



MERITZ

유통/화장품 Weekly

색조 화장품의 패러다임 변화, “B+프리미엄”

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

1. 금주의 이슈

색조 화장품의 패러다임 변화, "B+프리미엄"

가성비의 시대, 실용적인 B+프리미엄의 부각

저성장 시대 소비의 가성비가 부각되고 있다. 가격 대비 성능이 구매의 핵심 요소가 되는 동시에 소비자들은 차별화된 질적인 가치를 추구한다. 럭셔리는 고가의 브랜드를 통해 소비자의 지위나 취향을 과시할 수 있느냐에 중점을 두었다면, 프리미엄은 기존의 대중제품에 새로운 가치를 입혀 자신만의 차별성을 강조한다. 기업 입장에서도 치열한 경쟁 구조하에서 단순히 가격을 낮추기보다는 좀 더 프리미엄한 부가 가치를 제공하여 제 가격을 받는 방향으로 가성비를 추구할 수 있다. 실제 있는 프리미엄, 즉 B+프리미엄이 부각되고 있다.

개인 맞춤형 소비 시대, 기초 대비 색조 화장품 비중 확대

2011년 이후 국내 화장품 시장에서 기초 대비 색조 비중이 꾸준히 증가하고 있다. 기초와 색조 화장품의 시장의 성장을 P (평균가격)와 Q (구매량) 관점에서 살펴보면, 개인용품에 대한 소비 지출이 증가하면서 기초와 색조 모두 구매량이 증가하고 있다. 다만 판매가격에서는 정반대의 양상을 나타내고 있는데 기초의 평균 가격은 합리적 소비 성향이 강해지면서 꾸준히 하락하고 있는 반면 색조의 평균 가격은 유지되고 있다.

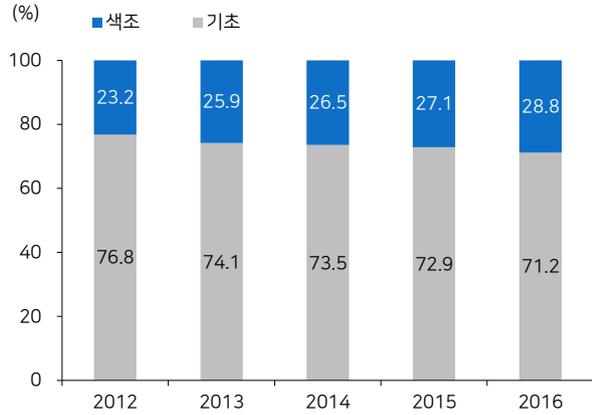
화장품 산업의 특성상 신제품들의 판매 비중이 높을수록 가격 상승과 이익률 개선에 유리한데 최근 색조 화장품을 중심으로 실용적이고 차별적인 컨셉의 신제품들이 대거 출시되면서 나타나고 있는 현상으로 풀이된다. 대량 소비 시대에서 개인 맞춤형 소비로 시대로 변화하면서 소비자의 니즈가 더욱 세분화되고 이를 충족하는 신제품이 꾸준히 출시되면서 색조 화장품 시장이 상대적으로 높은 성장을 지속할 전망이다.

표1 럭셔리와 B+프리미엄의 비교

럭셔리	B+프리미엄
공통점: 비싼 가격, 탁월한 디자인, 남들과 구별되는 가치	
상속받은 유산	일궈낸 자산
넘볼 수 없는 전통	탁월한 성능
우뇌지향 (탐닉)	양뇌지향 (기능)
장인이 만든, 수제작 (주관적 품질)	기능이 탁월한 (객관적 품질)
유명인이 쓰는 (타인지향적)	나를 즐겁게 하는 (자기향적)
지위를 상징 (상징가치)	사용상의 즐거움 (제품 가치)

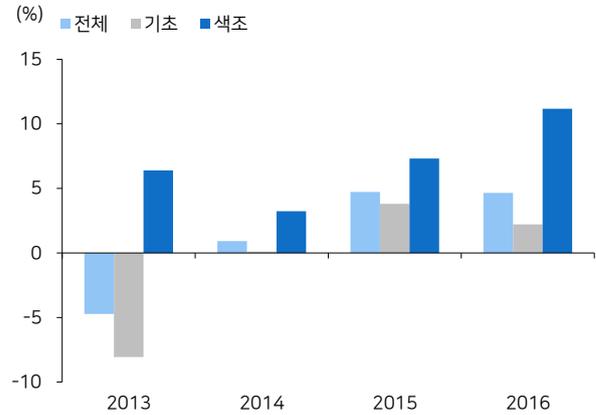
자료: 트렌드코리아 2017, 메리츠증권리서치센터

그림1 기초 vs. 색조 비중



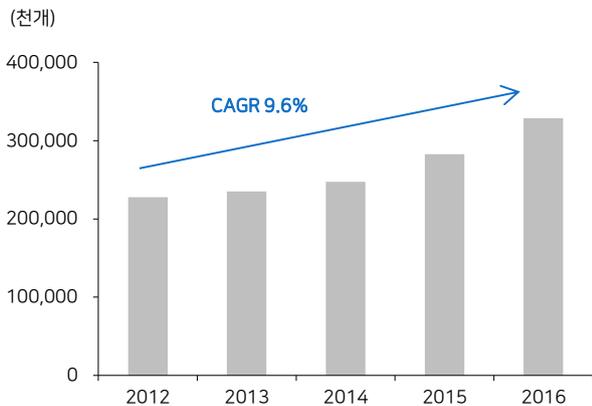
자료: 칸타월드패널 (국내 소비자 기준), 메리츠증권증권 리서치센터

그림2 전체 및 기초, 색조 화장품 성장률 비교



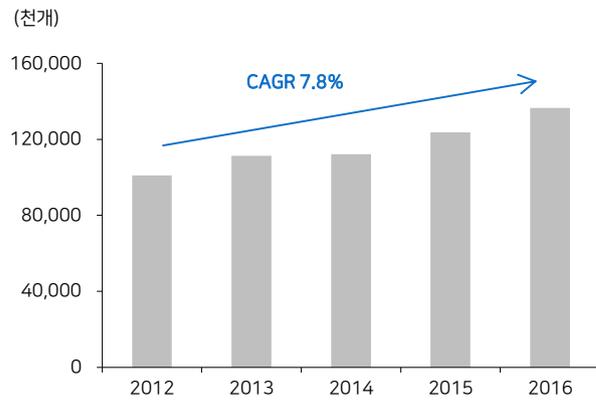
자료: 칸타월드패널 (국내 소비자 기준), 메리츠증권증권 리서치센터

그림3 기초화장품 구매량 추이



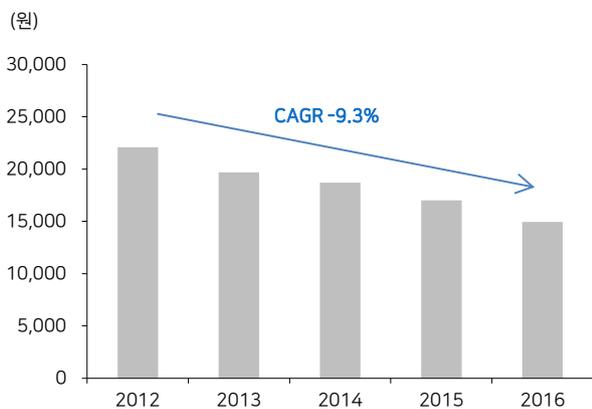
자료: 칸타월드패널 (국내 소비자 기준), 메리츠증권증권 리서치센터

그림4 색조화장품 구매량 추이



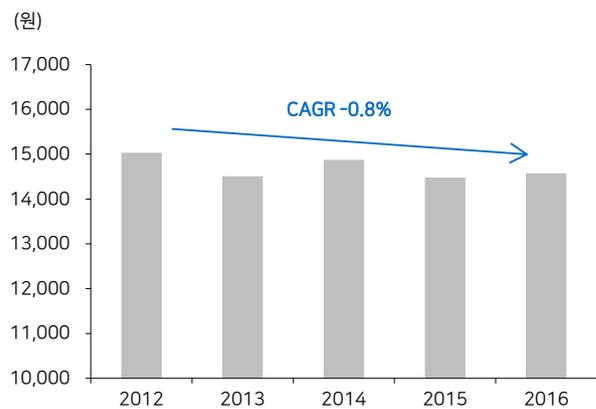
자료: 칸타월드패널 (국내 소비자 기준), 메리츠증권증권 리서치센터

그림5 기초화장품 평균가격 추이



자료: 칸타월드패널 (국내 소비자 기준), 메리츠증권증권 리서치센터

그림6 색조화장품 평균가격 추이

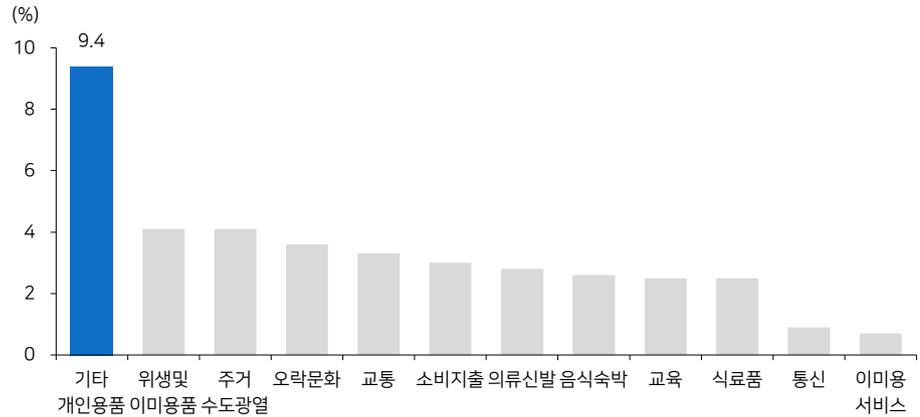


자료: 칸타월드패널 (국내 소비자 기준), 메리츠증권증권 리서치센터

Again 2012, 매스티지 컬러
메이크업의 가성비 강점 부각

특히 색조 화장품의 성장은 드럭스토어, 원브랜드샵, 멀티브랜드샵 등 중저가 유통 채널을 중심으로 성장세가 강하다. 럭셔리 색조 화장품 브랜드 대비 실용적인 기능은 뒤쳐지지 않으면서 상대적으로 저렴한 가격이 강점이다. 지난 2012년 국내 기초 화장품 시장에서 이전까지 럭셔리 브랜드에 대한 충성도가 높았던 기초 기능성 화장품에 대해 원브랜드샵 제품의 합리적인 강점이 부각되면서 패러다임 변화가 나타났다. 당시 주요 브랜드샵 업체들과 이들의 제품을 생산해 주는 화장품 OEM/ODM 업체들의 호실적이 두드러졌다. 그리고 이러한 변화가 최근 색조 화장품에서 나타나고 있다는 판단이다. 특히 기존 브랜드에 대한 고객 충성도가 강한 기초 화장품과 달리 색조 화장품은 독특한 아이디어와 차별화 상품으로 구매를 쉽게 이동시킬 수 있어 후발주자들에게 기회 시장이 될 수 있다.

그림7 지난 10년간 소비지출 CAGR: 나 자신을 위한 소비의 관심이 높아지고 있음



주: 가구당 월평균 가계수지 기준
자료: 통계청, 메리츠증권증권 리서치센터

표2 국내 화장품 소비자 구매 트렌드 현황, "색조" 위주로 뚜렷한 성과

	구매액 (백만원)		구매경험률 (%)		평균구매액 (원)		평균구매가격 (원/개)	
	최근 1년	증감 (%)	최근 1년	GAP (%p)	최근 1년	증감 (%)	최근 1년	증감 (%)
드럭스토어	129,589	77.3	21.7	6.8	39,041	21.4	9,468	-12.7
기초	76,223	76.8	13.9	4.8	35,885	15.3	8,305	-19.4
색조	53,366	78.0	13.7	4.3	25,390	21.0	11,833	0.9
원브랜드샵	633,308	10.3	60.1	2.3	68,704	5.5	7,260	-5.5
기초	373,614	4.5	45.9	1.2	53,064	1.1	7,571	-11.1
색조	259,693	19.9	46.3	1.3	36,627	16.0	6,855	3.7
멀티브랜드샵	206,674	2.1	26.0	2.5	51,937	-8.2	9,644	-10.7
기초	108,171	-7.0	11.4	0.5	62,164	-11.5	10,131	-19.0
색조	98,503	14.3	21.3	2.4	30,181	0.8	9,161	0.6

자료: 칸타월드패널 (국내 소비자 기준), 메리츠증권증권 리서치센터

그림8 클리오 킬블랙 아이라이너



자료: 언론자료, 메리츠증권증권 리서치센터

그림9 에이블씨엔씨 미샤 이탈프리즈



자료: 언론자료, 메리츠증권증권 리서치센터

그림10 한국화장품 더샘 에코소울



자료: 언론자료, 메리츠증권증권 리서치센터

그림11 한강인터트레이드 키스미 롱앤컬 마스크라



자료: 언론자료, 메리츠증권증권 리서치센터

미디어 환경의 변화 또한 영향, 소셜미디어 SNS 마케팅 활용 증가

한편 미디어의 환경 변화 또한 색조 화장품 시장 성장에 긍정적으로 작용하고 있다. 특히 뷰티 관련 프로그램뿐만 아니라 모바일 동영상 플랫폼 확대로 색조 화장품 사용법을 보다 쉽게 습득할 수 있게 되었다. 또한 소셜미디어의 SNS 마케팅으로 온라인 전문 신규 브랜드들의 등장이 수월해졌다. 색조 화장품의 경우 트렌드의 변화가 상당히 빠르게 진행되고 있는데 온라인 채널 활용도가 높은 브랜드들은 속도가 핵심 경쟁우위 요소로 부각되고 있다.

그림12 미미박스, 서브스크립션 서비스에서 뷰티 플랫폼으로



자료: 아이미미, 메리츠증권증권 리서치센터

그림13 CJE&M 뷰티 프로그램, "Get it Beauty"



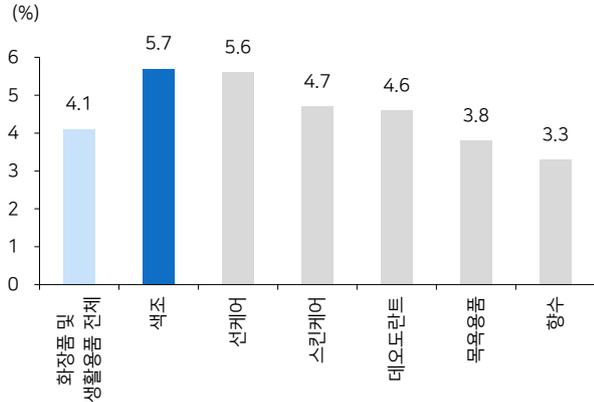
자료: 언론자료, 메리츠증권증권 리서치센터

전세계적으로 컬러메이크업 브랜드 성장 두드러짐

전 세계적으로도 색조 화장품 시장의 성장이 두드러지고 있다. 미국 화장품 시장은 80조원의 전세계에서 가장 큰 화장품시장이다. 그 동안 상당한 비중을 차지했던 향수 및 헤어케어는 줄어들고, 색조 세그먼트(2015년 기준 18%)와 기초 세그먼트 (2015년 기준 19%)의 비중이 꾸준히 증가하고 있어, 이에 강점을 가지고 있는 한국 화장품 기업들에게 새로운 기회 시장이 되어줄 전망이다. 미국 색조 화장품 시장에서 로레알 23.1%, 에스테로더가 19.9%의 절대적인 점유율을 차지하고 있으며, 색조 카테고리 내에서 BB크림, 쿠션형 파운데이션이 포함된 Other Facial Make-up 세그먼트가 연평균 50%대의 가장 가파른 성장세를 나타내고 있다. 또한 2014년부터 국내 화장품 회사들의 미국 수출액이 급증하였으며 향후 수출액은 더욱 늘어날 것으로 예상된다.

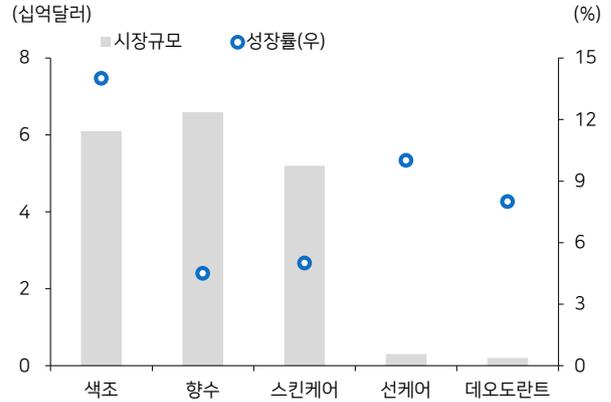
한편 중국 소비자들의 색조 화장품에 대한 구매 경험율이 가파르게 상승하고 있다. 한국 색조 화장품의 구매 경험율이 89.7%에 달하고 있지만 중국의 색조 화장품 구매 경험율은 32.1%에 불과하여 성장 잠재력이 크다. 특히 한국의 BB크림, 쿠션파운데이션 등의 베이스 메이크업 제품들은 기초 같은 색조 컨셉으로 중국 소비자들을 색조 시장으로 구매를 유인하는데 큰 역할을 했다. 한편 지난해 10월 중국 소비세 폐지에 따른 색조제품의 가격인하로 중국 색조 화장품 시장 확대에 긍정적으로 작용할 전망이다.

그림14 미국 프리미엄 화장품 시장 CAGR 전망



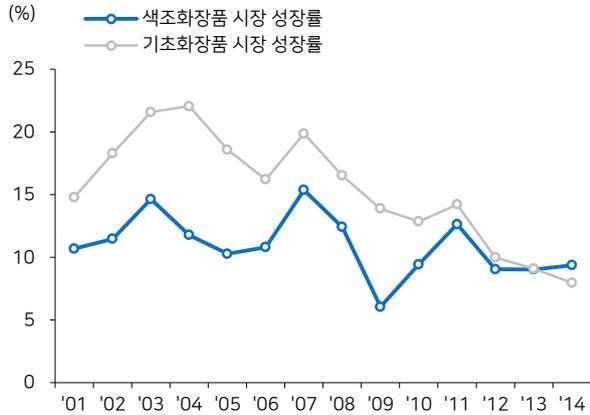
주: 2015-2020년 기준
 자료: Euromonitor, 메리츠증권증권 리서치센터

그림15 미국 프리미엄 화장품 및 생활용품 시장규모 및 성장률



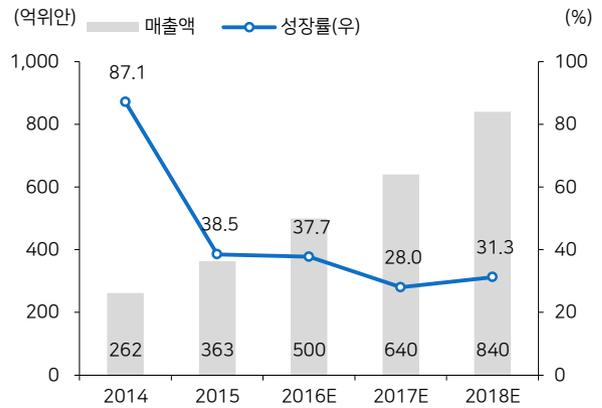
주: 2015년 기준
 자료: Euromonitor, KOTRA, 메리츠증권증권 리서치센터

그림16 중국 기초, 색조 화장품 시장 성장률



자료: Euromonitor, 메리츠증권증권 리서치센터

그림17 중국 온라인 색조화장품 매출액 및 성장률 추이



자료: KOTRA, 메리츠증권증권 리서치센터

색조 화장품의 한계, 낮은 고객 충성도, 강력한 신제품 출시 지속적으로 이루어져야 함

2015년과 2016년 Top5 브랜드 성과를 살펴보면 기초 화장품에서는 설화수가 1위를 유지하고 있는 가운데 주요 브랜드의 점유율과 순위 변동이 거의 미미하다. 기초 화장품의 경우 반복 구매율과 평균 구매빈도가 높아 브랜드 충성도가 높기 때문이다. 한편 색조 화장품에서는 2015년 대비 2016년 에스티로더의 맥과 아모레퍼시픽의 에뛰드하우스가 급부상한 가운데 순위 변화도 많았다. 결국 색조 화장품에서는 강력한 신제품 출시가 지속적으로 이루어지면서 소비 트렌드를 주도해야만 안정적인 성장이 가능하다. 화장품 OEM/ODM 또한 트렌드를 선도할 수 있는 차별화된 R&D 역량이 중요하다는 판단이다.

표3 기초 Total 2015 vs. 2016 브랜드 순위 비교: 상위 브랜드와 순위 동일

2015			2016		
순위	브랜드	점유율	순위	브랜드	점유율
1	설화수 (아모레퍼시픽)	13.7	1	설화수 (아모레퍼시픽)	14.2
2	헤라 (아모레퍼시픽)	5.4	2	헤라 (아모레퍼시픽)	4.6
3	후 (LG생활건강)	4.4	3	후 (LG생활건강)	4.4
4	이니스프리 (아모레퍼시픽)	4.1	4	이니스프리 (아모레퍼시픽)	4.3
5	아이오페 (아모레퍼시픽)	3.9	5	아이오페 (아모레퍼시픽)	3.6

자료: 칸타월드패널 (국내 소비자 기준), 메리츠증권증권 리서치센터

표4 색조 Total 2015 vs. 2016 브랜드 순위 비교: 신규 브랜드 진입과 순위 변화 많은 편

2015			2016		
순위	브랜드	점유율	순위	브랜드	점유율
1	헤라 (아모레퍼시픽)	7.5	1	헤라 (아모레퍼시픽)	6.1
2	아이오페 (아모레퍼시픽)	5.3	2	맥 (에스티로더)	4.3
3	미샤 (에이블씨엔씨)	4.4		크리스찬디올 (LVMH)	
4	더페이스샵 (LG생활건강)	4.3	4	미샤 (에이블씨엔씨)	4.2
5	크리스찬디올 (LVMH)	4.0	5	에뛰드하우스 (아모레퍼시픽)	4.1

주: 음영처리 브랜드는 2016년 신규 진입 브랜드

자료: 칸타월드패널 (국내 소비자 기준), 메리츠증권증권 리서치센터

2. 전주 동향

유통

3월 셋째주 유통업종 주가는 전체 시장 대비 크게 상회하는 수익률을 기록하였음. 그 이유는 1) 원화강세의 환율 효과 및 2) 3월 소비자 심리지수 개선에 따른 내수 회복 기대감이 반영되면서 주가 상승하였음. 특히 업종 내 절대 PER이 낮은 현대백화점과 롯데하이마트의 주가 반등폭이 크게 나타났으며 CJ오쇼핑, 현대홈쇼핑, GS홈쇼핑 등 홈쇼핑업체들 또한 자산가치가 부각되면서 주가 상승하였음. 한편 롯데쇼핑은 중국 할인점 영업정지에 따른 실적 부진과 지주사 전환 지연 우려감으로 주가 하락하였으며 이마트 또한 정치권의 유통업체들에 대한 규제 강화와 최저임금 인상에 따른 인건비 부담에 대한 우려가 제기되면서 주가 조정되었음

화장품 (생활소비재)

3월 셋째주 화장품업종 주가는 美 하원 사드 규탄 결의안에 전체 시장 대비 소폭 상회하는 수익률을 기록하였음. 3월부터 중국인 관광객 급감에 따른 타격이 예상되나 2월 주요 지표들이 전반적으로 예상치를 상회하면서 대형 화장품업체들 보다는 에이블씨엔씨, 한국콜마, 코스맥스 등 중소형 화장품업체들 중심으로 주가에 긍정적인 영향을 미쳤음. 2월 중국인 입국자 수가 8.1% 증가하여 춘절 시기 차이에 따른 높은 기저에도 불구하고 양호한 증가율을 기록하였으며 2월 면세점 매출액 또한 전년동월대비 62.4% 대폭 증가하였음. 한편 코웨이와 2017년부터 처음으로 실시하는 분기배당 메리트가 부각되면서 주가 상승하였음

3. 금주 전망

유통: 소비심리 개선에 따른 내수 회복 기대감 반영 예상

전반적으로 유통업체들의 1분기 실적 모멘텀은 강하지 않지만 최근 소비심리가 개선되면서 2분기 이후 내수 회복에 대한 기대감이 반영될 수 있겠음. 다만 실질적인 소비 회복 여부가 확인되기 전까지는 제한적인 주가 상승이 예상됨. 또한 소매판매액이 저성장 기조를 이어가고 있는 가운데 업체들의 경쟁강도는 높아지고 있음. 단기적으로 정치적인 변화는 소비심리 회복에 긍정적으로 작용할 전망. 한편 정책의 부정적 영향력이 높아질 수 있는 요인이 될 수도 있겠음. BGF리테일, GS리테일 등 편의점에 대한 긍정적인 시각을 유지하며 단기적으로 저평가되어있고 2분기 이사 수요와 휴대폰 판매 회복이 기대되는 롯데하이마트에 주목함

화장품 (생활소비재): 정치적 리스크 해소 여부 관건

중국인 관광객 감소가 현실화되면서 화장품의 면세 채널 판매 타격이 불가피할 전망. 화장품 업체들 실적에 미치는 영향은 1분기보다 2분기에 더 클 것으로 예상됨. 한편 1분기 면세점 매출 성장은 양호했던 것으로 추산되는데 이는 1) 지인 구매 대행과 2) 재판매 시장 (따이공) 성장 때문. 화장품 등 한국 상품에 대한 매력은 여전히 있지만 중국 정부가 제재를 가하면서 이러한 현상이 강화되고 있음. 이처럼 한국 화장품에 대한 중국 내 수요가 견조하기 때문에 향후 정치적인 리스크 해소 시점을 면밀히 점검해 나갈 필요가 있겠음. 단기적으로 면세 채널 비중이 적은 화장품 OEM/ODM이나 중소 브랜드업체가 안정적일 것으로 판단됨

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 (탐방)

이마트 (139480)

- 1분기 현황: 기존점성장률 1~2월 -1.8% 영업일수 감소로 역신장, 마트 특성상 평일과 휴일 차이가 큼. 3월 1% 수준이 예상됨
- PL브랜드 성과 두드러지면서 할인점 내 점유율 상승 효과 두드러짐: 초저가상품 노브랜드 2015년 매출액 600억원, 2016년 2,000억원, 2017년 3,500억원 목표
- 트레이더스 및 온라인 고성장세 지속: 2017년 트레이더스 3개 추가 오픈 예정 (8월 고양 삼송, 12월 김포, 군포). 온라인몰 2015년~2016년 GP마진을 하락했으나 2017년 경쟁강도 완화로 개선 기대
- 할인점 적자 점포 개선 계획: 1) 매각 2) 업태 믹스 3) 업태 전환 등을 고려하고 있음. 2017년 전사적인 수익성 개선에 중점을 둘 계획

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 (탐방)

한강인터트레이드 (219550)

- 해외 화장품 브랜드들을 10년 이상 독점권 계약을 바탕으로 수입 유통하는 기업. 2016년 10월 MPK에 인수, 2017년 2월 스펙합병으로 상장
- 매출의 70% 일본 키스미 제품, 2013~2015년 한국 전용 상품 출시로 급성장, 키스미는 칸타월드페널 기준 2017년 마스카라 & 아이라이너 부문 국내 점유율 2위 기록, 메이크업 제품이 매출 87%를 차지함
- 최근 성장세가 두드러지고 있는 H&B 및 온라인, 면세점 등으로 유통하고 있으며 2분기부터 자체 메이크업 브랜드 런칭 계획. 수입 유통에서 브랜드 제조 영역으로 비즈니스 모델 강화
- 2017년 매출액 30%대 성장, 영업이익률 20% 수준 유지 목표
- 중국 관련 매출 극미하여 사드 리스크 제한적. 엔화약세에 유리

5. 주요 뉴스

유통

소비심리 불안 진정세...소비심리지수 두 달째 상승: 한국은행이 24일 발표한 '2017년 3월 소비자동향조사결과'를 보면 3월 소비자심리지수(CCSI)는 96.7로 집계. 이는 한 달 전인 2월의 94.4보다 2.3포인트 오른 것. 현재경기판단CSI는 3월 59로 한달새 4포인트 올랐고 향후경기전망CSI도 77로 7포인트 상승. 가계수입전망CSI는 98로 1포인트 올랐고 소비자출전망CSI는 104로 전월과 같았음. 지난 1년간 소비자물가상승률에 대한 인식을 보여주는 '물가인식'은 2.6%로 전월보다 0.1%포인트 내려감 (연합뉴스, 3/24)

중국에 짓발하는 롯데...현지마트 80% 문닫아: 19일 롯데그룹에 따르면 99곳의 중국 내 롯데마트 매장 중 80곳이 셔터를 내리고 영업을 못하고 있음. 롯데그룹 고위 관계자는 "소방점검 등으로 영업정지를 당한 곳이 63곳, 매장 앞 시위 등으로 직원과 고객 안전 등에 문제가 있어 공간과 협의해 자체적으로 문을 닫은 점포가 17곳으로 집계됐다"고 말함. 80개 점포가 한 달간 문을 닫는다고 가정하면 롯데마트의 매출 손실 규모는 약 750억원에 달하는 것으로 추정. 특히 영업정지 한 달까지는 중국인 직원들에게 기존 임금의 100%를 지급해야 함 (매일경제, 3/20)

롯데쇼핑, 롯데마트에 3600억 자금 긴급 투입키로: 롯데마트를 운영하는 롯데쇼핑은 24일 공시를 통해 2300억원의 증자와 1300억원의 차입을 이사회에서 결의했다고 밝힘. 롯데마트 관계자는 "롯데마트 중국 지점들의 매출이 영업정지로 발생하지 않는 상황에서, 상품 매입과 임금 지급 등의 비용을 충당하기 위한 것"이라고 설명 (매일경제, 3/25)

'관광객 질벽' 면세점 매출 최대 30% ↓: 21일 업계에 따르면 중국 정부의 자국 여행사에 대한 한국여행 판매금지 조치 시작일인 지난 15일 이후 처음 맞은 주말 롯데면세점 매출(18~19일)은 지난해 같은 기간보다 25% 감소. 같은 기간 서울 신라면세점 매출도 지난해보다 20% 이상 줄어듦. HDC신라 30% 이상, 신세계면세점 역시 35%가량 매출이 하락. 면세점 업계는 동남아 등으로 시장을 다변화하기 위해 노력하고 있지만 실질적인 효과가 나려면 시간이 더 필요하다는 입장. 지금 당장보다 오는 4월 이후 중국 관광객 '질벽'이 현실화되고 5월 중국 노동절 특수마저 사라지면 매출이 더 크게 하락할 것으로 우려 (서울경제, 3/22)

면세점 7곳, '임대료 깎아달라' 인천공항에 요청: 22일 면세점 업계에 따르면 인천공항에서 영업 중인 면세점 사업자 7곳(롯데, 신라, 신세계, 시티플러스, SM, 엔타스, 삼익)은 지난 17일 열린 인천공항공사와의 간담회에서 임대료를 낮춰 달라고 요청. 하루 9만명 수준이던 인천공항 출국자 수가 이달 들어 6만~7만명대로 감소해 면세점 매출도 줄었다는 게 업계의 설명. 인천공항공사 측은 "중국의 한국 여행 전면 금지 조치가 시작된 지 얼마 안 돼 임대료를 인하해주시는 어렵다"고 난색을 표한 것으로 알려짐 (매일경제, 3/23)

화장품 (생활소비재)

사드 후폭풍에 매출 급감 ... 아모레-LG생건 면세점 적립금 할인제 부활: 20일 아모레퍼시픽과 LG생활건강에 따르면 지난해 12월에 없던 인터넷 면세점 적립금 할인 제도를 최근 부활시킴. 아모레퍼시픽 설화수는 지난 16일부터 롯데면세점과 신라면세점에서 적립금 할인 제도를 다시 시작했으며 LG생건의 렉서리 브랜드 후도 지난 24일부터 양사에서 적립금을 주기 시작. 이로써 고객들은 제품 가격의 30%까지 적립금을 사용해 할인 받을 수 있게 됨 (서울경제, 3/21)

'안방 챙긴다' LG생건, 면세점서 화장품 구매 제한도 완화: 22일 관련업계에 따르면 LG생활건강의 프리미엄 화장품 '후'는 전날부터 주요 인터넷 면세점의 동일제품 구매수량을 1인당 3~5개에서 10개로 대폭 늘림. 동일 브랜드 내 구매 수량은 20개에서 30개로 확대. 업계 관계자는 "인터넷면세점에서 적립금을 풀고, 구매 수량을 완화하는 등의 조치는 내국인 고객을 유치하려는 의도가 가장 크다고 볼수 있다"며 "사드 보복 사태로 중국인 관광객이 줄면서 내국인 프로모션을 강화할 필요가 있게 된 것"이라고 말함 (뉴스핌, 3/22)

유커 떠나도...한국 '숫아날' 길은 있다: 중국에 의존해온 한류가 동남아시아와 중남미 등으로 방향을 틀고 있으며, 중국으로의 부품과 소재 수출은 오히려 늘고 있음. 이달 들어 태국 말레이시아 싱가포르 홍콩 등에서 온 관광객이 작년 같은 기간보다 30% 이상 증가. 4월에도 뿔뿔관광 수요 등으로 동남아 관광객이 작년보다 최소 20~30% 증가할 것으로 예상. 내국인 관광객도 유커의 빈자리를 메우는 데 한몫. 제주도관광협회가 집계한 결과 올 들어 지난 19일까지 제주를 방문한 내국인은 248만2300여명으로, 지난해 같은 기간에 비해 8.9% 증가 (한국경제, 3/23)

현대백화점, 계열사 현대백화점면세점에 100억 출자: 현대백화점이 계열사인 현대백화점면세점에 100억 원을 출자한다고 24일 공시. 이에 따라 현대백화점면세점에 대한 현대백화점의 총 출자액은 200억원. 회사측은 "안정적인 면세점 사업 운영을 위해 추가 자금을 조달한다"고 말함 (이투데이, 3/24)

리얼 버라이어티...토크쇼...진화하는 '한국형 홈쇼핑' 글로벌 '쇼핑 한류' 이끈다: 쇼퍼테인먼트의 등장으로 단순히 상품을 소개하던 기존의 홈쇼핑 방송은 스튜디오에 방청객을 초청해 방송 상품의 사용 후기를 나누는 것에서 시작해 국내 최고 수준의 전문가 방송에 출연해 각종 노하우를 전하는 등 새로운 형식으로 진화. 한국의 홈쇼핑은 한 시간에 1~2개의 상품을 재미있게 소개하는 것에 집중. 상품의 특징점을 직접 체험하고 실시간으로 보여주며 토크쇼 형식으로 설명하는 것이 특징. CJ오쇼핑은 한국형 쇼퍼테인먼트가 해외에서도 통할 수 있음을 확인. 2004년 중국 상하이에 진출하며 글로벌 시장에 한국형 홈쇼핑을 처음으로 알린 이후 베트남, 태국, 멕시코, 말레이시아 등으로 진출하며 전 세계로 무대를 넓혀가고 있음. 쇼퍼테인먼트 한국형 홈쇼핑 방송과 다양한 K브랜드를 해외에 선보이며 세계 속에 '홈쇼핑 한류' 붐을 이끄는 중 (서울경제, 3/21)

편의점 '식당'에서 도시락?...GS25 쿠링스토리 개점: GS25는 최근 도시락, 샐러드 등 주요 편의점 간편식을 다인링 형태로 판매하는 '쿠링스토리 바이 GS25'를 오픈했다고 19일 밝힘. 출시 전 상품에 대해 테스트를 진행하고 소비자들이 선호하는 제품과 관련된 데이터를 수집하기 위해 점포를 열었다는 게 GS25 측의 설명 (매일경제, 3/20)

'흡연 경고그림'에 골목대는 편의점, '도시락' 등으로 만회할 것: 23일 편의점업계에 따르면 올 들어 지난 21일까지 국내 3대 편의점인 CU와 GS25, 세븐일레븐의 담배 평균 매출(기준점 기준)은 작년 동기과 비교해 3.5% 줄어듦. 편의점들은 도시락 같은 즉석식품과 생활용품으로 담배 매출 감소분을 만회할 수 있다고 보고 있음. 지난해 즉석식품 매출은 전년보다 40% 이상 늘었고 생활용품 매출도 17% 증가. 간편식 매출이 급증하고 택배 같은 부가서비스 이용자가 늘고 있기 때문에 담배 매출이 줄어도 전체 매출이 장기적으로 감소하진 않을 전망 (한국경제, 3/24)

불황 따른 '립스틱 효과'...색조 화장품 매출 고공행진: 23일 롯데백화점에 따르면 색조화장품 상품군의 매출은 2014년 3.2%, 2015년 5.9% 신장했으며, 2016년에는 17.8% 신장하며 급격한 성장세를 보임. 기초화장품이 3년째 3%대 성장을 하는데 비하면 괄목할만한 성장률. 이처럼 색조화장품이 잘 팔리는 효과는 바로 경기불황에 적은 돈으로 화려한 효과를 줄 수 있는 립스틱의 매출이 증가하는 립스틱 효과 때문 (서울경제, 3/24)

4조 탈모관리 시장 '후끈': 식품의약품안전처가 오는 5월부터 탈모·여드름 등 기능성 화장품 종류를 대폭 넓히는 개정 화장품법을 시행한다고 밝힌 가운데 대기업인 LG생활건강이 탈모관리 시장에 출사표를 던짐. 22일 LG생활건강에 따르면 탈모 방지를 비롯해 다양한 모발과 두피 증상에 따라 맞춤 처방을 제안하는 탈모관리 전문 브랜드 '닥터그루트 (Dr.Groot)'를 출시하고 탈모 관리 시장에 본격 진출. LG생활건강이 탈모 관리 시장에 발 빠르게 대응한 것은 식약처의 개정 화장품법 시행에 맞춰 해당 시장을 선점하기 위한 것으로 풀이됨. 업계에 따르면 탈모 관리 제품 시장 규모는 약 4조 원에 달함 (서울경제, 3/24)

6. 주요종목 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (원)	시가총액 (십억원)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	롯데쇼핑	A023530	216,500	6,818	18.2	15.7	0.4	0.4	2.0	2.6
	현대백화점	A069960	102,000	2,387	8.3	8.0	0.6	0.5	7.6	7.2
	신세계	A004170	186,500	1,836	10.6	9.6	0.5	0.5	5.2	5.6
	CJ오쇼핑	A035760	204,500	1,271	11.9	11.0	1.6	1.4	12.5	14.5
	GS홈쇼핑	A028150	222,000	1,457	12.8	11.9	1.3	1.2	11.0	10.9
	현대홈쇼핑	A057050	117,000	1,404	10.9	10.1	1.0	0.9	8.8	8.9
	엔에스쇼핑	A138250	168,500	568	9.1	8.7	1.3	1.1	14.8	13.7
	이마트	A139480	208,000	5,798	13.5	12.0	0.7	0.7	5.2	6.1
	GS리테일	A007070	50,900	3,919	19.0	16.2	1.9	1.7	10.2	11.0
	BGF리테일	A027410	106,000	5,252	24.5	20.5	4.8	4.0	21.6	21.5
	롯데하이마트	A071840	52,200	1,232	9.8	9.0	0.6	0.6	6.2	6.6
	호텔신라	A008770	45,300	1,778	27.7	18.7	2.2	2.0	9.0	11.8
화장품	아모레퍼시픽	A090430	288,000	16,836	26.9	23.1	4.4	3.8	18.4	17.8
	아모레G	A002790	120,000	9,895	27.0	22.7	3.1	2.8	13.7	13.9
	LG생활건강	A051900	821,000	12,823	21.3	19.4	4.4	3.7	24.2	21.9
	코스맥스	A192820	136,000	1,367	27.8	20.1	7.3	5.0	27.2	29.1
	한국콜마	A161890	75,300	1,589	23.9	20.1	4.8	3.9	22.3	21.4
	코스메카코리아	A241710	63,900	341	20.6	14.9	6.4	4.6	36.1	33.8
	연우	A115960	28,400	352	14.3	11.7	1.7	1.5	13.6	13.1
	대봉엘에스	A078140	11,500	128	12.1	10.1	1.7	1.5	16.2	16.1
	SK바이오랜드	A052260	16,650	250	16.3	14.1	1.7	1.6	11.4	12.4
	클리오	A237880	40,200	678	18.5	16.1	10.7	10.1	56.9	65.2
	에이블씨엔씨	A078520	23,800	366	17.7	16.3	1.8	1.7	10.0	10.8
	토니모리	A214420	20,600	363	19.6	16.9	2.6	2.3	13.8	14.2
	생활소비재	코웨이	A021240	94,800	7,241	20.0	18.5	5.2	4.8	27.2
쿠쿠전자		A192400	132,000	1,294	13.2	11.7	2.0	1.8	15.9	16.0
뉴트리바이오텍		A222040	24,150	249	21.3	15.1	4.8	3.7	25.6	27.5
콜마비엔에이치		A200130	16,600	490	15.4	14.8	3.1	N/A	23.2	N/A

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

7. 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	70	213,925	16.1	15.3	2.7	2.6	17.0	17.4
	이베이	EBAY US	33	36,307	16.6	15.1	2.5	2.1	21.8	19.9
	세븐 & 아이홀딩스	3382 JP	4,439	35,491	46.4	18.9	1.6	1.6	3.6	8.6
	노드스트롬	JWN US	42	6,999	14.2	13.7	7.1	6.5	58.7	73.1
화장품	로레알	OR FP	178	107,997	25.5	23.9	3.8	3.5	15.2	15.1
	에스티로더	EL US	86	31,515	25.9	23.2	8.4	8.1	33.3	37.4
	시세이도	4911 JP	2,986	10,773	40.3	31.5	2.8	2.7	7.2	9.0
	상해자화	600315 CH	31	2,984	47.5	39.1	3.6	3.4	7.2	8.4
생활소비재	LVMH	MC FP	201	110,159	22.1	20.3	3.5	3.2	16.3	16.4
	나이키	NKE US	56	93,246	23.4	21.8	7.3	3.7	31.6	31.8
	패스트리테일링	9983 JP	35,820	34,270	32.7	30.3	5.4	4.8	17.8	16.9
	조지루시	7965 JP	1,581	1,035	13.7	12.8	1.7	1.6	12.5	11.9

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

8. 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	(1.8)	(10.2)	(1.8)	3.3	(15.9)	(2.3)	(2.0)	(13.7)	(8.4)	(2.3)	(25.1)	(9.3)
	현대백화점	9.2	2.3	(8.1)	(15.0)	(30.4)	(6.4)	9.0	(1.3)	(14.7)	(20.6)	(39.6)	(13.5)
	신세계	0.8	(8.1)	4.5	(1.8)	(9.5)	6.0	0.6	(11.7)	(2.1)	(7.4)	(18.7)	(1.1)
	CJ오쇼핑	6.0	4.1	24.9	28.6	5.1	25.5	5.8	0.6	18.3	23.0	(4.1)	18.5
	GS홈쇼핑	4.5	2.1	28.1	37.0	23.4	29.1	4.3	(1.5)	21.6	31.4	14.2	22.0
	현대홈쇼핑	5.9	1.7	2.6	(7.5)	(9.0)	4.9	5.7	(1.8)	(3.9)	(13.1)	(18.2)	(2.1)
	엔에스쇼핑	0.3	1.8	12.3	6.0	(13.1)	9.8	0.1	(1.8)	5.8	0.4	(22.4)	2.7
	이마트	(2.8)	(0.2)	12.7	31.7	15.9	13.7	(3.0)	(3.8)	6.2	26.1	6.7	6.6
	GS리테일	1.4	(3.6)	7.8	3.4	10.8	6.9	1.2	(7.2)	1.3	(2.2)	1.6	(0.1)
	BGF리테일	4.4	(0.5)	27.4	8.9	28.4	29.6	4.2	(4.0)	20.9	3.3	19.2	22.6
	롯데하이마트	4.6	6.8	18.1	16.7	(0.8)	23.7	4.4	3.2	11.6	11.1	(10.0)	16.7
	호텔신라	0.0	(12.9)	(6.4)	(27.6)	(31.5)	(5.9)	(0.2)	(16.5)	(12.9)	(33.2)	(40.7)	(13.0)
	화장품	아모레퍼시픽	1.8	(6.3)	(10.7)	(27.8)	(25.8)	(10.4)	1.6	(9.9)	(17.2)	(33.4)	(35.0)
아모레G		(1.6)	(7.0)	(7.0)	(25.7)	(17.8)	(9.8)	(1.8)	(10.6)	(13.5)	(31.3)	(27.0)	(16.8)
LG생활건강		(1.8)	(5.4)	(3.2)	(18.2)	(14.0)	(4.2)	(2.0)	(9.0)	(9.7)	(23.8)	(23.2)	(11.2)
코스맥스		0.7	(8.4)	10.1	(8.8)	8.5	13.8	0.5	(12.0)	3.6	(14.4)	(0.7)	6.8
한국콜마		2.3	(3.5)	10.3	(22.1)	(10.1)	14.4	2.1	(7.0)	3.7	(27.7)	(19.4)	7.4
코스메카코리아		0.2	(5.2)	20.6	N/A	N/A	14.1	(0.0)	(8.8)	14.0	N/A	N/A	7.1
연우		(4.5)	(14.7)	(23.9)	(34.7)	(22.2)	(26.3)	(4.7)	(18.3)	(30.4)	(40.3)	(31.4)	(33.4)
대봉엘에스		(0.4)	(6.5)	0.0	(20.4)	(5.7)	(3.0)	(0.6)	(10.1)	(6.5)	(26.0)	(15.0)	(10.0)
SK바이오랜드		1.5	(5.1)	(6.2)	(21.5)	(27.6)	(7.2)	1.3	(8.7)	(12.7)	(27.1)	(36.8)	(14.3)
클리오		(0.6)	(0.7)	29.9	N/A	N/A	31.4	(0.8)	(4.3)	23.4	N/A	N/A	24.3
에이블씨엔씨		8.7	5.8	16.8	4.0	(8.3)	15.0	8.5	2.2	10.3	(1.6)	(17.5)	8.0
토니모리		1.5	(10.6)	(10.4)	(36.0)	(0.3)	(9.5)	1.3	(14.2)	(17.0)	(41.6)	(9.5)	(16.5)
생활소비재		코웨이	8.2	5.7	4.3	(3.9)	1.0	7.4	8.0	2.1	(2.3)	(9.4)	(8.3)
	쿠쿠전자	3.9	(6.4)	(1.5)	(5.0)	(34.2)	2.3	3.7	(10.0)	(8.0)	(10.6)	(43.4)	(4.7)
	뉴트리바이오텍	(8.4)	(20.2)	(20.4)	(26.6)	(5.9)	(21.5)	(8.6)	(23.7)	(27.0)	(32.2)	(15.1)	(28.5)
	콜마비엔에이치	(2.1)	(9.8)	(12.4)	(46.5)	(54.0)	(10.5)	(2.3)	(13.4)	(18.9)	(52.1)	(63.2)	(17.5)

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

9. 해외 주요 업체 기간별 수익률

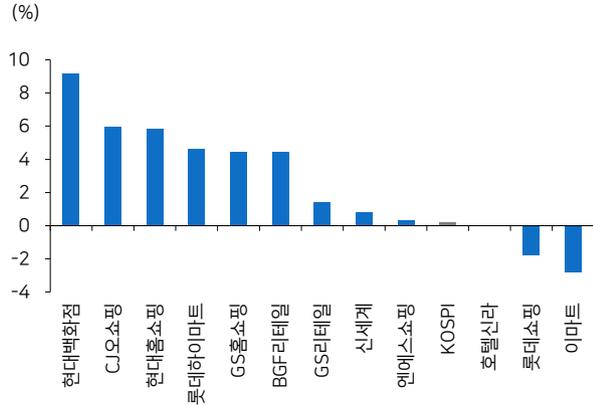
업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	월마트	(0.4)	(3.8)	0.1	(2.8)	2.4	0.7	1.0	(2.8)	(3.2)	(11.3)	(12.8)	(4.0)
	이베이	(0.9)	(1.9)	12.1	5.5	37.3	12.5	0.6	(0.9)	8.8	(3.1)	22.1	7.8
	세븐 & 아이홀딩스	0.3	1.2	(1.6)	(5.6)	(7.8)	(0.3)	1.9	0.4	(0.9)	(21.1)	(21.1)	(1.1)
	노드스트롬	(4.5)	(9.7)	(13.9)	(18.5)	(25.0)	(12.5)	(3.0)	(8.6)	(17.3)	(27.1)	(40.2)	(17.2)
화장품	로레알	0.2	1.3	3.1	6.7	13.5	2.6	0.4	(2.3)	(0.5)	(7.4)	(2.5)	(0.7)
	에스티로더	0.1	2.7	9.7	(2.6)	(7.8)	12.4	1.5	3.8	6.4	(11.1)	(22.9)	7.7
	시세이도	0.3	1.1	(0.4)	10.9	17.2	0.9	1.9	0.3	0.3	(4.6)	3.9	0.2
	상해자화	5.6	6.0	14.4	10.1	1.3	12.5	4.6	4.7	9.4	1.1	(8.4)	7.2
생활소비재	LVMH	(0.2)	5.5	12.2	32.5	36.6	10.9	(0.0)	1.8	8.6	18.4	20.7	7.6
	나이키	(2.5)	(2.6)	8.6	3.6	(8.6)	10.9	(1.1)	(1.5)	5.3	(4.9)	(23.7)	6.2
	패스트리테일링	(0.5)	1.8	(17.4)	9.5	(1.6)	(14.4)	1.1	1.0	(16.6)	(5.9)	(14.9)	(15.1)
	조지루시	1.8	7.0	(0.6)	(9.6)	(10.3)	0.8	3.5	6.2	0.2	(25.1)	(23.6)	(0.0)

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

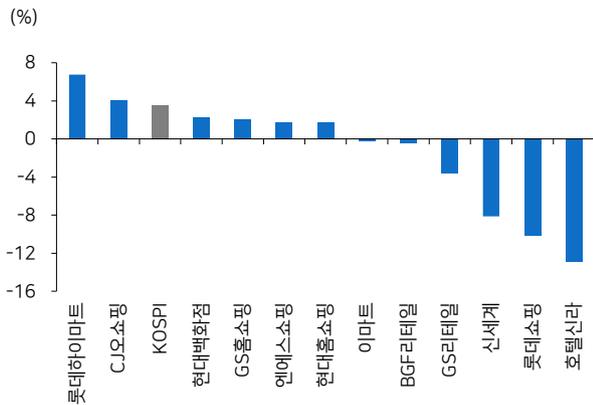
10. 주간/월간 수익률

유통

주간 수익률



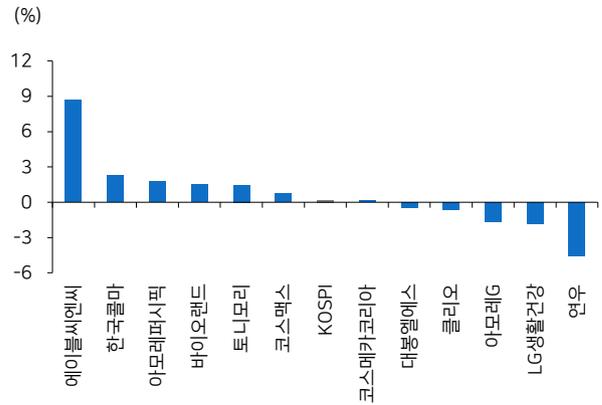
월간 수익률



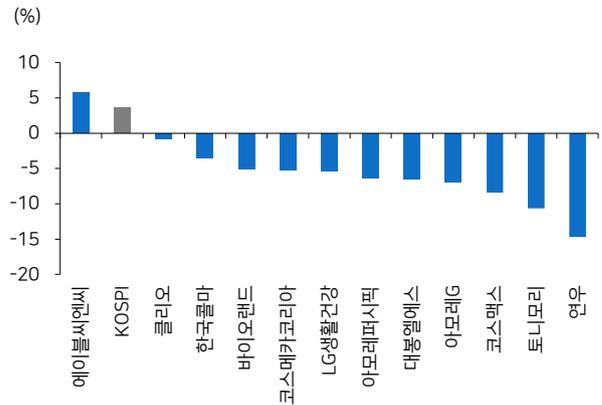
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 (생활소비재)

주간 수익률



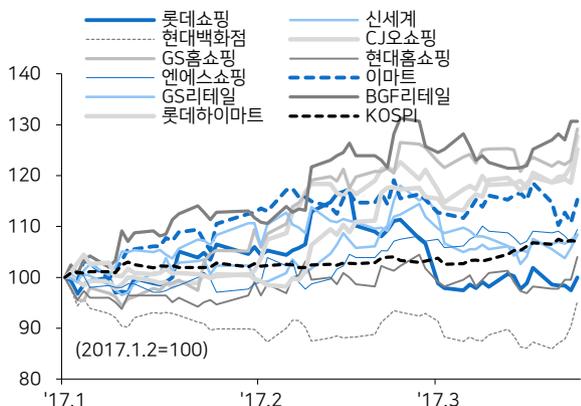
월간 수익률



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

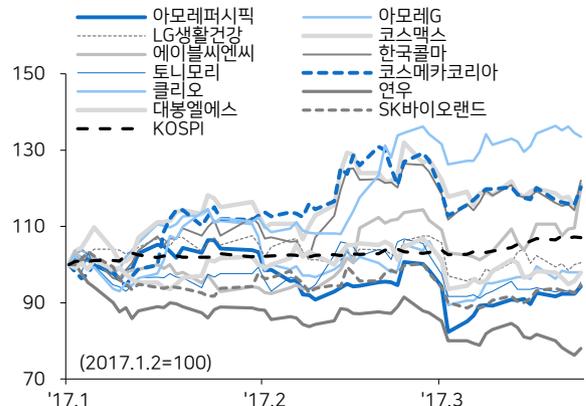
11. 주가 추이

유통



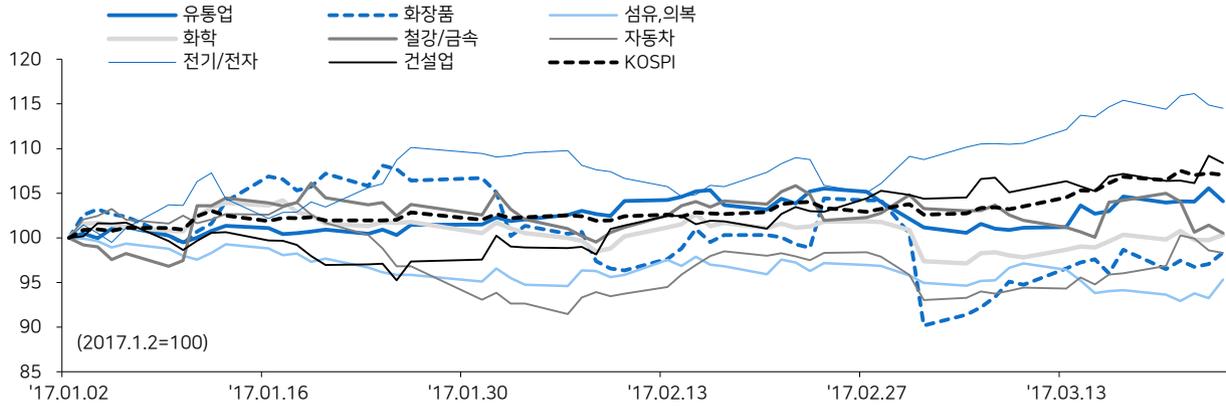
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 (생활소비재)



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

12. 업종별 지수 추이



자료: Quantivise, 메리츠증권증권 리서치센터

13. 소비 주요지표

Monthly	'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	'17.3
소비지출전망 CSI	105	105	106	105	105	106	106	107	107	106	103	104	104	104
가계수입전망 CSI	98	99	99	98	98	100	100	100	101	98	98	98	97	98
소비심리지수	97.9	100.0	101.5	99.2	98.8	100.9	101.8	101.7	101.9	95.8	94.2	93.3	94.4	96.7
소비자물가지수(% YoY)	1.1	0.8	1.0	0.8	0.7	0.4	0.5	1.3	1.5	1.5	1.3	2.0	1.9	
가계대출 증감률(% YoY)	13.8	13.8	13.0	12.7	12.3	12.0	12.0	11.8	11.4	11.5	10.8	10.4	10.4	
주택담보대출 증감률(% YoY)	16.7	16.4	15.3	14.7	14.0	13.6	13.4	13.1	12.6	12.4	11.7	11.2	11.1	
WTI (\$/B)	33.8	38.3	45.9	49.1	48.3	41.6	44.7	48.2	46.9	49.4	53.7	52.8	54.0	47.3
KOSPI (pt)	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	2,091.6	2,168.9
원/달러	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	1,130.3	1,122.7
원/위안	188.7	177.2	175.9	181.0	173.3	168.8	166.9	165.0	168.8	169.7	173.6	168.7	164.3	163.1
기준금리 (%)	1.50	1.50	1.50	1.50	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	
소매판매액 증감률 (% YoY)	2.9	4.9	3.7	4.4	8.6	4.2	5.3	2.2	3.8	4.1	3.1	7.6		
내구재	6.6	12.7	8.8	12.7	15.0	1.7	6.6	-1.7	1.5	1.6	-1.5	2.3		
승용차	9.1	20.9	10.0	19.8	20.2	-10.5	-5.3	-9.4	-1.8	2.3	-6.3	3.5		
가전제품	13.8	11.5	12.1	10.0	20.7	20.1	24.0	13.7	4.0	-2.8	0.2	-1.6		
통신기기 및 컴퓨터	-3.3	1.7	2.3	2.0	-0.4	3.5	9.9	-3.4	1.5	1.1	1.9	-0.2		
가구	7.0	-1.7	0.9	1.2	1.2	0.1	7.0	10.4	12.3	9.5	10.5	3.8		
준내구재	3.6	3.8	4.6	2.7	14.7	9.2	3.7	3.8	3.8	1.8	1.0	0.1		
의복	1.8	3.6	4.4	2.5	16.4	7.6	-0.4	1.8	3.4	1.0	0.6	-1.5		
신발 및 가방	6.6	4.5	7.5	2.5	23.3	18.3	11.2	9.7	7.1	-1.7	-1.7	1.5		
오락, 취미, 경비용품	5.6	6.2	5.1	0.1	2.9	2.6	-0.2	0.7	-1.0	2.5	0.8	-0.2		
비내구재	1.0	1.4	0.8	1.2	2.8	3.4	5.4	3.3	5.1	6.8	6.9	13.4		
음식료품	0.6	4.3	5.0	3.4	3.4	5.6	8.0	4.5	8.8	7.8	9.0	18.5		
의약품	5.0	4.0	2.3	5.8	6.4	2.8	4.7	5.9	3.1	5.1	3.3	2.0		
화장품	4.9	13.0	11.9	12.6	22.1	25.7	22.6	13.5	10.5	11.5	11.7	12.5		
서적, 문구	8.6	3.0	3.5	11.3	6.5	7.1	7.0	5.7	6.2	5.3	-0.4	-1.2		
차량연료	-6.1	-10.0	-11.5	-10.7	-5.1	-7.2	-3.2	-5.8	-3.0	3.4	3.5	13.4		

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	

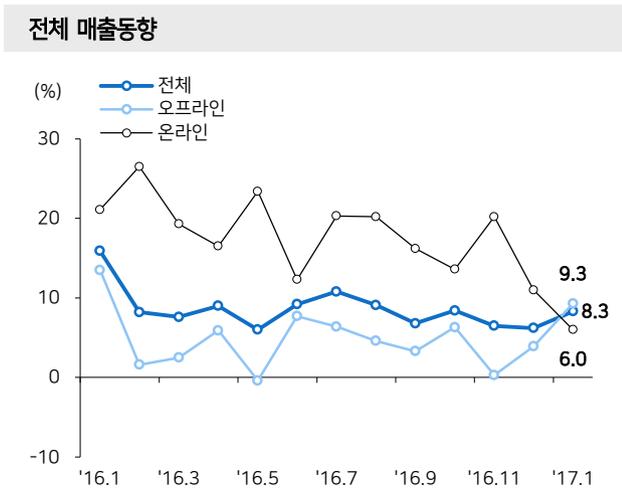
자료: 한국은행, 통계청, 메리츠증권증권 리서치센터

14. 중국 소매판매

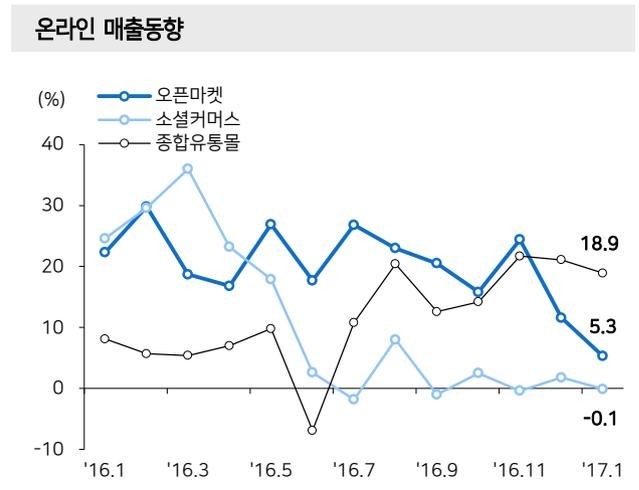
(% YoY)	2015년					2016년												2017
	8월	9월	10월	11월	12월	1~2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1~2월	
전체소매판매	10.8	10.9	11.0	11.2	11.1	10.2	10.5	10.1	10.0	10.6	10.2	10.6	10.7	10.0	10.8	10.9	9.5	
일정규모이상	8.0	8.2	8.4	8.8	8.6	7.6	8.6	6.7	6.5	8.1	7.3	8.5	8.8	7.5	9.5	9.8	6.8	
음식료	14.5	18.9	16.1	16.1	17.0	11.2	11.7	12.1	11.1	11.9	10.5	10.5	10.2	8.8	9.1	9.1	9.6	
섬유의복	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	6.1	
화장품	10.6	8.7	10.6	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	
귀금속	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	8.2	
일용품	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	9.2	
스포츠, 레저	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	19.5	
서적	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	11.5	
가전제품	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	5.6	
중의약	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	9.9	
사무용품	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	13.4	
가구	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	11.8	
통신	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	10.7	
석유제품	-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	14.0	
건축재	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	12.9	
자동차	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	-1.0	
기타	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	6.9	

자료: 중국국가통계국, 메리츠증권증권 리서치센터

15. 유통업체 매출동향

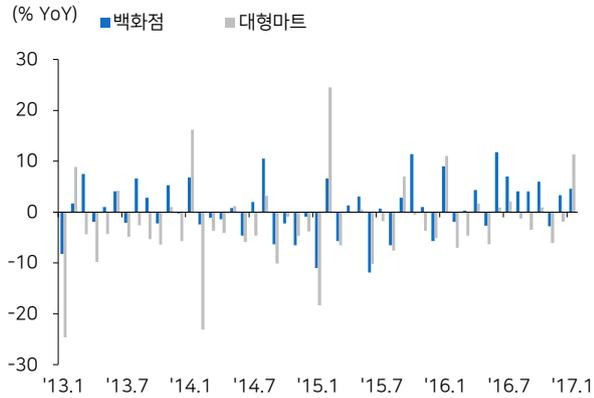


자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터



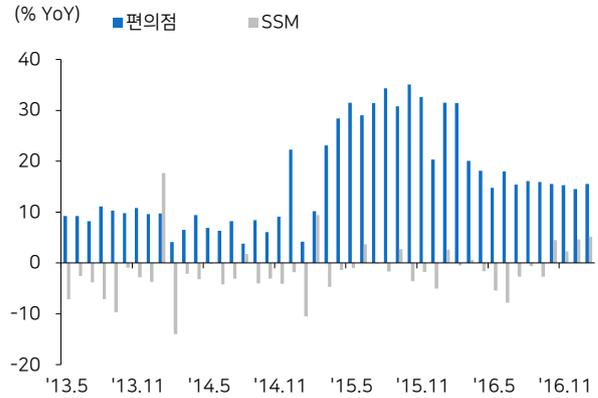
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 및 대형마트 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



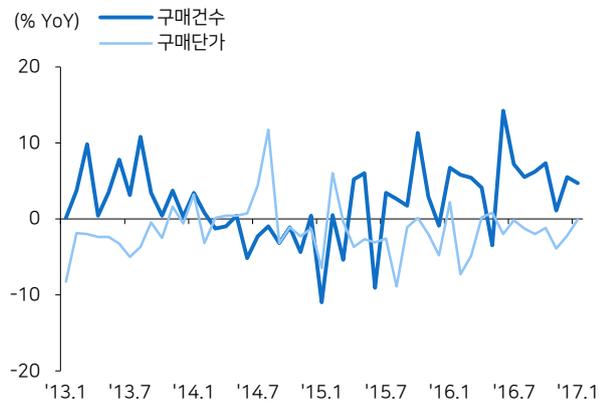
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

편의점 및 SSM 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



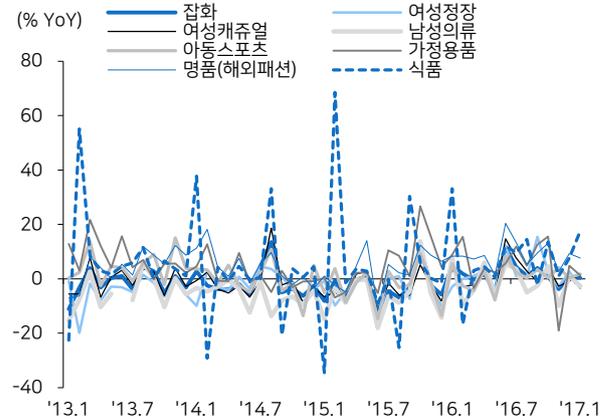
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



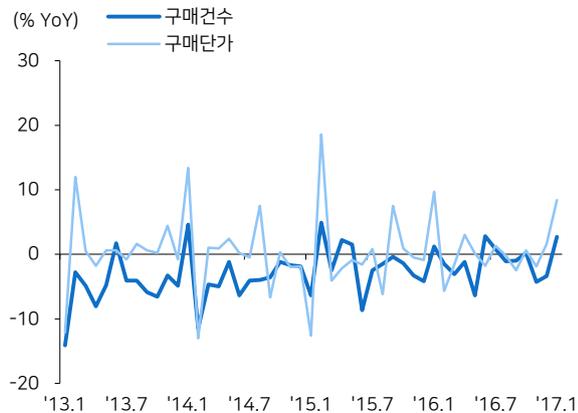
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 품목별 매출 성장률



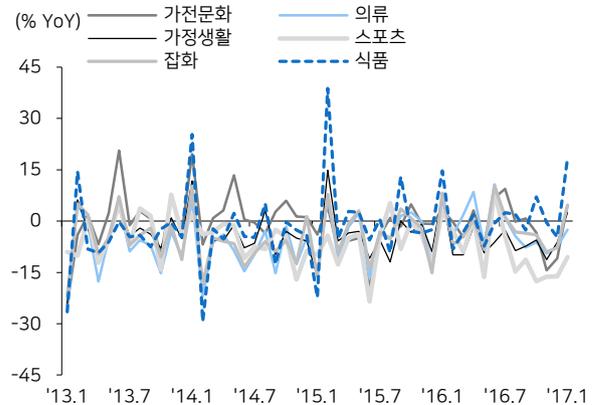
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

대형마트 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



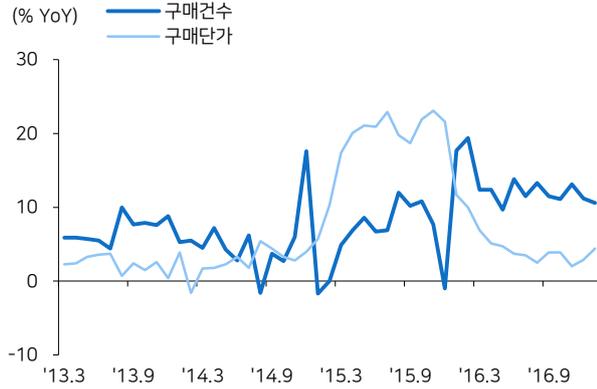
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

대형마트 품목별 매출 성장률



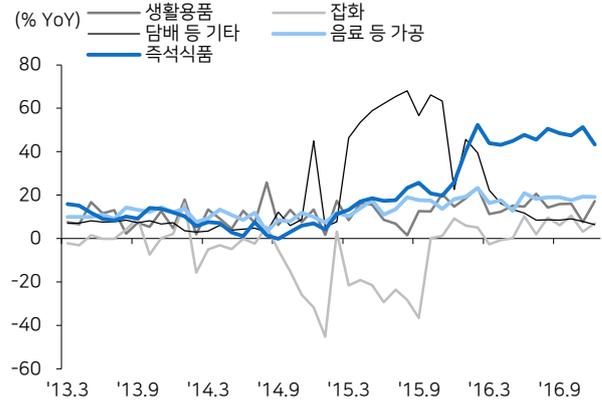
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

편의점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

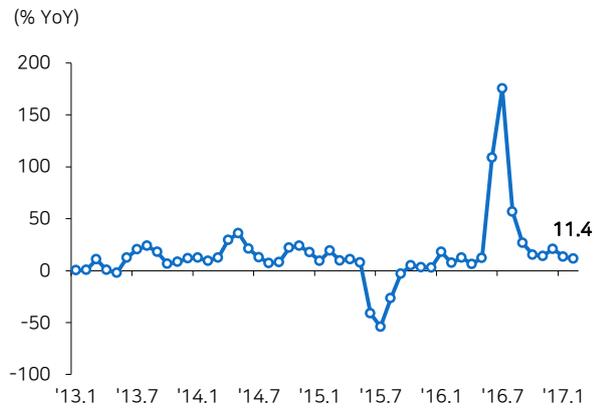
편의점 품목별 매출 성장률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

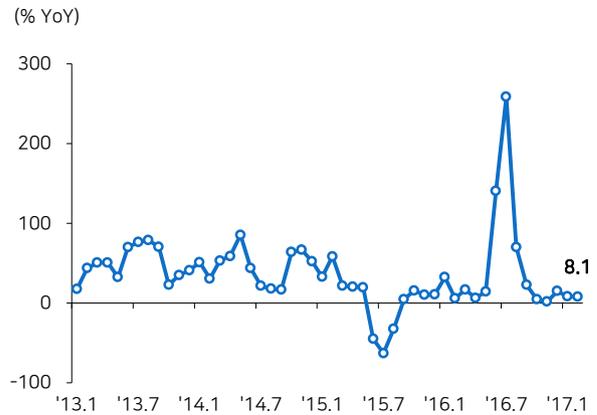
16. 중국 인비즈니스 동향 점검

한국에 입국하는 전체 외국인 입국자 수 증감률: 2월 11.4%



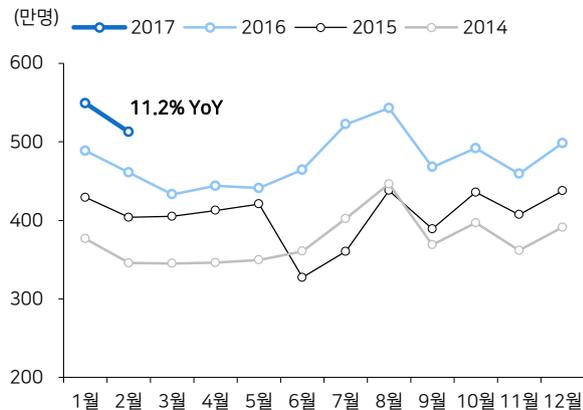
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

한국에 입국하는 중국인 입국자 수 증감률 추이: 2월 8.1%



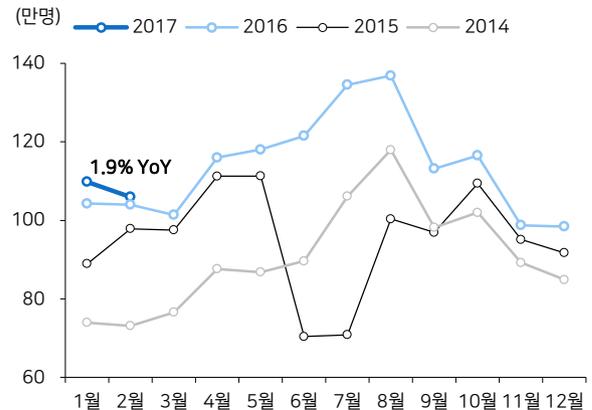
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

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

17. 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
2017년 01월	25,091	3.6	260,718	10.1	16,823	10.3	708,392	36.9	41,913	6.2	969,110	28.5
2017년 02월	24,855	12.1	257,709	21.8	16,325	9.5	882,538	80.0	41,180	11.1	1,140,247	62.4
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

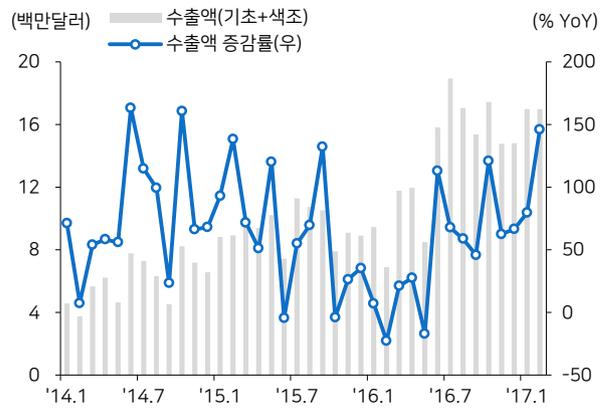
18. 화장품 수출 및 현황

화장품 전체 수출액 및 증가율 -2월 96.0%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 미국향 수출액 및 증가율 -2월 146.1%



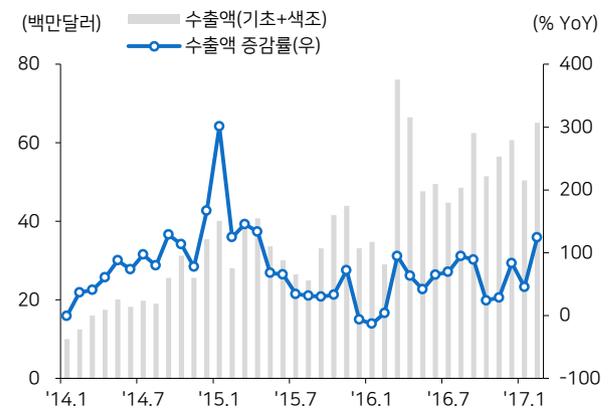
자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 중국향 수출액 및 증가율 -2월 106.4%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 홍콩향 수출액 및 증가율 -2월 124.3%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

Compliance Notice

동 자료는 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 2017년 3월 27일 현재 동 자료에 언급된 종목의 유가증권(DR, CB, IPO, 시장조성 등) 발행 관련하여 지난 6개월 간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 2017년 3월 27일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다. 당사의 조사분석 담당자는 2017년 3월 27일 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