다. 2015년 6월 Amazon은 한 국가의 상품만을 위한 최초의 페이지로 한국 화장품 (Korean Beauty) 페이지를 론칭하였다. 2017년 5, 6월 기준으로 Amazon내 Mask sheet 검색결과 상위 10개 중 8개가 한국 제품이며, Eye Cream 카테고리 4위, Lip 카테고리 1위 또한 한국 제품이었다. 화장품 뿐만 아니라 슈퍼젠코리아 (휴대폰 케이스 및 악세서리), 골프존, ICONIX (뽀로로/타요 콘텐츠 기업) 등도 Amazon을 통한 글로벌 고객들에 대한 상품 노출 기회를 확대하여 성과를 거두고 있다.

그림10 K-Beauty in Amazon, 2015년 6월 오픈



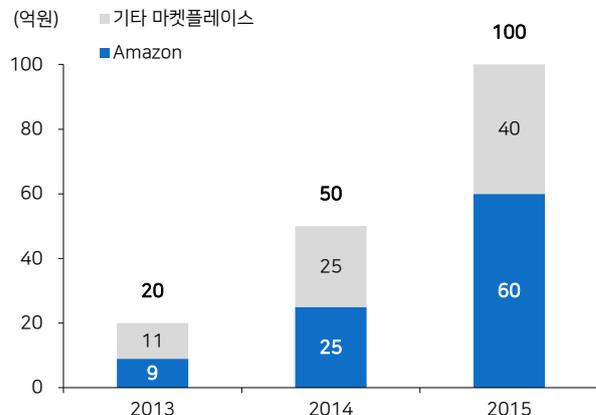
자료: Amazon, 메리츠증권증권 리서치센터

그림11 Spigen Korea 해외 매출 비중 추이



자료: Spigen, 메리츠증권증권 리서치센터

그림12 마이즈넷 해외 매출 추이



자료: 마이즈넷, 메리츠증권증권 리서치센터

2. 전주 동향

유통

7월 둘째주 유통업종 주가는 전체 시장 대비 소폭 하회하는 수익률을 기록하였음. 롯데하이마트가 2분기 및 3분기 실적 개선 기대감으로 주가 상승하였음. 검찰의 시내면세점 사업자 심사 의혹이 제기되면서 자체적인 경쟁력에 따른 면세사업의 구조조정이 나타나게 되면 상대적으로 손해가 예상되는 호텔신라 등의 주가가 반등함. 한편 이마트가 로고변경 등을 통한 편의점 사업 재편 계획을 발표하면서 경쟁 심화에 대한 우려감으로 BGF리테일과 GS리테일의 주가가 하락함. 그러나 현재 구축돼 있는 편의점 시장을 흔들만한 실질적인 점주 혜택이 예상되는 내용은 찾아보기 어려워 현재 CU와 GS의 2강구도가 쉽게 달라지지는 않을 전망

화장품 (생활소비재)

7월 둘째주 화장품업종 주가는 전체 시장 대비 하회하는 수익률을 기록하였음. 중국 인바운드 소비 타격에 따른 전반적인 화장품 업체들의 2분기 실적 부진이 예상되는 가운데 부진한 주가 흐름이 지속되었음. 특히 코스메카코리아, 에이블씨엔씨 등 중소형 화장품 중심으로 주가 하락폭이 크게 나타났음. 한편 지난주 외국인들의 저가 매수 유입으로 아모레퍼시픽의 주가가 반등하였음. 아모레퍼시픽의 중국 현지법인인 5월 이후 두 자릿수 성장률을 회복한 것으로 추산됨. 쿠크전자는 중국 관련 2분기 실적 우려감으로 주가 조정이 이어지다가 지주사 전환 발표 및 렌탈 사업의 성장성이 부각되면서 주가 반등하였음

3. 금주 전망

유통: 정책 리스크 부각, 호실적과 저평가 종목에 집중

최저임금 인상 확정으로 정부의 정책 리스크가 부각될 수 있음. 신정부의 정책 방향성은 경제 민주화에 중점을 두고 있음. 최저임금 인상 및 정규직 전환, 복합쇼핑몰 제한 등은 대형 유통업체들에게 불리할 수 있지만 투명한 지배구조 체제 구축 (분할, 합병에 따른 기업가치 상승), 카드가맹점 수수료 인하와 세액공제 및 상가세입자보호법 개정 등 소상공인 보호정책 (편의점 점주) 등은 상대적으로 보완적일 수 있겠음. 결론적으로 당분간 정부 정책에 대한 우려감이 주가에 부정적으로 작용하겠지만 예상보다 실질적인 영향이 제한적일 경우 저점 매수의 기회가 될 수 있다는 판단임. Top-pick으로 정부 정책의 영향이 상대적으로 제한적이면서 호실적 대비 저평가되어 있는 롯데하이마트를 유지함

화장품 (생활소비재): 중국 관련 정치적 갈등 장기화 우려

주요 화장품 기업들의 2분기 실적은 크게 부진할 전망. 우선 1) 최근 국내 면세점과 화장품 업체들이 매출액 성장률이 차별화되고 있음. 이는 국내 면세점 매출이 중국인 관광객이 아닌 타이공에 의한 것이기 때문이며, 차이거래가 가능한 고가 외산 브랜드에 대한 판매가 집중되고 있다는 판단임. 또한 2) 국내 중저가 화장품 시장은 물량 중심의 성장이 한계에 다다르면서 가격할인 경쟁 심화에 따른 수익성 부진이 예상됨. 내수 부진은 심화되고 있는 가운데 중국 이외 미국, 일본 지역에 대한 수출 증가율은 강화되고 있어 중장기 화장품 산업의 글로벌 성장성은 유효하다는 판단임. 중국 관련 실적 또한 중국 인바운드 보다는 중국 현지에서 회복세가 빠르게 나타나게 될 전망. Top-pick으로 LG생활건강을 유지함

4. 관심종목 & 종목 코멘트

유통

관심종목

롯데하이마트 (071840):

생활가전과 에어컨을 포함한 백색가전의 높은 성장으로 매출액성장률이 강화되고 고마진 상품 비중 확대로 2분기 호실적 전망. 온라인 비중 확대와 카테고리 다변화는 지속적인 기업가치 상승 요인

쿠크전자 (192400):

가전 부문 (전기밥솥), 중국 현지 홈쇼핑 방송 재개와 온라인 채널을 통한 신제품 마케팅 정상화로 점진적인 실적 회복 기대. 지주사 전환으로 렌탈 부문의 호실적과 성장성 대비 저평가 매력 부각될 전망

종목 코멘트 (탐방)

코웨이 (021240)

- 2분기 핵심 사업인 렌탈 부문의 정상화로 매출과 영업이익이 가파르게 회복되면서 시장 컨센서스 (영업이익 1,196억원)를 소폭 상회할 전망
- 렌탈 부문, 미세먼지 및 공기오염 이슈가 부각되면서 공기청정기 판매 호조로 전체 판매량이 목표치를 상회하였으며 정수기 또한 리콜 이전 수준까지 회복될 전망
- 일시불은 건강기능식품 판매 호조에도 지난해 비중이 높았던 다이슨청소기 및 안마의자 대비 가격대가 낮아 성장률이 크게 둔화될 전망
- 수출은 말레이시아 (정수기 고성장) 및 미국법인 (청정기 아마존 매출 상승 등) 판매 호조 대비 중국 ODM 부문은 둔화되면서 수출 내 성과가 차별화될 것으로 판단됨

화장품 (생활소비재)

관심종목

LG생활건강 (051900)

중국 인바운드 소비 타격에도 2분기 실적 시장 컨센서스를 충족할 전망. 프레스티지 화장품의 경쟁력 강화와 일본 등 지역 다변화, 그리고 생활용품과 음료의 안정적인 사업 포트폴리오로 선방 예상

네오팜 (092730):

중국 관련 매출 비중이 미미하고 국내 화장품 신유통 채널 (온라인, H&B 스토어, 병의원 등)의 성장 수혜를 온전히 흡수하며 당분간 업종 내 차별화된 호실적이 예상됨

종목 코멘트 (탐방)

5. 예정 이벤트 (실적발표/IR 등)

실적발표 아모레퍼시픽, LG생활건강, 현대백화점 7월 말 / 코웨이 8/1 / 롯데쇼핑, 롯데하이마트 8/4 / 신세계, 이마트, BGF리테일 8월 둘째주

6. 주요 뉴스

📰 유통

2018년 최저임금 7530원 결정...사용자·노동자 모두 '아쉬움': 최저임금위원회는 15일 오후 정부세종청사에서 11차 전원회의를 열고 내년도 최저임금을 7530원으로 확정. 2018년 시간당 최저임금은 월급으로 환산할 시 157만3770원에 달함. 최저임금의 영향을 받는 근로자는 전체 근로자의 23.6%로 경제활동인구 부가조사 기준 462만 명에 달할 것으로 추정 (한국경제, 7/16)

정부 '검은손'에 놀이난 면세점 선정: 관세청이 지난 2015년 7월과 11월에 면세점 사업자 선정하면서 호텔롯데에 불리하게 점수를 산정해 탈락시킨 것으로 감사원 감사 결과 드러남. 또 2015년 12월 박근혜 전 대통령이 경제수석실에 서울 시내면세점을 늘리라고 지시하자 관세청이 기초자료를 왜곡하는 등 필요성이 없음에도 면세점 수를 늘린 것으로 확인 (서울경제, 7/12)

면세점 특허제 → 신고제 전환 급물살 타나: '밀실행정'을 고집해온 관세청의 면세점 비리가 고스란히 드러나면서 향후 면세점 선정 제도 개선을 요구하는 목소리가 거세지고 있음. 특히 올해 안에 제주공항과 코엑스 면세점이 새 주인을 찾아야 해 개혁을 미룰 수 없다는 주장도 강하게 제기. 면세점 사업자 선정 방식을 신고제나 등록제로 전환해야 한다는 업계 주장에 힘이 실리고 있음. 관세청이 일방적으로 특허를 나눠주는 대신 일정한 자격만 있으면 누구나 면세점을 열 수 있도록 허용한 뒤 경쟁을 통해 우열을 가리자는 게 핵심 (매일경제, 7/13)

30% 할인까지...면세점서 슈퍼갑 된 '중 보따리상': 중국의 사드 보복으로 '유커'가 자취를 감추면서 면세업계는 관광객의 빈자리를 채우는 '따이공(代工·중국 보따리상)'에게 최대 30% 할인까지 해주고 있음. 대다수 신규 면세점의 경우 외국인 매출에서 타이공이 차지하는 비중이 최근 60~70%까지 치솟았으며 롯데·신라 대형 면세점들도 타이공 비중이 30~40%에 육박. 타이공은 하지만 'guanxi'를 앞세워 중국 당국의 규제를 피하는 덕에 단체 관광객(유커)이 빠진 면세점 매출의 대동보 역할을 하고 있는 것. 회사 존립을 위해 매출을 유지해야 하는 면세점들이 적자를 보는 상황에서도 타이공이 '슈퍼 갑'이 되면서 이들의 입맛에 맞출 수밖에 없는 상황 (서울경제, 7/12)

복합쇼핑몰 규제 ... 지자체가 칼자루 친다: 9일 산업통상자원부와 국정기획자문위원회 등에 따르면 정부는 복합쇼핑몰 등 대규모 점포의 입지제한 방식과 영업제한 수준 등을 지자체가 지역민들의 여론을 수렴해 결정하도록 하는 안을 국정기획위에 제안. 정부의 새로운 안에는 △현재 등록제만 있었던 입지 제한 방식을 지자체별로 결정할 수 있도록 한 것 △대형마트와 기업형슈퍼마켓(SSM)에만 적용되던 영업제한 규정에 복합쇼핑몰도 포함시킨 것 △영업제한 일수를 지자체가 결정할 수 있도록 한 것 등이 포함. 안이 확정되면 지자체별로 대규모 점포의 입지 제한 방식과 영업제한 규정이 제각각으로 달라질 수 있는데 기존 유통규제 수준에서 완화된 결정을 내릴 수는 없도록 할 방침 (서울경제, 7/10)

📰 화장품 (생활소비재)

韓·中정상회담후 더 독해진 사드보복: 한미, 한중 정상회담 이후 중국 정부의 사드 보복 조치가 더욱 혹독해지고 있음. 중국 국가여유국(관광청)이 그동안 암묵적으로 허용해왔던 자국민의 한국 개별관광까지 제한할 움직임을 보이고 있음. 특히 지난 6일 시진핑 중국 국가주석이 독일 베를린에서 문재인 대통령과 정상회담을 하며 한반도 사드 배치 반대 입장을 재확인하면서 중국 세관검사가 다시 깐깐해지고, 한국 관광을 신청하는 개별 관광객들도 급감 (매일경제, 7/11)

아마존 프라임데이, 30시간 만에 10억달러 벌었다: 블룸버그통신은 JP모간체이스와 코헨 분석가의 말을 인용해 아마존이 이번에 10억달러(약 1조1364억원) 매출을 올린 것으로 관측. 아마존도 지난해 프라임데이 세일보다 60% 이상 매출이 증가한 것으로 추정. 아마존이 창립 20주년을 맞아 2015년부터 하고 있는 프라임데이 세일은 연회비 99달러(약 11만2500원) 또는 월회비 10.99달러를 낸 프라임 회원만 이용할 수 있으며 프라임 회원으로 가입한 사람은 미국에서만 8500만 명이 넘음. 이번에 가장 인기를 끈 상품은 아마존의 인공지능(AI) 음성인식 스피커인 에코 (한국경제, 7/14)

늘어나는 '4050 아재 울로족': 9일 해외 배송대행 서비스를 제공하는 몰테일에 따르면 올 상반기 해외직구를 이용한 남성 비중이 42%를 기록해 역대 처음으로 40%를 넘은 것으로 조사. 4050 남성들의 해외직구가 급증한 것은 국내 소비 시장의 화두로 떠오른 '올로(YOLO)' 소비 트렌드와 관련. 올로 라이프 확산이 구매력을 갖춘 중년층 남성들의 소비 문화에도 영향을 끼친 것으로 분석 (매일경제, 7/10)

CU, 국내 편의점 최초로 해외 진출: BGF리테일은 14일 이란의 '엔택한 투자그룹'과 '마스터 프랜차이즈' 계약을 체결하고 업계 최초로 이란 시장에 진출한다고 밝힘. 이번 계약은 국내 편의점 업계에서 최초로 이뤄진 해외 시장 진출. BGF리테일은 계약과 동시에 마스터 프랜차이즈 가맹비로 300만유로(약 40억원)의 수입도 얻게 됨. 이란 시장에 진출하면서 현지 리스크와 투자비 부담 등은 최소화하면서도 지속적인 로열티 수입을 기대할 수 있는 '마스터 프랜차이즈' 계약을 선택. BGF리테일은 이란 시장을 교두보로 삼아 중동과 동남아시아 지역 등 신흥 국가로 진출하는 것을 본격화할 계획 (매일경제, 7/15)

정용진의 편의점 승부수 ... '이마트24(Emart24)': 신세계그룹은 13일 서울 삼성동 코엑스에서 '신세계그룹 편의점 사업 기자간담회'를 열고 편의점 전략을 공개. 핵심은 '위드미'라는 편의점 명을 버리고 '이마트24(Emart24)'로 브랜드를 교체하는 것. 앞으로 오픈하는 모든 점포는 문화·생활공간이 결합한 프리미엄 편의점으로 탈바꿈하고 이를 위해 3년간 총 3,000억 원을 투자한다는 계획. 아울러 새로운 상생제도도 도입해 '실매 없는 편의점'을 만들어 편의점 사업을 이마트 뒤를 잇는 핵심 성장동력으로 키운다는 구상 (서울경제, 7/14)

"제조업도 합니다"... TV홈쇼핑의 '변신': 온라인 쇼핑의 대명사 역할을 했던 TV홈쇼핑 회사들이 이제 TV를 버리고 오프라인 제조업체로 탈바꿈하고 있음. GS홈쇼핑은 12일 미국계 사모펀드인 코벨캐피탈, 중국 재무적 투자자 등과 손잡고 글로벌 키친웨어 제조사 '월드키친'의 지주사 지분 99.4%를 인수했다고 밝힘. GS홈쇼핑의 몫은 이 가운데 9.1%로 이사회를 통해 경영에도 일부 참여할 예정. CJ오쇼핑은 최근 오프라인 매장 체계를 갖춘 리빙 관련 제조업체를 인수·합병(M&A)하는 방안을 추진. 현대홈쇼핑 역시 지난달 '오로타'라는 PB 브랜드를 앞세워 가전제품인 냉풍기를 선보인 데 이어 하반기 같은 브랜드 2탄 상품으로 주방기기를 준비 중 (서울경제, 7/13)

화장대 바꾼 스타 제품, 뷰티 판도 바꾸다: 브랜드가 아닌 특정 카테고리 별 스타 제품으로 뷰티 시장이 재편되고 있음. 시장조사업체인 칸타월드패널에 따르면 최근 3년간(2014~2016년) 1인당 구매 브랜드 수가 2014년 6.16개에서 지난해 7.1개로 증가. 특정 브랜드에 대해 로열티를 갖고 지속적으로 구매하는 행태에서 다양한 브랜드를 매입하는 행태로 변화. 이는 전통적인 TV 광고 대신 모바일, 드럭스토어 채널 등의 확대와 함께 세분화 된 타겟 마케팅이 대세로 자리 잡은 결과 (서울경제, 7/10)

7. 주요종목 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (원)	시가총액 (십억원)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	롯데쇼핑	A023530	294,500	9,274	24.5	20.5	0.5	0.5	2.3	2.8
	현대백화점	A069960	107,000	2,504	8.1	7.9	0.6	0.6	8.1	7.7
	신세계	A004170	236,500	2,328	12.6	11.2	0.7	0.6	5.6	5.9
	CJ오쇼핑	A035760	188,000	1,169	10.6	9.8	1.5	1.3	15.0	14.6
	GS홈쇼핑	A028150	228,500	1,500	13.1	12.2	1.3	1.2	11.3	11.3
	현대홈쇼핑	A057050	135,000	1,620	12.2	11.4	1.0	0.9	8.8	8.7
	엔에스쇼핑	A138250	16,700	563	10.6	10.2	1.3	1.1	14.2	13.5
	이마트	A139480	244,000	6,802	15.8	13.9	0.8	0.8	5.5	5.9
	GS리테일	A007070	49,500	3,812	19.1	15.7	1.8	1.7	10.6	12.5
	BGF리테일	A027410	97,000	4,806	21.9	18.3	4.4	3.7	21.7	21.7
	롯데하이마트	A071840	68,700	1,622	11.6	10.5	0.8	0.8	7.3	7.5
	호텔신라	A008770	55,300	2,170	107.9	26.4	3.2	2.8	2.8	12.3
화장품	아모레퍼시픽	A090430	294,500	17,216	37.4	28.9	4.7	4.1	13.8	15.5
	아모레G	A002790	124,500	10,266	37.9	29.2	3.4	3.0	10.2	11.7
	LG생활건강	A051900	924,000	14,431	26.0	22.9	5.1	4.3	22.9	21.3
	코스맥스	A192820	104,000	1,045	33.7	19.7	4.5	3.7	14.2	21.5
	한국콜마	A161890	69,500	1,466	22.9	18.9	4.5	3.7	21.4	21.5
	코스메카코리아	A241710	62,500	334	20.4	15.0	2.8	2.3	14.3	16.7
	연우	A115960	28,300	351	19.1	15.5	1.8	1.6	8.4	10.7
	대봉엘에스	A078140	10,700	119	11.3	9.8	1.6	1.4	13.9	13.6
	SK바이오랜드	A052260	16,850	253	19.8	15.0	1.8	1.6	9.4	9.8
	클리오	A237880	34,200	580	26.0	19.9	4.1	3.6	16.5	20.3
	에이블씨엔씨	A078520	23,350	394	17.2	15.6	1.8	1.7	11.1	11.3
	토니모리	A214420	18,700	330	45.1	29.1	2.5	2.4	5.7	8.5
	생활소비재	코웨이	A021240	97,500	7,295	20.8	18.6	6.0	5.4	30.0
쿠쿠전자		A192400	148,000	1,451	17.7	15.4	2.0	1.8	14.0	14.6
뉴트리바이오텍		A222040	20,150	416	25.7	16.2	4.3	3.4	18.1	22.4
콜마비엔에이치		A200130	19,000	561	16.0	15.6	3.5	3.0	24.8	20.8

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	월마트	WMT US	76	230,127	17.5	16.6	3.1	3.0	17.1	18.4
	이베이	EBAY US	37	40,133	18.4	16.7	2.4	2.1	20.1	18.7
	세븐 & 아이홀딩스	3382 JP	4,520	35,587	21.1	18.2	1.6	1.5	8.0	8.7
	노드스트롬	JWN US	47	7,780	15.7	15.5	9.9	10.1	59.2	60.7
화장품	로레알	OR FP	184	118,163	26.5	25.0	4.3	3.7	15.2	15.1
	에스티로더	EL US	95	35,058	28.0	25.2	9.6	9.1	33.5	42.6
	시세이도	4911 JP	3,891	13,824	50.7	38.9	3.7	3.5	7.6	9.4
	상해자화	600315 CH	31	3,078	49.5	39.3	3.7	3.5	7.5	8.8
생활소비재	LVMH	MC FP	220	127,826	23.0	20.7	3.8	3.4	17.1	17.3
	나이키	NKE US	58	95,744	23.8	20.8	7.5	6.4	31.2	34.0
	패스트리테일링	9983 JP	34,570	32,569	31.1	29.2	5.3	4.7	19.0	17.6
	조지루시	7965 JP	1,125	725	12.0	12.2	1.3	1.2	9.9	8.3

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	0.7	(8.3)	36.3	36.3	49.1	33.0	(0.8)	(10.0)	23.2	20.1	28.9	13.8
	현대백화점	(2.3)	(5.3)	1.4	8.6	(18.0)	(1.8)	(3.7)	(7.1)	(11.7)	(7.6)	(38.2)	(21.0)
	신세계	2.6	(5.2)	19.8	39.1	24.2	34.4	1.1	(7.0)	6.7	22.9	4.0	15.2
	CJ오쇼핑	(0.2)	(8.3)	(2.8)	17.4	17.0	15.4	(1.7)	(10.1)	(15.9)	1.2	(3.2)	(3.8)
	GS홈쇼핑	0.6	(4.4)	7.3	38.2	36.7	32.9	(0.9)	(6.2)	(5.8)	21.9	16.5	13.7
	현대홈쇼핑	5.1	(1.1)	6.7	24.4	8.9	21.1	3.6	(2.9)	(6.4)	8.2	(11.3)	1.9
	엔에스쇼핑	(2.1)	(4.6)	(1.2)	9.9	(12.1)	8.8	(3.5)	(6.3)	(14.3)	(6.4)	(32.3)	(10.4)
	이마트	5.2	3.0	5.0	28.1	46.6	33.3	3.7	1.2	(8.2)	11.8	26.4	14.2
	GS리테일	0.0	(8.3)	(6.1)	0.0	(10.5)	4.0	(1.5)	(10.1)	(19.2)	(16.3)	(30.7)	(15.2)
	BGF리테일	(2.5)	(15.3)	(6.7)	10.0	(6.6)	18.6	(4.0)	(17.1)	(19.8)	(6.3)	(26.8)	(0.6)
	롯데하이마트	5.5	(1.0)	23.3	63.4	55.4	62.8	4.1	(2.8)	10.2	47.1	35.2	43.6
	호텔신라	3.0	(2.0)	16.3	18.9	(14.9)	14.9	1.5	(3.7)	3.2	2.7	(35.1)	(4.3)
	화장품	아모레퍼시픽	2.3	(7.7)	8.7	(6.4)	(30.5)	(8.4)	0.8	(9.5)	(4.4)	(22.6)	(50.7)
아모레G		0.8	(11.1)	3.8	(3.9)	(21.0)	(6.4)	(0.7)	(12.8)	(9.4)	(20.1)	(41.2)	(25.6)
LG생활건강		(2.5)	(5.7)	17.9	8.2	(17.5)	7.8	(4.0)	(7.5)	4.8	(8.1)	(37.7)	(11.3)
코스맥스		(5.0)	(13.0)	(24.6)	(13.7)	(34.0)	(13.0)	(6.5)	(14.7)	(37.7)	(30.0)	(54.2)	(32.1)
한국콜마		0.7	(9.2)	(10.4)	8.6	(30.4)	5.6	(0.7)	(10.9)	(23.5)	(7.7)	(50.6)	(13.5)
코스메카코리아		(6.4)	(10.7)	(7.0)	19.1	N/A	11.6	(7.9)	(12.5)	(20.1)	2.8	N/A	(7.6)
연우		(1.6)	(11.6)	(1.2)	(11.6)	(35.8)	(26.6)	(3.0)	(13.3)	(14.3)	(27.8)	(56.0)	(45.8)
대봉엘에스		(5.3)	(16.4)	(8.2)	(4.5)	(25.7)	(9.7)	(6.8)	(18.2)	(21.3)	(20.7)	(45.9)	(28.9)
SK바이오랜드		(0.6)	(8.2)	(2.6)	0.9	(27.8)	(6.1)	(2.1)	(9.9)	(15.7)	(15.4)	(48.0)	(25.3)
클리오		0.0	(13.4)	(14.5)	17.7	N/A	11.8	(1.5)	(15.2)	(27.6)	1.5	N/A	(7.4)
에이블씨엔씨		(9.7)	(8.8)	(5.1)	19.4	(25.2)	12.8	(11.1)	(10.6)	(18.2)	3.2	(45.4)	(6.4)
토니모리		(2.6)	(9.0)	(9.0)	(10.3)	(45.5)	(17.8)	(4.1)	(10.8)	(22.1)	(26.6)	(65.7)	(37.0)
생활소비재		코웨이	(7.1)	(7.6)	(2.0)	7.4	3.1	10.4	(8.6)	(9.4)	(15.1)	(8.9)	(17.1)
	쿠쿠전자	1.7	(7.2)	13.4	11.7	(2.0)	14.7	0.3	(9.0)	0.3	(4.6)	(22.2)	(4.4)
	뉴트리바이오텍	(3.4)	(5.8)	(16.7)	(28.7)	(46.3)	(34.5)	(4.8)	(7.6)	(29.8)	(44.9)	(66.5)	(53.6)
	콜마비엔에이치	(5.7)	(11.0)	2.7	13.4	(47.8)	2.4	(7.2)	(12.8)	(10.4)	(2.8)	(68.0)	(16.7)

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

10. 해외 주요 업체 기간별 수익률

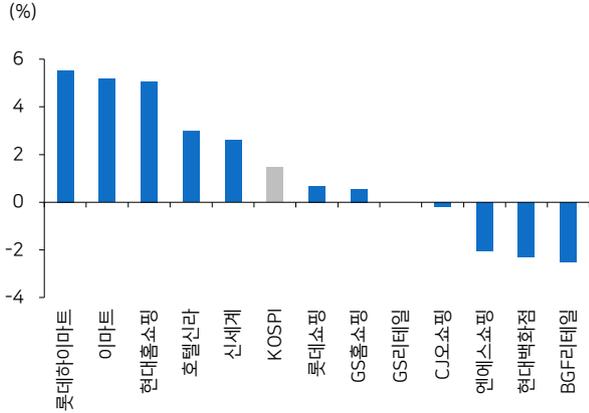
업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	월마트	1.3	1.5	4.4	13.7	3.6	10.4	(0.1)	0.4	(0.3)	5.3	(10.1)	0.6
	이베이	8.3	9.2	8.0	22.4	40.8	24.9	6.9	8.1	3.3	14.0	27.0	15.0
	세븐 & 아이홀딩스	(0.9)	(5.5)	(1.1)	(5.0)	0.4	1.5	(1.8)	(6.4)	(10.7)	(12.0)	(21.5)	(3.8)
	노드스트롬	(1.5)	(1.4)	0.6	6.0	15.3	(2.3)	(2.9)	(2.4)	(4.1)	(2.4)	1.5	(12.1)
화장품	로레알	2.7	(3.6)	1.7	7.8	5.6	6.2	0.9	(3.1)	(1.5)	0.1	(14.1)	(1.5)
	에스티로더	1.1	(2.2)	12.2	21.0	1.0	24.6	(0.3)	(3.3)	7.5	12.5	(12.8)	14.8
	시세이도	0.8	(2.3)	35.0	27.1	34.9	31.5	(0.2)	(3.1)	25.4	20.1	12.9	26.3
	상해자화	(0.7)	6.8	3.4	19.4	6.4	14.0	(0.8)	3.7	3.4	15.7	0.9	10.2
생활소비재	LVMH	1.5	(4.7)	5.3	17.2	57.0	21.1	(0.2)	(4.2)	2.1	9.4	37.2	13.5
	나이키	0.0	13.5	4.8	9.6	0.2	14.1	(1.4)	12.4	0.1	1.2	(13.5)	4.3
	패스트리테일링	(6.1)	(6.2)	(2.2)	(7.8)	5.8	(17.4)	(7.1)	(7.1)	(11.8)	(14.7)	(16.1)	(22.6)
	조지루시	(0.9)	(8.5)	(20.7)	(30.0)	(35.5)	(28.3)	(1.8)	(9.4)	(30.3)	(36.9)	(57.5)	(33.6)

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

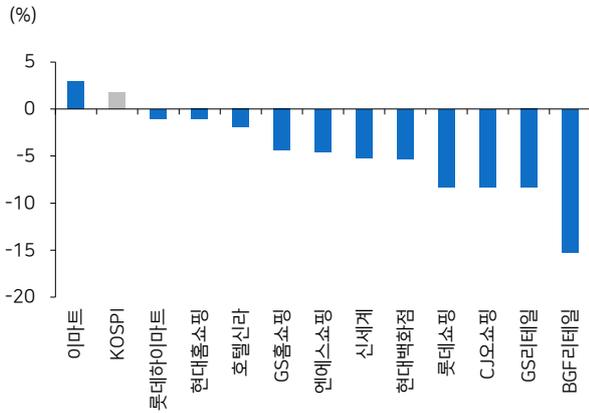
11. 주간/월간 수익률

유통

주간 수익률



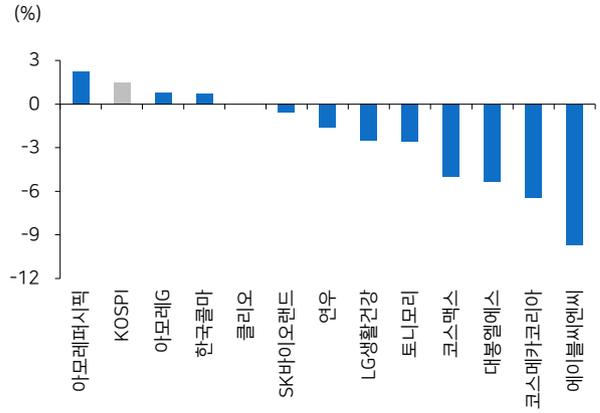
월간 수익률



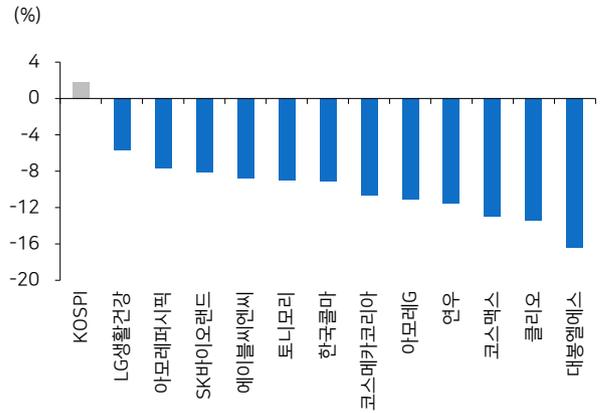
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 (생활소비재)

주간 수익률



월간 수익률



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

12. 주가 추이

유통



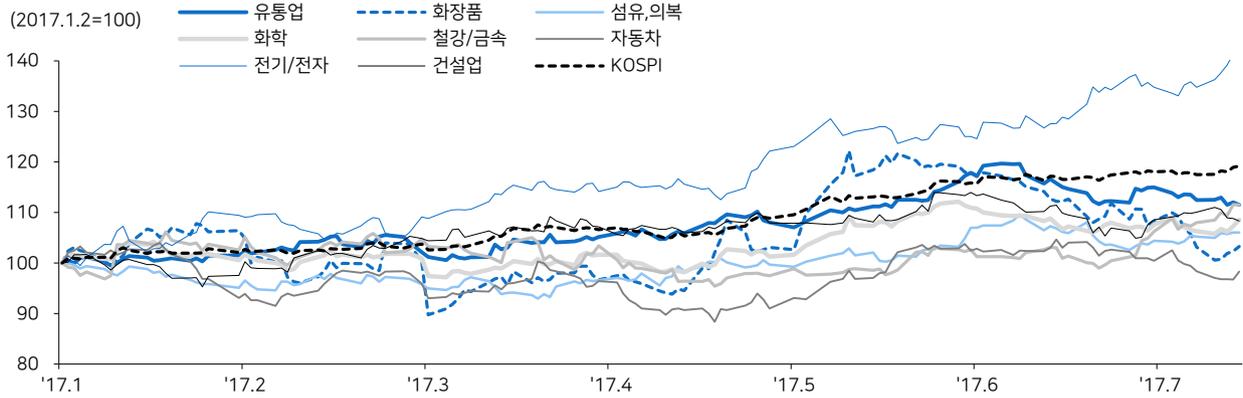
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 (생활소비재)



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

13. 업종별 지수 추이



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

14. 소비 주요지표

Monthly	'16.5	'16.6	'16.7	'16.8	'16.9	'16.10	'16.11	'16.12	'17.1	'17.2	'17.3	'17.4	'17.5	'17.6
소비지출전망 CSI	105	105	106	106	107	107	106	103	104	104	104	106	106	109
가계수입전망 CSI	98	98	100	100	100	101	98	98	98	97	98	99	102	103
소비심리지수	99.2	98.8	100.9	101.8	101.7	101.9	95.8	94.2	93.3	94.4	96.7	101.2	108.0	111.1
소비자물가지수(% YoY)	0.8	0.7	0.4	0.5	1.3	1.5	1.5	1.3	2.0	1.9	2.2	1.9	2.0	1.9
가계대출 증감률(% YoY)	12.7	12.3	12.0	12.0	11.8	11.4	11.5	10.8	10.4	10.4	10.0	9.8	9.7	9.5
주택담보대출 증감률(% YoY)	14.7	14.0	13.6	13.4	13.1	12.6	12.4	11.7	11.2	11.1	10.6	10.2	10.0	9.8
WTI (\$/B)	49.1	48.3	41.6	44.7	48.2	46.9	49.4	53.7	52.8	54.0	50.6	49.3	48.3	46.0
KOSPI (pt)	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	2,091.6	2,160.2	2,205.4	2,347.4	2,391.8
원/달러	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	1,130.3	1,118.5	1,137.7	1,195.7	1,144.1
원/위안	181.0	173.3	168.8	166.9	165.0	168.8	169.7	173.6	168.7	164.3	162.4	165.0	164.2	168.7
기준금리 (%)	1.50	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25
소매판매액 증감률 (% YoY)	4.6	8.8	4.1	5.3	2.1	4.2	4.2	3.6	7.1	2.7	4.1	4.4	3.1	
내구재	13.2	15.0	1.6	6.6	-1.6	1.9	1.7	-1.1	2.4	9.4	2.4	5.8	6.1	
승용차	19.8	20.2	-10.5	-5.3	-9.4	-1.8	2.3	-6.3	3.5	11.4	-0.2	-0.9	-2.4	
가전제품	10.0	20.9	20.1	24.1	13.8	5.2	-1.6	2.5	0.1	4.7	9.0	18.1	29.5	
통신기기 및 컴퓨터	3.4	-0.5	2.3	9.0	-3.4	2.6	0.9	1.5	0.3	2.3	-1.0	8.1	3.0	
가구	1.2	1.2	0.9	8.0	11.0	12.5	10.0	11.1	5.1	16.1	7.8	4.0	1.1	
준내구재	2.7	14.7	8.9	3.3	3.6	3.6	1.9	1.2	0.3	0.3	-0.3	1.6	-3.9	
의복	2.5	16.4	7.5	-0.8	1.6	3.4	1.2	1.2	-1.2	-0.5	-0.6	3.2	-4.2	
신발 및 가방	2.5	23.3	16.9	10.2	9.0	6.4	-2.0	-0.3	4.0	4.3	-1.2	-5.1	-6.2	
오락, 취미, 경비용품	0.1	2.9	2.3	-0.1	0.7	-1.0	2.4	-2.2	-1.3	-4.0	-1.2	1.9	-3.8	
비내구재	1.2	2.8	3.5	5.4	3.2	5.8	6.8	7.6	12.3	0.6	7.8	5.6	4.8	
음식료품	3.4	3.4	4.9	7.8	3.9	8.6	7.6	9.0	17.1	-10.1	7.6	4.9	4.2	
의약품	5.8	6.4	4.3	5.9	7.4	4.6	6.5	4.8	0.5	2.1	1.1	2.8	3.5	
화장품	12.6	22.1	29.6	26.4	17.2	14.2	15.1	17.2	11.9	16.1	4.8	-1.1	2.1	
서적, 문구	11.3	6.5	6.5	7.2	5.9	6.4	6.4	4.1	-1.9	-0.3	-1.4	-1.0	2.0	
차량연료	-10.7	-5.1	-7.5	-4.1	-6.3	-1.1	3.0	4.2	11.3	14.5	13.6	9.7	8.7	

주: WTI, KOSPI, 환율은 월말 증가기준

자료: 통계청, 한국은행, Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

Quarterly	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17
민간소비 증감률(% YoY)	0.8	(0.1)	1.1	1.4	(0.1)	0.8	0.6	0.2	0.4
도시근로자 소득 증감률(% YoY)	1.4	2.0	0.3	(0.5)	0.9	0.9	0.6	0.2	0.7
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	11.3	11.6	11.1
가계대출 증감률(% YoY)	7.7	9.6	10.3	11.0	11.5	11.2	11.5	11.6	11.1
주택담보대출 증감률(% YoY)	11.3	8.1	7.8	6.6	6.0	10.4	10.6	11.2	10.5
판매신용 증감률(% YoY)	3.2	3.5	10.5	8.2	10.5	10.8	7.0	11.6	12.0

자료: 한국은행, 통계청, 메리츠증권증권 리서치센터

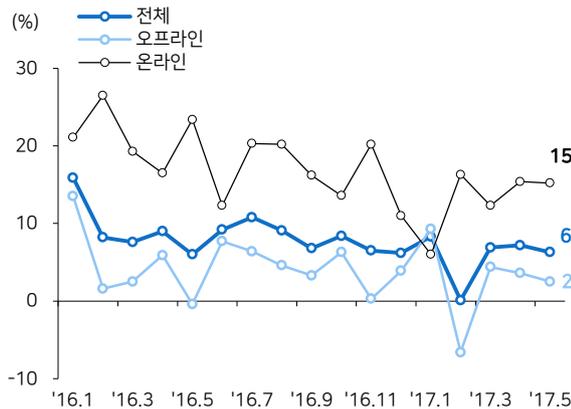
15. 중국 소매판매

(% YoY)	2015년		2016년										2017				
	11월	12월	1~2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1~2월	3월	4월	5월
전체소매판매	11.2	11.1	10.2	10.5	10.1	10.0	10.6	10.2	10.6	10.7	10.0	10.8	10.9	9.5	10.9	10.7	10.7
일정규모이상	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	6.8	10.0	9.2	9.2
음식료	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	9.6	12.5	12.1	13.8
섬유의복	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	6.1	6.4	10.0	8.0
화장품	9.1	5.9	11.4	9.2	7.6	5.9	7.9	9.0	5.8	7.7	4.0	8.1	11.0	10.6	8.7	7.7	12.9
귀금속	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	8.2	7.2	7.5	9.6
일용품	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	9.2	7.1	8.0	8.7
스포츠, 레저	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	19.5	12.8	8.6	11.4
서적	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	11.5	11.1	4.8	0.1
가전제품	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	5.6	12.4	10.2	13.6
중의약	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	9.9	12.1	12.6	14.0
사무용품	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	13.4	17.2	3.8	5.0
가구	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	11.8	13.8	13.9	13.5
통신	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	10.7	11.6	6.1	1.9
석유제품	-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	14	11.3	12.1	9.1
건축재	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	12.9	17.8	13.4	11.0
자동차	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	-1.0	8.6	6.8	7.0
기타	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	6.9	6.0	4.7	4.2

자료: 중국국가통계국, 메리츠증권증권 리서치센터

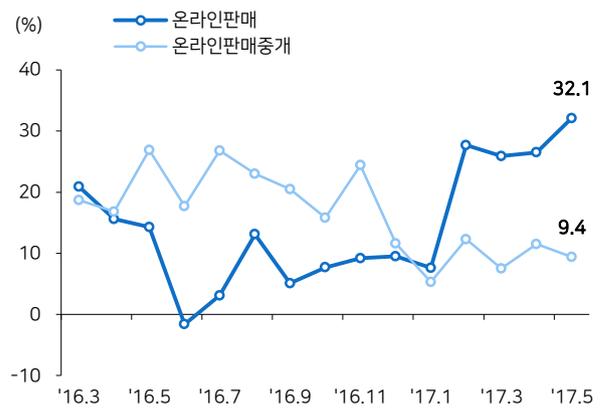
16. 유통업체 매출동향

전체 매출동향



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

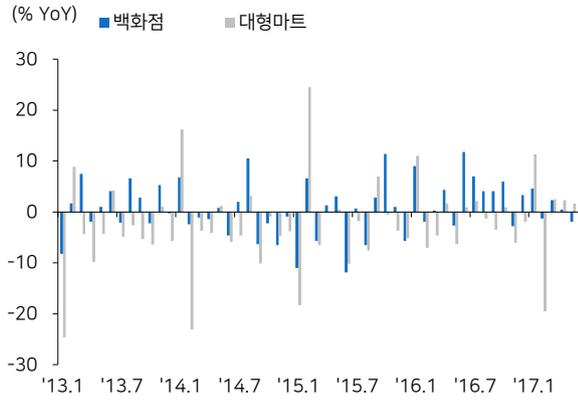
온라인 매출동향



주: 온라인판매증가 - 이베이코리아(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡
온라인판매 - 이마트, 신세계, AK몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데닷컴, 롯데마트몰, 위메프, 티몬

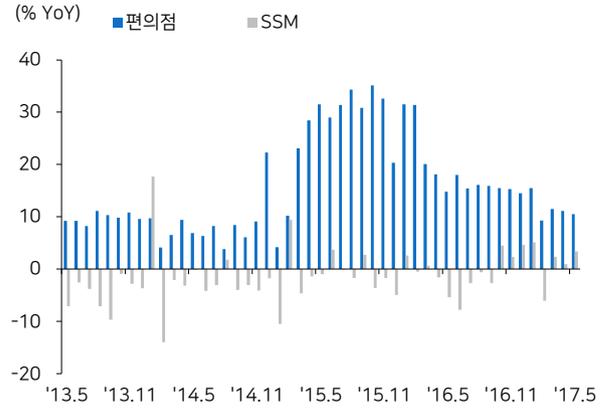
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 및 대형마트 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



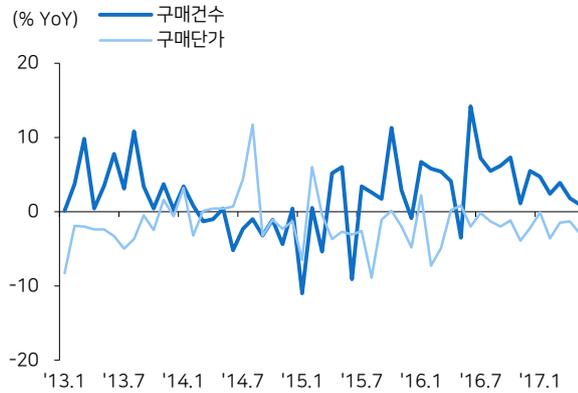
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

편의점 및 SSM 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



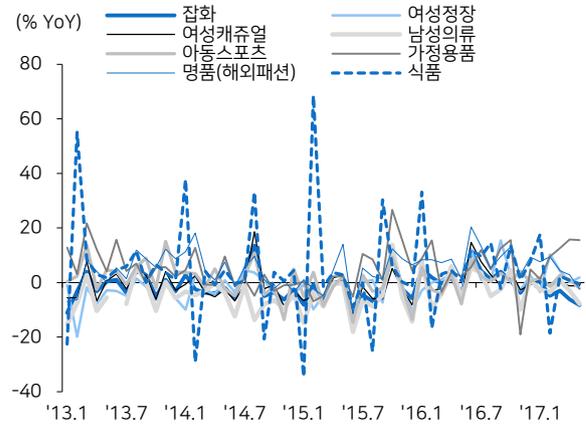
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



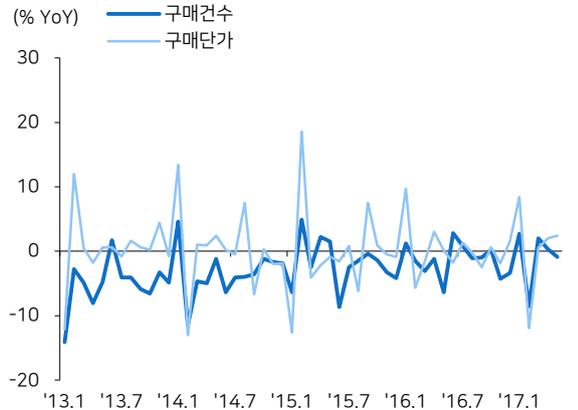
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 품목별 매출 성장률



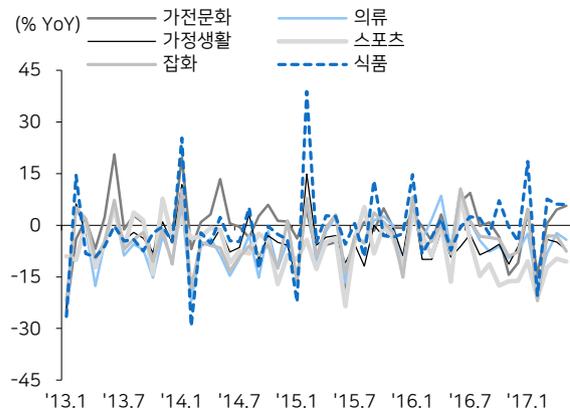
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

대형마트 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



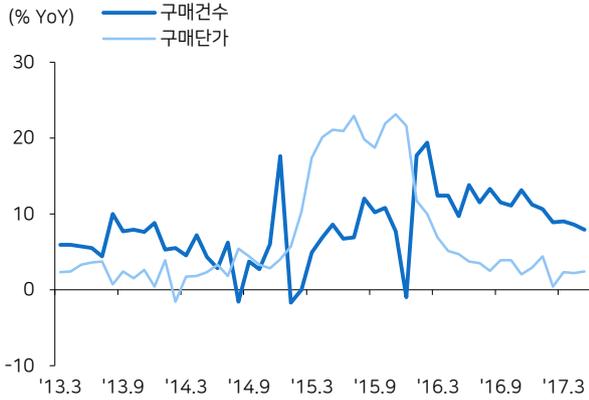
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

대형마트 품목별 매출 성장률



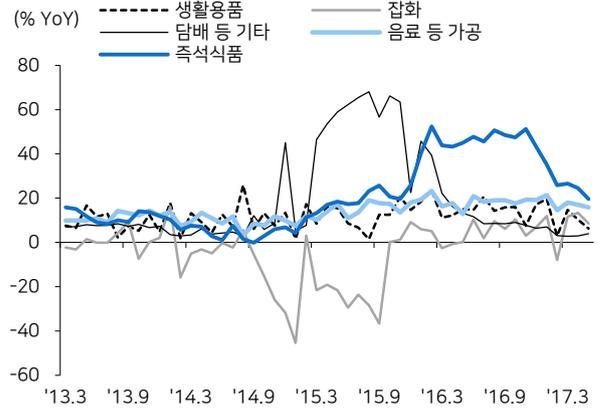
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

편의점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

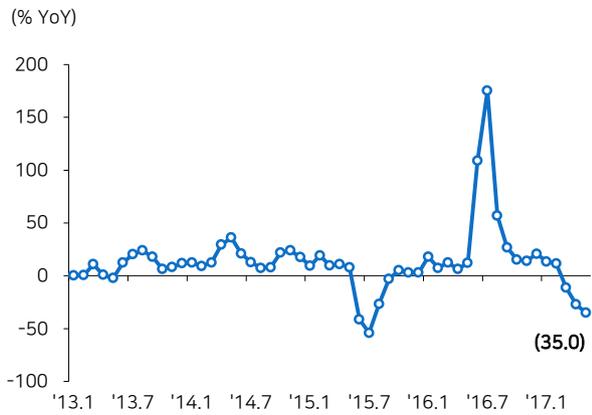
편의점 품목별 매출 성장률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

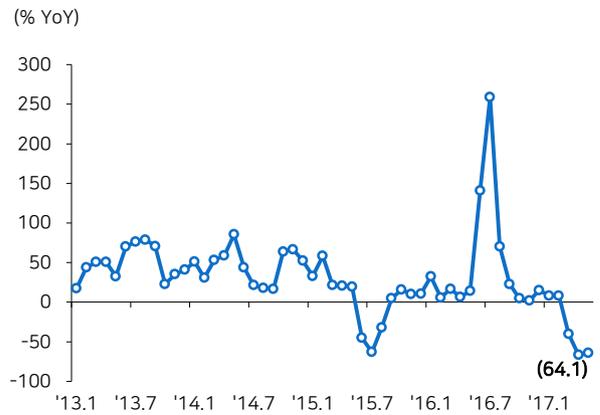
17. 중국 인비온드 동향 점검

한국에 입국하는 전체 외국인 입국자 수 증감률: 5월 -35.0%



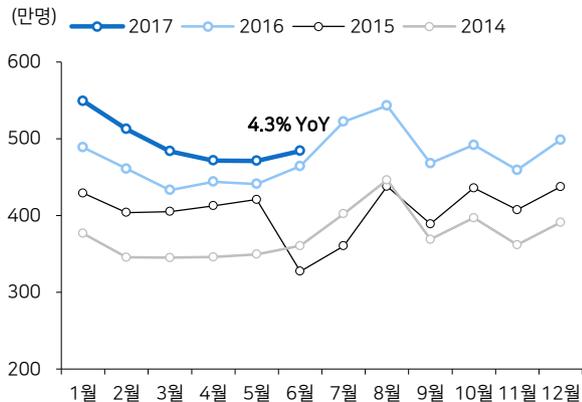
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

한국에 입국하는 중국인 입국자 수 증감률 추이: 5월 -64.1%



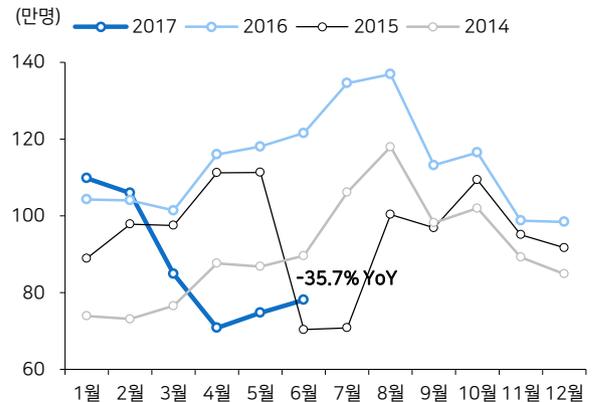
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 합산 여객 수송 월별 추이: 6월 +4.3% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 중국 여객 수송 월별 추이: 6월 -35.7% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증권증권 리서치센터

18. 면세점 동향

(천명, 천달러, %)	내국인				외국인				합계			
	인원수	증감률	매출금액	증감률	인원수	증감률	매출금액	증감률	인원수	증감률	매출금액	증감률
2015년 09월	1,918		198,197		1,298		428,676		3,217		626,873	
2015년 10월	2,217		237,277		1,527		536,616		3,744		773,893	
2015년 11월	2,197		235,316		1,403		511,651		3,601		746,967	
2015년 12월	2,238		239,745		1,437		525,394		3,675		765,139	
2016년 01월	2,423		236,752		1,525		517,385		3,948		754,137	
2016년 02월	2,217		211,662		1,491		490,268		3,708		701,930	
2016년 03월	2,089		212,725		1,610		609,963		3,699		822,688	
2016년 04월	2,220		241,886		1,831		633,957		4,051		875,843	
2016년 05월	2,237		245,607		1,844		625,903		4,081		871,510	
2016년 06월	2,315		245,118		1,842		624,564		4,156		869,682	
2016년 07월	2,413		267,849		1,917		637,508		4,330		905,357	
2016년 08월	2,558		285,522		1,900		682,417		4,459		967,939	
2016년 09월	2,449	27.7	277,106	39.8	1,711	31.8	666,473	55.5	4,160	29.3	943,579	50.5
2016년 10월	2,420	9.2	267,841	12.9	1,846	20.9	728,971	35.8	4,266	14.0	996,812	28.8
2016년 11월	2,312	5.2	251,214	6.8	1,519	8.3	666,382	30.2	3,832	6.4	917,596	22.8
2016년 12월	2,272	1.5	247,595	3.3	1,595	11.0	733,931	39.7	3,867	5.2	981,526	28.3
2017년 01월	2,509	3.6	260,718	10.1	1,682	10.3	708,392	36.9	4,191	6.2	969,110	28.5
2017년 02월	2,485	12.1	257,709	21.8	1,633	9.5	882,538	80.0	4,118	11.1	1,140,247	62.4
2017년 03월	2,534	21.3	267,001	25.5	1,235	-23.3	664,945	9.0	3,768	1.9	931,945	13.3
2017년 04월	2,705	21.9	299,059	23.6	998	-45.5	590,151	-6.9	3,704	-8.6	889,210	1.5
2017년 05월	2,579	15.3	280,167	14.1	1,024	-44.5	655,899	4.8	3,603	-11.7	936,066	7.4
2009	12,853		1,441,700		8,410		1,592,700		21,263		3,034,400	
2010	15,255	18.7	2,167,500	50.3	8,178	-2.8	1,749,700	9.9	23,433	10.2	3,917,200	29.1
2011	16,427	7.7	2,416,800	11.5	9,872	20.7	2,445,900	39.8	26,299	12.2	4,862,700	24.1
2012	16,834	2.5	2,367,800	-2.0	12,002	21.6	3,240,100	32.5	28,836	9.6	5,607,900	15.3
2013	17,146	1.9	2,342,900	-1.1	12,437	3.6	3,897,600	20.3	29,583	2.6	6,240,500	11.3
2014	18,557	8.2	2,451,800	4.6	15,766	26.8	5,451,400	39.9	34,323	16.0	7,903,200	26.6
2015	24,587	32.5	2,725,700	11.2	16,081	2.0	5,416,900	-0.6	40,668	18.5	8,142,600	3.0
2016	27,925	13.6	2,990,877	9.7	20,632	28.3	7,617,723	40.6	48,556	19.4	10,608,600	30.3

자료: 한국면세점협회, 메리츠증권증권 리서치센터

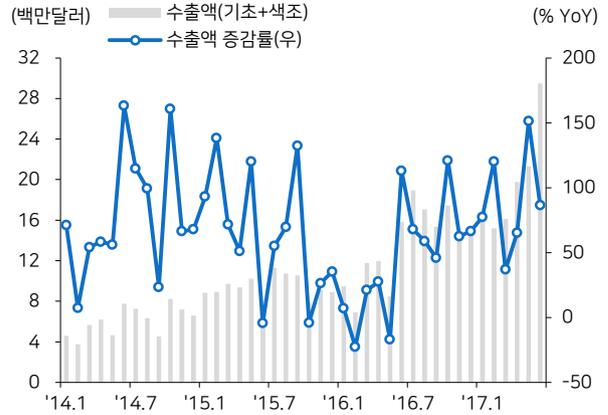
19. 화장품 수출 및 현황

화장품 전체 수출액 및 증가율 -6월 24.5%



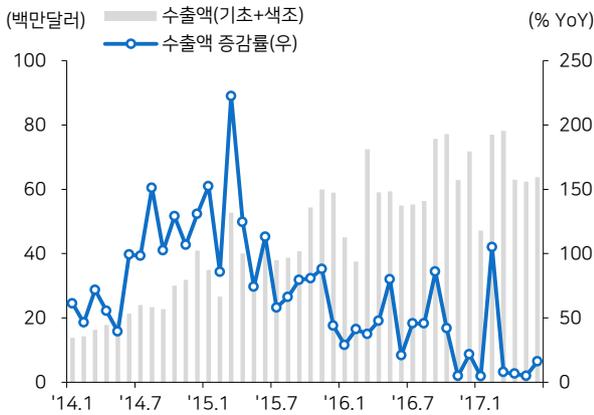
자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 미국향 수출액 및 증가율 -6월 86.4%



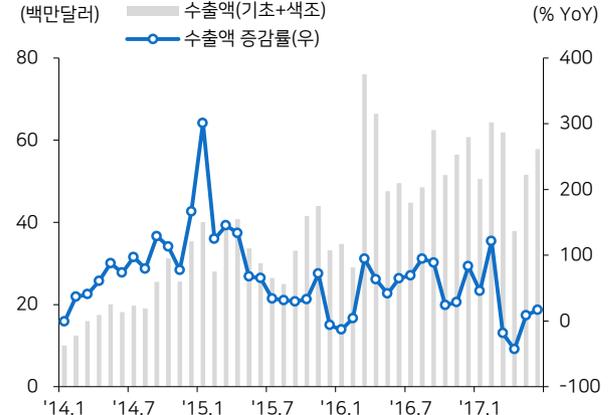
자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 중국향 수출액 및 증가율 -6월 16.1%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 홍콩향 수출액 및 증가율 -6월 16.8%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

Compliance Notice

동 자료는 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 2017년 7월 17일 현재 동 자료에 언급된 종목의 유가증권(DR, CB, IPO, 시장조성 등) 발행 관련하여 지난 6개월 간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 2017년 7월 17일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다. 당사의 조사분석 담당자는 2017년 7월 17일 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	92.8%
중립	7.2%
매도	0.0%

2017년 6월 30일 기준으로 최근 1년간 금융투자상품에 대하여 공표한 최근일 투자등급의 비율