



MERITZ

유통/화장품 Weekly

The Pricing of Everything (화장품 편)

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. 주가 추이
11. 업종별 지수 추이
12. 소비 주요지표
13. 중국 소매판매
14. 유통업체 매출동향
15. 중국 인바운드 동향 점검
16. 면세점 동향
17. 화장품 수출 및 현황

1. 금주의 이슈

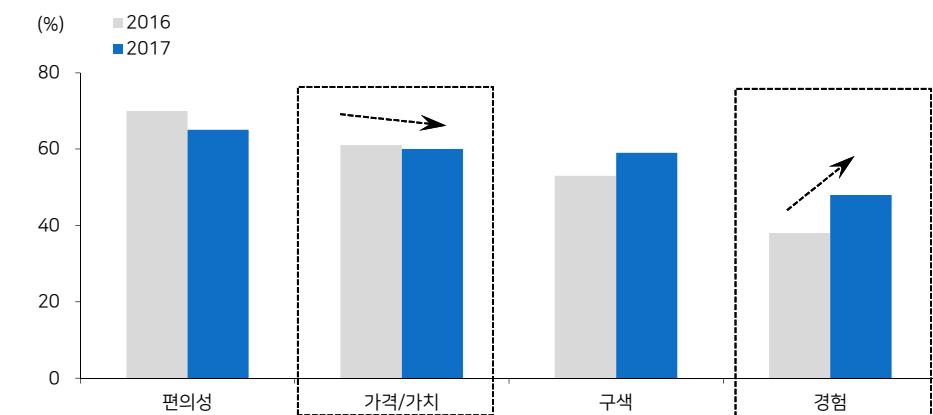
2018년 화장품업종 전망: The Pricing of Everything (11월 27일 발간자료)

과거 대비 온라인 소비에서 경험에 대한 중요도 증가 추세

온라인 쇼핑에 대한 소비자들의 인식에서 편의성과 가격이 여전히 중요하기는 하지만 경험과 카테고리 구색에 대한 중요도가 증가하고 있다. '가격'만큼 '경험'을 중요 가치로 생각하는 트렌드로 변화하고 있다.

글로벌 명품 시장의 트렌드 또한 재화(상품)가 아닌 체험(서비스)으로 변화하면서 여행, 호텔, 요트 등을 체험하는 럭셔리 체험 시장도 빠르게 성장하고 있다. 딜로이트컨설팅에 따르면 글로벌 럭셔리 상품 시장 규모는 4,223억달러 수준이며 럭셔리 서비스 시장 규모는 1조 달러가 넘어 2배 이상인 것으로 추산된다.

그림1 소비자 조사, 온라인 쇼핑몰 주요 기대요인



자료: Nielsen Analysis, 메리츠증권 리서치센터

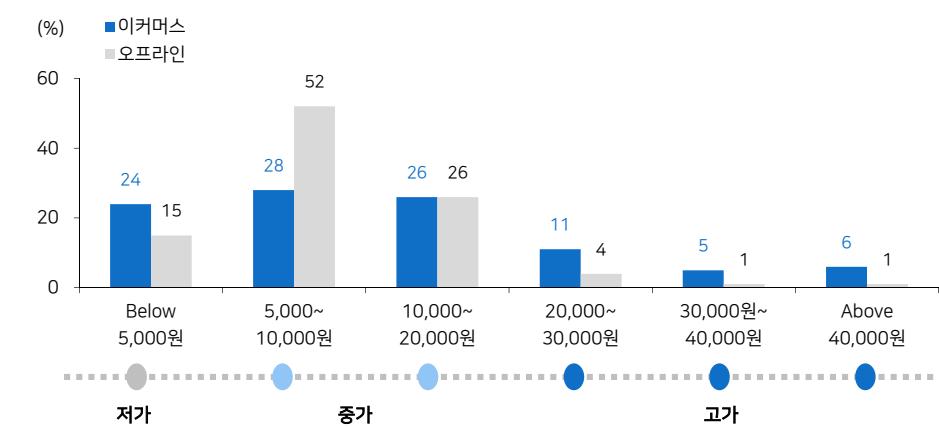
온라인 채널을 통한 프리미엄 쇼핑 증가

오픈마켓, 소셜커머스 등에서도 럭셔리 화장품의 비중 확대가 뚜렷하게 나타나고 있다. 특히 20~30대 중심으로 럭셔리 색조 온라인 구매 성장률이 두드러졌다. 과거 백화점 중심이었던 럭셔리 브랜드들이 20~30대를 타겟으로 소셜미디어와 온라인을 통한 적극적인 마케팅 활동 강화하면서 좋은 성과를 거두었다.

생활용품에서도 오프라인 할인점 내 치열한 가격 경쟁에서 벗어나 온라인에서는 초저가 제품부터 초고가 프리미엄 제품이 공존하는 다양한 선택의 시장으로 변화하고 있다.

한편 활발한 소비활동을 하는 50대 이상 고객을 '액티브 시니어'라고 부르는데 은퇴 이후에도 외모와 건강 등을 위해 소비생활과 여가생활을 즐기며 사회활동에도 적극적으로 참여하는 경우가 많다. 이러한 중장년 층을 중심으로 온라인 채널을 통한 프리미엄 쇼핑이 증가하면서 온라인 구매액 증가율이 강화되고 있다.

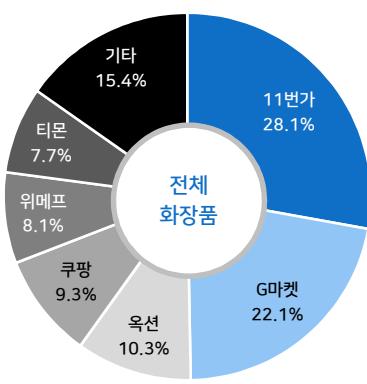
그림2 온/오프라인 채널 내 가격 분포 비교



주: 샴푸린스 100%, 개 당 가격 (원), 개수 기준 비중 (%)

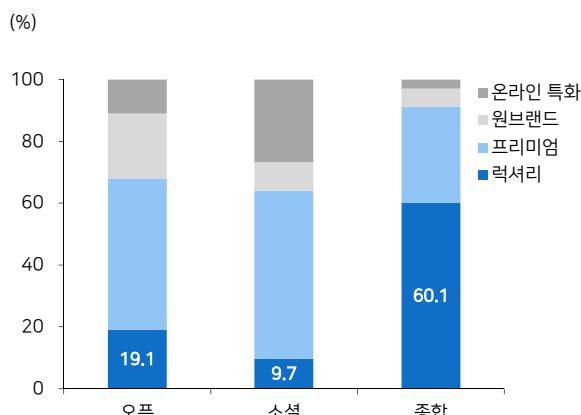
자료: Nielsen Retail Index / E-commerce Index, 메리츠종금증권 리서치센터

그림3 화장품 온라인 유통사별 구매 점유율



자료: Nielsen, 메리츠종금증권 리서치센터

그림4 온라인 내 세그먼트별 구매 비중



자료: Nielsen, 메리츠종금증권 리서치센터

럭셔리 브랜드, 혁신으로 독보적 가치 극대화

2017년 밀레니얼 세대를 적극적으로 공략한 최고급 명품 브랜드 기업들의 주가 상승이 두드러졌다.

온라인 쇼핑이 확산되면서 명품 브랜드의 배타성과 이를 입증하는 가격 (P)이 무너질 것으로 예상했지만, 오히려 럭셔리 명품 브랜드의 핵심 가치인 혁신성을 디지털 혁신과 서비스 강화로 극대화하는데 성공하였다.

특히 차별화된 온라인 마케팅과 럭셔리 체험 프로그램 등을 통해 대외적으로 공표하는 '표면가격'이 아니라 숨겨져 있지만 실제 이익으로 직결되는 '이면가격'을 극대화하여 온라인화로 나타나는 가격파괴 현상을 극복했다는 점에 큰 의미가 있겠다.

표1 5대 명품 그룹

그룹 이름	보유 브랜드	명품 판매액 (2015년, 달러)
루이비통 모에헤네시	루이비통, 펜디, 불가리, 도나카란, 마크제이콥스, 태그호이어	224억
리차몬드	까르띠에, 몽블랑, IWC, 피아제, 폴로에	122억
에스티로더	에스티로더, MAC, 아베다, 조말론	112억
록소티카	레이밴, 오클리, 보그아이웨어	98억
케링	구찌, 보테가베네타, 생로랑, 발렌시아가	87억

자료: 메리츠증권 리서치센터

그림5 표면가격과 이면가격



자료: 이익의 90%는 가격 결정이 좌우한다, 메리츠증권증권 리서치센터

그림6 LVMH 주가 추이



자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

그림7 Estee Lauder 주가 추이



자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

플라시보 소비, 소비자의 감성을 반영하는 심리적 가격 정책

저성장기 초기에는 가격을 낮추는 소비에 집중하지만 이후 가격은 낮지만 성능이 뛰어난 제품을 선호하는 "가성비" 소비로 이어진다. 이제는 나아가 "가심비", 가격 대비 마음의 만족으로 진화되고 있다. 가격이 성능에 대한 객관적인 표준이 아니라 소비자의 심리적 만족에 달려있다.

플라시보란 의사가 효과없는 가짜약 혹은 꾸며낸 치료법을 환자에게 제안했는데 환자의 긍정적인 믿음으로 인해 병세가 호전되는 현상을 의미하며 사람들의 마음 가짐에 따른 심리적 효과가 얼마나 큰지를 설명할 때 활용된다.

결국 제품의 성능을 넘어서는 감성을 건드릴 수 있어야 하며 소비자의 감정을 파악하고 반영하는 심리적 가격정책, 소비 주체의 감성까지 어루만지는 고도의 마케팅 전략으로 승화되고 있다.

그림8 케미컬포비아로 더 비싼 LG생활건강 천연세제 판매 증가



자료: 언론자료, 메리츠종금증권 리서치센터

그림9 애정을 형상화한 아이돌 굿즈 소비, 이니스프리 립그로스



자료: 언론자료, 메리츠종금증권 리서치센터

표2 새로운 차원의 감성화장품 개발동향

화장품의 감성평가

- 사용감의 정량적 평가를 위한 과학적 심리학 연구와 신경과학의 융합
- 음성패턴과 얼굴표정분석을 통한 화장품에 대한 선호도 결정
- 화장품에서 복지와 감성을 평가하기 위한 글로벌 접근 방식

화장품의 감성적 인지 요소 및 사용감과 제품의 물리적 물성과의 상관관계

- 사용감을 정량화하기 위해 심도 깊은 연구, 기기적인 방법(유변학, 사용감 분석 등)과 감각적인 접근. 즉 대상물의 분석을 포함하는 방법(소비자 선호도 평가)의 상관관계
- 아이트래킹 기법을 활용한 모발 광택 평가
- 다양한 software와 다양한 통계적 기법을 활용한 관능평가

소비자의 제품 선호도 평가 기법 적용

- 광학적 시뮬레이션 기술을 활용
- 선호하는 제품을 선택하기 위해 Hedonext 소비자 시험
- 클렌징 오일 시스템의 평가

방향 제품의 감성평가

- 향지속성 평가
- 친환경 및 안정성 향상 향수
- 화장품 인지의 이해 증진을 위한 감성 측정. 향에 의해 유도되는 감성 응용

자료: 글로벌코스메틱연구개발사업단, 메리츠종금증권 리서치센터

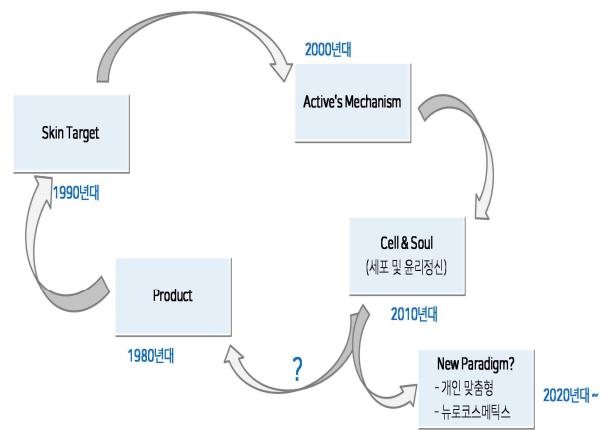
다시 '브랜드'로, 디지털 뷰티 시대 기능적 요소를 감성적으로 전달할 수 있는 브랜드 역량 중요

디지털 뷰티란 인간의 건강한 피부와 미적 욕구를 충족하는 일련의 과정에 관여하는 모든 디지털 기반의 기기 및 기술을 의미한다.

소셜미디어를 비롯한 모바일을 통한 전반적인 소비 활동 (정보 탐색에서 최종 구매까지)이 이루어지면서 '컨텐츠'의 역량이 더욱 중요해지고 있다. 브랜드 스토리에 소비자가 공감하고 브랜드의 진정성이 느껴져야 한다. 소비자는 제품 이상의 체험과 감성적인 브랜드 환타지를 요구하고 있다.

디지털 기술의 발전은 더욱더 정교해지는 소비자의 니즈를 이해하고 분석하여 활용하는데 큰 도움이 될 것으로 예상한다. 결론적으로 바이오 기술과 결합된 화장품의 기능적 요소를 감성적으로 전달할 수 있는 브랜드 역량에 따라 업체별 성과는 차별화될 전망이다.

그림10 화장품 산업, 디지털 뷰티로 진화



자료: 글로벌코스메틱연구개발사업단, 메리츠종금증권 리서치센터

그림11 명품 브랜드 전략, 감성과 체험으로 어필



자료: Youtube 에르메스 채널, 메리츠종금증권 리서치센터

표3 화장품 산업, 디지털 뷰티로 진화

	측정기능 없음	피부장벽 기능측정	카메라 기반측정	광학기반측정	APP	AR/VR
치료기능 없음		피부수분도, TEWL 등	얼굴 전체를 찍은 사진으로 피부 분석	기존의 고가의 광학기반 장치의 소형화		
기초화장품과 연계		측정된 피부장벽기능을 기반으로 맞춤형 기초화장품 배송	색소, 홍반, 주름 측정에 기반한 기능성 화장품 맞춤형 배송	화장품 성분에 대한 분석	앞으로 변화될 모습을 구현	
색조화장품과 연계			메이크업 전의 사진을 기반으로 APP 및 AR, VR 적용			
가정용 기초화장품 제조		측정된 피부장벽기능을 기반으로 맞춤형 기초화장품 가내 제조	색소, 홍반, 주름 측정에 기반한 맞춤형기능서화장품 가내 제조			
가정용 치료 Device	LED, IPL 등 가정용 skin care device		측정장치에 연동되어서 치료 방향 설정			
전문치료 Device			다양한 측정장치가 장착된 레이저. 현재의 피부상태 판단 후 AI기반 치료 방향 설정 - automated treatment. 해외진출시 non-expert 치료 후 상황 구현 dermatologist			

자료: 서울의료원, 메리츠종금증권 리서치센터

2018년 화장품 산업 전망
Overweight, 실적 모멘텀 회복과 함께 주가 상승 전망

2018년 중국 인바운드 소비 회복 (전년대비 25% 성장 가정)으로 화장품 업종의 실적 모멘텀이 강화될 전망이다. 결국 소비자들이 원하는 혁신적인 제품이 중요하며 한국 브랜드들은 트렌디한 카테고리에서 여전히 강자이다. 벨류에이션 확장 여부는 중국 이외 해외 성과와 새로운 카테고리 확장 및 M&A 등 신규 사업 성과에 따라 결정될 것으로 판단한다. Top-pick으로는 LG생활건강, 차선호주로 아모레퍼시픽을 제시한다.

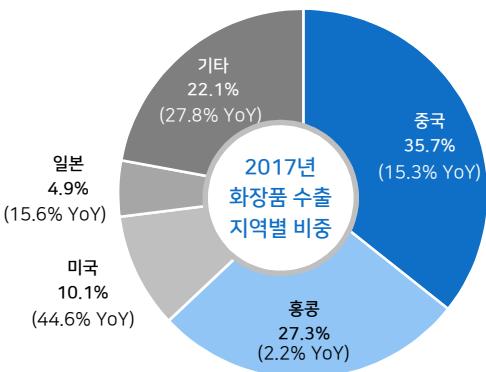
화장품 수출에서 '마스크팩'과 색조화장품 중 '립' 관련 카테고리의 성장세가 두드러지고 있다. 미주 지역에서는 한국의 스킨케어 제품에 대한 니즈가 증가하고 있으며 식물, 꽃, 과일을 원료로 한 자연주의 천연 화장품이 인기를 끌고 있다. 중국 등 아시아 지역에서는 합리적인 가격에 독특한 제형과 차별화된 컨셉의 색조 화장품이 크게 성장하고 있다. 중소형 화장품의 경우 새로운 화장품 성장 패러다임 (코스메슈티컬 등)에 부합하면서 실적 모멘텀이 강하고 벨류에이션이 부담이 크지 않은 종목들을 중심으로 접근할 필요가 있겠다.

그림12 중국인 입국자 수 및 쇼핑 규모 추정



자료: 한국관광공사 설문조사 바탕으로 메리츠종금증권 리서치센터 추정

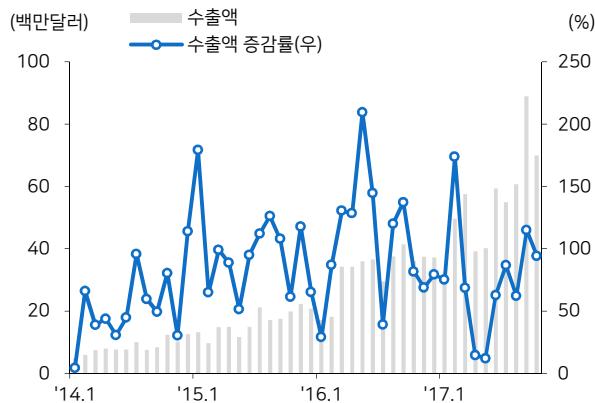
그림13 2017년 화장품 수출 지역별 비중



주: 10월 누적, 기초+색조 화장품 기준

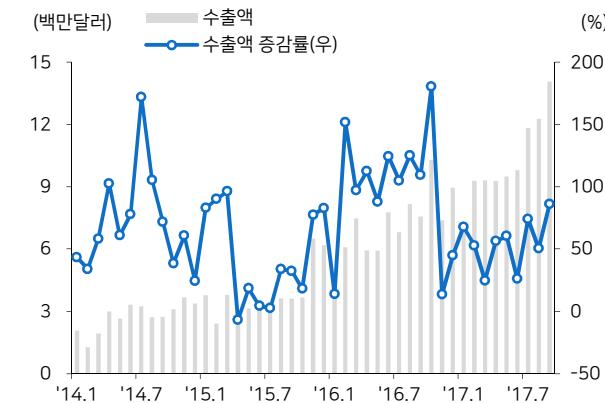
자료: 한국무역협회, 메리츠종금증권 리서치센터

그림14 마스크팩 수출액 및 증감률 추이



자료: 한국무역협회, 메리츠종금증권 리서치센터

그림15 입술화장품 수출액 및 증감률 추이



자료: 한국무역협회, 메리츠종금증권 리서치센터

2. 전주 동향

▣ 유통

11월 마지막주 유통업종 주가는 원화강세로 수출주 대비 상대적인 내수주 중심으로 수급이 이동하면서 전체 시장 대비 크게 상회하는 수익률을 기록하였음. 11월 추운 날씨로 의류 판매가 증가하면서 백화점 업체들의 기준점성장률이 5% 수준으로 예상되는 가운데 현대백화점, 신세계 등의 주가 상승이 두드러짐. CJ오쇼핑과 현대홈쇼핑도 자산가치 대비 저평가 매력이 부각되면서 주가 상승하였음. 반면 롯데쇼핑과 GS홈쇼핑은 검찰조사 등으로 투심이 위축되면서 주가 하락하였음

▣ 화장품 (생활소비재)

11월 마지막주 화장품업종 주가는 에이블씨엔씨, 한국콜마, 클리오 등 중소형 화장품 회사들을 중심으로 주가가 크게 상승하였음. 아모레퍼시픽과 LG생활건강 등 대형 화장품 주는 전체 시장 대비 상대적으로 선방함. 특히 중국인 단체 관광 재개와 한중 FTA 추가 협상, 그리고 12월 1일 기준 중국 소비자 관세 인하 등이 모두 화장품 업종 주가에 긍정적으로 작용하였음. 한편 금리 인상으로 재무적 부담이 높은 코스맥스 등의 주가는 상대적으로 부진하였음

3. 금주 전망

▣ 유통: 2018년 정책 이슈와 실질적인 소비 회복 여부 관건

지난해 4분기 국정농단 이슈로 소비가 일시적으로 위축되면서 유통업체들의 실적 기저가 크게 낮은 상황. 원화강세와 함께 상대적으로 소외되어 있던 유통업종에 대한 시장의 관심이 크게 늘어나고 있음. 단기적으로 크게 저평가된 종목을 중심으로 주가 상승세가 이어질 것으로 예상됨. 다만 2018년 정책 불확실성 해소와 실질적인 소비 회복 여부는 지켜볼 필요가 있겠음. 특히 금리 인상으로 가계부채 부담에 따른 소비지출 증가가 제한될 가능성성이 높음. 한편 한중관계 개선 기대감이 높은 면세점에 대한 관심이 유효하다는 판단임. 면세점과 여행사들의 마케팅 활동이 재개되면서 2018년 평창 올림픽과 춘절 기점으로 활성화 기대

▣ 화장품 (생활소비재): 2018년 글로벌 성장성 회복 예상

4분기에도 화장품 업체들의 실적은 부진하겠지만 중국 현지 마케팅 활동이 정상화되면서 회복 기대감을 지지할 것으로 판단됨. 2018년 중국인 관광객 소비 회복과 함께 1) 개별 브랜드 역량과 2) 사업 다각화와 지역다변화 성과에 따라 주가 상승 속도는 차별화될 전망. 중국 현지 화장품 소매시장 성장을 회복과 함께 중장기 동남아 및 미국 등 지역 다변화 성과에 따른 기대 요인도 충분하다는 판단임. 2018년 화장품 업종 실적 회복의 Key Driver는 중국 인바운드 소비와 중국 현지법인 성장이겠지만 Valuation 회복의 핵심은 새로운 성장 패러다임에 걸맞는 신규 카테고리 확장과 중국 이외의 미국, 유럽, 동남아 등에서의 성과가 중요할 전망

4. 관심종목 & 종목 코멘트

▣ 유통

관심종목

롯데하이마트 (071840):

4분기 생활가전의 꾸준한 성장과 함께 TV, 건조기 등의 가전 수요 회복과 2018년 모바일 휴대폰 판매 효과 기대. 온라인 확대와 카테고리 다변화는 지속적인 기업가치 상승 요인

호텔신라 (008770):

수익성 중심으로 운영하면서 면세점 영업환경 개선 시 주도권 선점을 위한 준비를 지속하였음. 신규 사업 진행에 관한 다양한 모멘텀을 보유하고 있어 당분간 높은 밸류에이션을 지지할 전망

종목 코멘트 (탐방)

BGF리테일 (027410)

- 상생안 발표 관련: 24시간 운영점 전기료 지원 및 전 가맹점 관리비 지원 (약 450억원)이 확정적으로 예상되며 개점 및 폐점 지원에 관한 추가적인 비용이 상황에 따라 최대 400억원이 있을 수 있겠음. 상생안으로 2018년 최저임금 인상 분야 대한 점주 부담 모두 상쇄될 전망. 2018년 점당 수익성 개선에 집중하여 부담을 최소화시킬 계획임
- 12월 8일 사업회사와 투자회사 거래 재개: 1) 3분기말 기준 투자회사 순현금 4,000억원, 사업회사 2,400억원으로 분할 2) 브랜드로열티 사업회사 매출액의 0.2% 예상되며 투자회사로 관리인력 이동으로 인건비 제외되면서 상쇄될 전망 3) 단계적인 사업회사의 배당 확대 계획
- 편의점 상위업체로서의 지배력이 확고한 가운데 현 주가에는 편의점 경쟁심화에 대한 시장 우려감이 상당수 반영되어 있다는 판단임

▣ 화장품 (생활소비재)

관심종목

LG생활건강 (051900):

중국 관련 정치적 불확실성이 해소되면서 밸류에이션 정상화 단계 진입, 프레스티지 브랜드의 경쟁력 강화와 M&A를 통한 신규 카테고리의 초기 시장 선점으로 차별화된 성장 지속될 전망

아모레퍼시픽 (090430):

국내 채널 경쟁력 약화에 대한 불확실성이 상존하지만 브랜드를 구축하는 동사의 핵심역량이 무너지지 않은 가운데 2018년 중국 인바운드 소비 회복에 따른 긍정적 요인이 더 클 것으로 판단함

종목 코멘트 (탐방)

연우 (115960)

- 4분기 현황: 주요 고객사인 아모레퍼시픽 (매출 비중 20% 추정) 등 내수 감소가 지속되는 가운데 수출 다변화 효과로 전년동기 수준의 매출이 예상됨. 영업이익은 지난해 4분기 낮은 기저 (성과급 등)를 바탕으로 회복될 전망이나 최근 원화강세는 수출 비중 (매출 비중 50% 이상)이 높은 동사에 부정적이므로 주시할 필요가 있겠음
- 2018년 주요 이슈 1) 상반기 이후 아모레퍼시픽 등 국내 고객사 주문 확대될 것으로 기대. 상반기 이전까지는 2) 미주, 유럽, 일본, 동남아 등 수출 다변화 3) 의약품 등 카테고리 확대로 자체적인 성장 이끌어갈 것으로 예상됨
- 결론: 주요 화장품 원부자재 기업들의 실적은 아모레퍼시픽 성과에 연동되고 있어 아모레퍼시픽의 반등 이후 주가 상승 모멘텀 재개될 전망

5. 주요 뉴스

▣ 유통

韓관광 반쪽 해제...中의 '사드 뒤풀': 중국 관광 분야 주무 부처인 국가 여유국은 28일 오전 베이징, 텐진, 허난성, 산시성 등 지역에서 회의를 열고 베이징과 산동성 소재 여행사에 한해 한국행 단체관광을 허용하기로 함. 롯데 계열사 매장과 호텔에 대해선 한국여행 상품에 포함되지 않도록 규제 (매일경제, 11/28)

김상조에 고개숙인 유통社..."단가 후려치기 없앨 것": 체인스토어협회, 백화점협회, TV홈쇼핑협회, 온라인쇼핑협회, 편의점산업협회, 면세점협회 등 6개 유통 분야 사업자단체 대표들은 29일 거래관행 개선 및 납품업체-글목상권과의 상생협력을 위한 자율 실천방안을 발표. 사업자단체들은 업계 공통으로 △납품가격 조정권 계약서 명시 △거래 수량을 기재한 서면계약서 사전 교부 △납품업체 선정 기준 등 거래 관련 정보 홈페이지 게시 △벤더의 불공정행위 균절 방안 △납품업체 대상 경영정보 요구행위 균절 등 크게 5가지의 거래관행 개선 방안을 마련. TV홈쇼핑 등에서 고질적 갑질의 원인으로 꼽히는 중간유통업자에 대한 대책도 제시하고 '판매분 매입'도 자발적으로 금지하기로 (매일경제, 11/29)

비싼 옷도 잘 팔리는 홈쇼핑...157만원 패딩 '완판': "홈쇼핑 상품 믿을 만하다" 패션 단가 6년새 두 배로, 과거 중저가 의류서 탈피. 1인 평균 구매 30만원 육박. 이탈리아 프리미엄 패딩 매진되고 259만원 베라왕 코트 등장. 홈쇼핑 패션 상품의 '고급화 현상'은 신뢰도가 높아진 영향이 큼. 고가의 패션 상품은 브랜드 신뢰도 못지않게 판매자 신뢰도가 중요. 나아가 홈쇼핑 업체들은 높아진 신뢰도를 자체상표(PB) 확장 기회로 활용하고 있음 (한국경제, 11/28)

인천터미널 백화점, 신세계가 2018년까지 운영: 인천종합터미널 건물 사용권을 놓고 다툼을 벌였던 롯데와 신세계는 "신세계가 인천종합터미널 백화점 전체를 내년 12월31일까지 운영한 이후 2019년 롯데에 모두 넘겨주기로 합의했다"고 29일 발표. 양측은 신세계가 영업을 1년 더 하는 대신, 건물 증축분과 주차 타워를 내년 말 롯데에 일괄 반납하는 데 합의. 롯데가 1년 넘게 영업을 못 하는 부분에 대해선 신세계가 손실액을 보전. 롯데도 신세계가 증축한 매장에 대한 임차권 평가를 진행해 이에 상응하는 대가를 지급할 예정 (한국경제, 11/29)

쿠쿠전자 정수기, 말레이시아 시장서 好好: 말레이시아에서 쿠쿠전자의 정수기 렌탈 계정은 지난 6월 18만건을 돌파한 데 이어 지난달 22만건을 기록. 올해 목표 20만건을 이미 초과 달성. 26일 쿠쿠전자에 따르면 말레이시아 고객들의 정수기 렌탈 계정이 꾸준히 증가하면서 말레이시아 법인은 올해 3분기 말 영업손익이 흑자로. 쿠쿠전자에 따르면 중국판 블랙프라이데이로 불리는 '광군제'(11월 11일) 당일 쿠쿠전자가 달성한 중국 내 온라인 매출액은 지난해 같은 기간 대비 73.6% 증가 (매일경제, 11/26)

▣ 화장품 (생활소비재)

중국 12월 1일 187개 소비재 관세 인하...식품·의약·건강보조품·레저용품: 중국 정부가 12월1일부터 일부 소비재에 대한 수입관세를 절반 이하로 크게 낮출 계획. 식품, 건강보조품, 의약, 의류, 레저용품 등이 대부분으로 평균 17.3%의 관세율이 7.7%로 떨어짐. 재정부는 "중국내 공급부족을 겪는 소비재가 주요 대상"이라며 "(이번 조치가) 중국 소비자들에게 더 많은 선택권을 주고, 중국 공급을 업그레이드하도록 이끌 것"으로 기대. 재정부가 공개한 이번 수입관세 인하 대상 목록을 보면 3~35%에 이르던 관세율이 0~17%로 하락. 입술과 눈에 사용하는 화장품(립스틱 등)은 10%에서 5%로, 손톱 등에 사용하는 화장품(매니큐어 등)의 경우 15%에서 5%로 관세율이 떨어짐. 화장용 브러시도 25%에서 8%로 크게 하락하고 치약 수입관세율도 10%에서 5%로 줄어듬 (조선비즈, 11/24)

한·중 FTA 2단계 협상 내달 개시...1조달러 '중국 서비스시장' 열린다: '한·중 해빙'으로 FTA 후속협상, 12월 문재인 대통령·시진핑 회담서 개시 선언 예정. 일부 외 전면개방 '네거티브 방식' 중국에 제안. 한류 콘텐츠·IT 서비스·헬스케어 등 '수혜', 서비스 규제가 풀리면 제조업체들도 수혜가 예상됨 (한국경제, 11/29)

블랙프라이데이 직구족 주문 급증: 국내 최대 해외 배송 대행서비스업체인 몰테일은 올해 블랙프라이데이 기간(24~25일) 주문량이 4만6000건으로 집계됐다고 26일 발표. 지난해(3만5000건)보다 31% 증가한 수치. 국내 직구족이 가장 많이 구입한 품목은 다이슨 청소기 등 전자제품으로 전체 구매대행 물량의 33%를 차지. 해외 직구족이 가장 많이 이용한 사이트는 아마존(29%) (매일경제, 11/26)

최저가 보상제가 사라진다: 티몬, 대형마트·할인점 이어 폐지. 온라인몰 간 가격 차이 미미. 과다 마케팅 출혈경쟁 악순환. 유통가 마케팅 기법으로 주목받았던 '최저가 보상제'가 구시대의 유물이 되어가고 있음. 대형 마트와 할인점 등이 하나 둘 폐지하더니 최근에는 티몬도 최저가 보상제를 폐지한 것. 현재 유통·이커머스 업체 중에서 최저가 보상제를 운영하는 회사는 극소수에 불과. 각 업체가 실시간으로 가격을 비슷하게 맞추다 보니 가격 메리트가 사라지면서 오히려 다른 서비스 차별화에 역점을 두게 되는 역설적인 현상이 발생하고 있음 (서울경제, 11/30)

쇼핑할 땐 내려려 뒤... '언택트(untract)'가 대세: 1인 가구 증가와 맞물려 '나홀로' 쇼핑족이 급증하면서 유통가에도 '언택트(untract)' 마케팅이 뜻물. 키오스크, 드론, VR(가상현실) 쇼핑, 챗봇 등 첨단기술을 활용해 소비 활동에 사람과의 접촉을 없애는 기술을 뜻함. 언택트 마케팅에 가장 적극적으로 나서는 곳은 아무래도 유동 고객이 많은 백화점과 쇼핑몰. 롯데백화점은 지난 4월 서울 소공동 본점에 쇼핑 도우미 로봇인 '엘봇'을 업계 최초로 도입. 현대백화점도 이르면 올 연말, 늦어도 내년 초 한층 더 진화된 AI 로봇을 도입한다는 계획. 신세계는 지난 9월 로봇 '나오'를 시범 운영하다가 10월부터 스타필드 고양 완구전문 매장 '토이킹덤'에 휴머노이드 로봇 '페퍼'를 공개 (서울경제, 11/26)

유통업계 무너지는 경계 화장품 늘리는 편의점...고추장 파는 H&B: 편의점 GS25에서 요즘 잘 나가는 제품 중 하나는 화장품 올 10월까지 화장품 매출은 지난해 같은 기간 대비 25% 이상 증가. GS25에서 판매 중인 화장품 브랜드만 해도 아이소이, 온더바디, 아모레퍼시픽 등 30개가 넘음 올리브영 등 H&B 스토어는 건강식품을 필두로 김, 고추장 등 식품 비중을 높인 특화매장을 선보이고 있음 (서울경제, 11/28)

최저임금 인상에 무인점포 속도 내는 편의점... CU, '셀프 결제 앱' 개발: 편의점 CU는 업계 최초로 고객 모바일 결제 애플리케이션 'CU Buy-Self(CU 바이셀프)'를 개발했다고 27일 밝힘. 'CU 바이셀프'는 손님이 스마트폰으로 상품 스캔부터 결제까지 모든 과정을 스스로 해결할 수 있는 스마트 쇼핑 어플리케이션. 이마트24는 무인편의점 선두주자로 이미 지난 6월부터 전주 교대점, 서울조선호텔점을 24시간 완전 무인 편의점으로 잇따라 개설 (서울경제, 11/27)

명품의 세대교체... 2030 '밀레니얼'이 주도했다. 온라인에 사로잡혔던 명품들: "젊은층 공략에 필수" 팔 걷어: 괴짜 신발·가방 승승장구, 틀에 박힌 브랜드는 거부. 디자인 화사하게 바뀐 구찌, '양발 신발' 빌렌시아가 인기. 미국 컨설팅업체 베인앤드컴퍼니가 최근 발표한 '2017 명품시장 분석보고서'에 따르면 올해 세계 명품시장은 색다르고 화려한 제품을 찾는 '밀레니얼 세대'가 주도. 이들이 온라인과 모바일에서 명품을 대거 구입하면서 명품시장은 지난해보다 5.2% 성장한 2620억달러(약 285조6000억원) 규모로 커졌음. 베인앤드컴퍼니는 2025년까지 명품업체들의 온라인 매출 비중이 25%까지 늘어날 것으로 전망 (한국경제, 11/30)

정운산 아모레퍼시픽 법인장 "印尼 이니스프리 1호점 5일새 매출 1억": 올해 이니스프리 1호점을 낸 지 5일 만에 매출액 1억원을 올렸을 정도로 아모레퍼시픽 화장품이 인기. 올 3월 자카르타 복합쇼핑몰 센트럴 파크 몰에 이니스프리 1호점을 열었고, 4월에는 유명 쇼핑몰인 스나얀시티몰에 2호점을 마련. 인도네시아에서도 역시 K뷰티 대명사인 쿠션의 인기. 설화수는 쿠션 판매 비중이 전체 매출의 20%를, 라네즈는 28%를 차지. 클렌징 제품에 대한 니즈도 높음 (매일경제, 11/27)

6. 주요종목 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (원)	시가총액 (십억원)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	롯데쇼핑	A023530	210,000	5,906	N/A	19.5	0.4	0.4	(0.7)	2.2
	현대백화점	A069960	101,500	2,375	8.2	8.3	0.6	0.5	7.5	7.0
	신세계	A004170	284,500	2,801	14.4	13.0	0.8	0.8	5.9	6.2
	CJ오쇼핑	A035760	231,000	1,436	11.7	10.5	1.8	1.5	16.8	16.3
	GS홈쇼핑	A028150	217,000	1,424	13.7	11.9	1.3	1.2	10.3	11.1
	현대홈쇼핑	A057050	130,000	1,560	12.1	10.9	1.0	0.9	8.5	8.8
	엔에스쇼핑	A138250	15,900	536	9.6	8.9	1.2	1.1	15.4	14.6
	이마트	A139480	266,000	7,415	12.0	15.4	0.9	0.9	7.8	5.7
	GS리테일	A007070	40,700	3,134	22.7	19.3	1.5	1.5	6.9	7.9
	BGF리테일	A027410	79,100	3,919	18.4	18.0	3.6	3.1	21.2	18.0
	롯데하이마트	A071840	73,700	1,740	10.9	10.0	0.9	0.8	8.1	8.3
	호텔신라	A008770	87,600	3,438	116.7	32.8	4.9	4.3	4.5	15.0
화장품	아모레퍼시픽	A090430	312,500	18,268	48.2	36.0	5.1	4.6	11.1	13.7
	아모레G	A002790	149,000	12,286	58.4	39.7	4.1	3.8	7.7	10.5
	LG생활건강	A051900	1,209,000	18,882	32.5	28.8	6.6	5.5	23.6	22.5
	코스맥스	A192820	122,000	1,226	56.8	29.2	5.5	4.8	10.1	17.8
	한국콜마	A161890	86,900	1,834	33.4	26.7	5.7	4.8	18.7	19.7
	코스메카코리아	A241710	64,000	342	28.5	20.7	3.0	2.6	10.9	13.7
	연우	A115960	32,850	407	34.5	22.6	2.1	2.0	6.4	9.0
	대봉엘에스	A078140	10,250	114	14.9	12.8	1.6	1.4	12.0	12.2
	제이준코스메틱	A025620	7,580	508	14.7	9.6	4.2	2.9	31.6	36.4
	클리오	A237880	38,500	653	62.6	34.1	5.0	4.7	7.8	12.9
	에이블씨엔씨	A078520	22,400	378	23.6	26.7	2.6	2.4	6.9	9.9
	네오팜	A092730	38,300	286	25.9	19.6	5.8	4.8	26.0	28.5
생활소비재	코웨이	A021240	100,500	7,519	21.7	20.1	6.1	5.3	29.3	29.9
	쿠쿠전자	A192400	165,000	1,618	22.0	18.1	2.2	2.0	12.5	13.8
	뉴트리바이오텍	A222040	21,450	442	54.0	23.2	4.9	4.0	9.6	19.5
	콜마비앤에이치	A200130	32,650	965	20.0	20.0	5.7	4.5	32.9	25.3

자료: Quantwise, 메리츠종금증권 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	97	290,446	21.9	20.7	3.8	3.8	16.6	17.9
	이베이	EBAY US	35	36,215	17.3	15.5	3.5	3.1	19.4	18.4
	세븐 & 아이홀딩스	3382 JP	4,617	36,338	21.7	18.6	1.7	1.6	7.9	8.6
	노드스트롬	JWN US	45	7,571	15.5	15.6	8.6	8.5	57.1	56.8
화장품	로레알	OR FP	186	124,066	27.7	26.2	4.1	3.8	14.7	14.5
	에스티로더	EL US	125	45,967	29.9	27.0	9.4	8.4	33.4	35.4
	시세이도	4911 JP	5,452	19,363	240.9	42.8	5.5	5.0	1.7	12.6
	상해자화	600315 CH	37	3,724	63.2	45.3	4.4	4.1	7.3	9.3
생활소비재	LVMH	MC FP	245	147,735	25.0	22.6	4.2	3.9	17.7	17.9
	나이키	NKE US	60	98,576	26.0	22.8	8.2	7.8	31.4	34.0
	패스트리테일링	9983 JP	43,660	41,118	35.9	31.8	5.4	4.8	16.1	16.3
	조지루시	7965 JP	1,034	667	13.6	12.7	1.2	1.1	8.4	8.3

자료: Bloomberg, 메리츠종금증권 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	(0.7)	(5.6)	(8.8)	(22.5)	4.1	0.3	2.0	(2.5)	(13.8)	(28.0)	(20.7)	(21.9)
	현대백화점	8.3	12.4	6.5	(14.4)	(7.7)	(6.9)	11.0	15.6	1.5	(19.9)	(32.5)	(29.0)
	신세계	8.0	28.2	51.7	15.4	56.3	61.7	10.7	31.3	46.7	9.8	31.5	39.5
	CJ오쇼핑	12.0	18.9	9.3	18.1	43.4	41.8	14.7	22.1	4.3	12.5	18.6	19.7
	GS홈쇼핑	(3.6)	2.2	(0.2)	(1.3)	23.3	26.2	(0.9)	5.3	(5.2)	(6.9)	(1.5)	4.0
	현대홈쇼핑	5.7	7.0	(5.5)	(5.8)	22.1	16.6	8.4	10.2	(10.4)	(11.4)	(2.7)	(5.6)
	엔에스쇼핑	1.6	7.1	(2.8)	(11.7)	3.3	3.6	4.3	10.2	(7.7)	(17.3)	(21.5)	(18.6)
	이마트	1.5	19.0	19.6	9.0	37.5	45.4	4.2	22.2	14.6	3.4	12.7	23.2
	GS리테일	10.9	21.9	5.9	(26.1)	(14.3)	(14.5)	13.6	25.0	0.9	(31.7)	(39.1)	(36.7)
	BGF리테일	0.0	0.0	(9.7)	(39.6)	(13.7)	(3.3)	2.7	3.2	(14.7)	(45.2)	(38.4)	(25.5)
호텔신라	롯데하이마트	2.2	3.2	7.0	8.4	59.9	74.6	4.9	6.4	2.0	2.8	35.1	52.5
	호텔신라	2.7	15.4	44.1	44.1	75.2	81.9	5.4	18.6	39.1	38.5	50.4	59.8
화장품	아모레퍼시픽	1.8	1.6	8.1	(7.4)	(2.0)	(2.8)	4.5	4.8	3.1	(13.0)	(26.8)	(25.0)
	아모레G	1.4	3.5	11.6	0.0	16.9	12.0	4.1	6.6	6.6	(5.6)	(7.9)	(10.1)
	LG생활건강	3.4	4.1	26.9	21.5	51.1	41.1	6.1	7.3	21.9	15.9	26.4	18.9
	코스맥스	(0.8)	(11.9)	3.4	(3.2)	17.3	2.1	1.9	(8.7)	(1.6)	(8.8)	(7.5)	(20.1)
	한국콜마	9.0	4.8	28.0	3.7	34.5	32.1	11.7	8.0	23.0	(1.9)	9.7	9.9
	코스메카코리아	3.2	1.6	3.9	(13.9)	19.9	14.3	5.9	4.8	(1.1)	(19.4)	(4.9)	(7.9)
	연우	3.3	0.9	25.9	(2.4)	(7.3)	(14.8)	6.0	4.1	20.9	(8.0)	(32.1)	(36.9)
	대봉엘에스	(0.5)	7.9	1.0	(22.1)	(10.9)	(13.5)	2.2	11.1	(4.0)	(27.6)	(35.7)	(35.7)
	제이준코스메틱	0.0	14.0	9.4	2.0	75.9	20.3	2.7	17.2	4.4	(3.6)	51.1	(1.8)
	클리오	6.8	18.3	16.0	(0.8)	22.0	25.8	9.5	21.5	11.0	(6.4)	(2.8)	3.7
생활소비재	에이블씨엔씨	12.6	14.6	9.2	(11.2)	26.6	12.6	15.3	17.8	4.2	(16.8)	1.8	(9.5)
	네오팜	1.3	9.3	25.2	19.7	42.9	46.7	4.0	12.4	20.2	14.1	18.1	24.6
	코웨이	(0.5)	4.2	4.5	(0.5)	17.7	13.8	2.2	7.3	(0.5)	(6.1)	(7.1)	(8.3)
	쿠쿠전자	0.0	8.9	24.5	8.6	26.0	27.9	2.7	12.1	19.5	3.0	1.2	5.8
생활소비재	뉴트리비아오텍	7.0	(2.5)	4.1	(3.4)	(20.0)	(30.2)	9.7	0.7	(0.9)	(9.0)	(44.7)	(52.4)
	콜마비앤에이치	4.3	(2.5)	18.7	43.8	102.8	76.0	7.0	0.6	13.7	38.3	78.0	53.9

자료: Quantewise, 메리츠종금증권 리서치센터

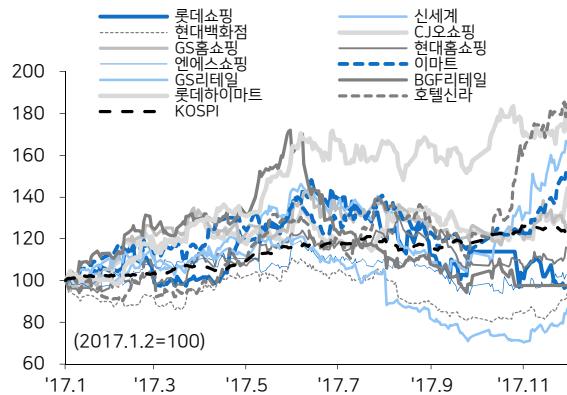
9. 해외 주요 업체 기간별 수익률

업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	월마트	0.9	10.6	24.1	21.8	37.6	40.7	(1.1)	7.9	17.2	12.9	16.7	22.4
	이베이	(3.5)	(7.6)	(4.6)	(0.3)	26.6	16.8	(5.5)	(10.3)	(11.5)	(9.3)	5.7	(1.5)
	세븐 & 아이홀딩스	3.0	0.8	6.2	(2.5)	3.8	3.7	1.8	(0.9)	(9.7)	(17.4)	(19.4)	(15.7)
	노드스트롬	10.4	13.8	(2.1)	6.0	(18.9)	(5.2)	8.5	11.2	(9.0)	(3.0)	(39.7)	(23.4)
화장품	로레알	(0.5)	(4.0)	4.4	(2.7)	17.2	7.2	(0.4)	(1.5)	(0.5)	(3.7)	(0.7)	(3.3)
	에스티로더	(0.8)	2.2	15.7	32.0	64.4	63.2	(2.7)	(0.4)	8.8	23.1	43.6	44.9
	시세이도	3.0	16.7	18.7	43.2	86.9	84.3	1.9	15.0	2.8	28.3	63.6	64.9
	상해자화	(1.9)	(0.7)	19.9	30.0	30.5	34.8	(0.9)	1.6	21.4	23.1	29.1	27.9
생활소비재	LVMH	(1.7)	(4.2)	10.3	6.8	43.4	34.8	(1.6)	(1.6)	5.4	5.8	25.6	24.3
	나이키	2.3	9.7	13.2	15.5	19.3	18.9	0.3	7.1	6.3	6.6	(1.5)	0.6
	패스트리테일링	7.2	16.1	38.1	17.8	7.9	4.4	6.0	14.3	22.2	2.9	(15.3)	(15.0)
	조지루시	(0.2)	1.1	(3.8)	(20.3)	(29.0)	(34.1)	(1.4)	(0.7)	(19.7)	(35.2)	(52.3)	(53.5)

자료: Bloomberg, 메리츠종금증권 리서치센터

10. 주가 추이

유통



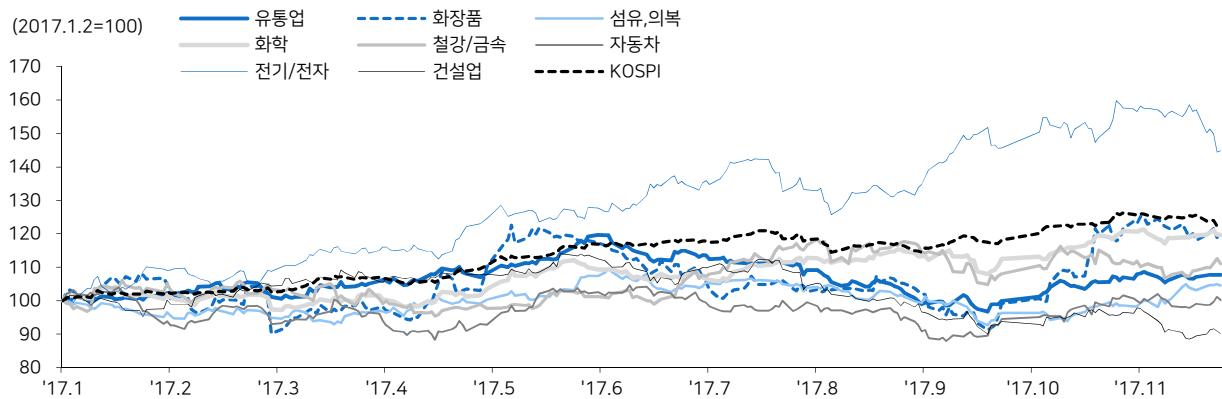
화장품 (생활소비재)



자료: Quantwise, 메리츠증권 리서치센터

자료: Quantwise, 메리츠증권 리서치센터

11. 업종별 지수 추이



자료: Quantwise, 메리츠증권 리서치센터

12. 소비 주요지표

Monthly	'16.10	'16.11	'16.12	'17.1	'17.2	'17.3	'17.4	'17.5	'17.6	'17.7	'17.8	'17.9	'17.10	'17.11
소비지출전망 CSI	107	106	103	104	104	104	106	106	109	108	109	107	108	109
가계수입전망 CSI	101	98	98	98	97	98	99	102	103	103	103	103	104	104
소비심리지수	101.9	95.8	94.2	93.3	94.4	96.7	101.2	108.0	111.1	111.2	109.9	107.7	109.2	112.3
소비자물가지수(% YoY)	1.5	1.5	1.3	2.0	1.9	2.2	1.9	2.0	1.9	2.2	2.6	2.1	1.8	1.3
가계대출 증감률(% YoY)	11.4	11.5	10.8	10.4	10.4	10.0	9.8	9.7	9.5	9.5	9.1	8.8	8.6	
주택담보대출 증감률(% YoY)	12.6	12.4	11.7	11.2	11.1	10.6	10.2	10.0	9.8	9.4	8.7	8.3	7.8	
WTI (\$/B)	46.9	49.4	53.7	52.8	54.0	50.6	49.3	48.3	46.0	50.2	47.2	51.7	54.4	57.4
KOSPI(pt)	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	2,402.7	2,363.2	2,394.5	2,523.4	2,476.4
원/달러	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	1,119.3	1,127.6	1,145.4	1,120.3	1,088.0
원/위안	168.8	169.7	173.6	168.7	164.3	162.4	165.0	164.2	168.7	166.4	171.1	172.1	168.7	164.5
기준금리 (%)	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	1.50
소매판매액 증감률 (% YoY)	4.2	4.2	3.6	7.1	2.7	4.1	4.3	2.9	2.6	4.6	3.0	9.3	1.5	
내구재	1.9	1.7	-1.1	2.4	9.4	2.1	5.8	6.2	1.3	11.1	6.1	20.2	-2.5	
승용차	-1.8	2.3	-6.3	3.5	11.4	-0.2	-0.9	-2.4	-6.8	11.2	14.9	22.7	-10.9	
가전제품	5.2	-1.6	2.5	0.1	4.7	8.0	18.3	29.2	15.4	13.4	-5.3	10.5	9.3	
통신기기 및 컴퓨터	2.6	0.9	1.5	0.3	2.3	-1.0	8.1	2.8	1.8	7.8	-2.6	27.4	3.0	
가구	12.5	10.0	11.1	5.1	16.1	6.0	2.2	1.6	4.6	4.5	0.0	1.6	-16.9	
준내구재	3.6	1.9	1.2	0.3	0.3	-1.4	0.4	-4.0	-1.0	-1.6	-0.5	3.5	-3.1	
의복	3.4	1.2	1.2	-1.2	-0.5	-2.5	1.1	-4.3	-1.4	-1.4	-1.5	2.8	-4.3	
신발 및 가방	6.4	-2.0	-0.3	4.0	4.3	-1.0	-4.9	-6.4	0.8	-1.9	3.5	4.2	-2.0	
오락, 취미, 경기용품	-1.0	2.4	-2.2	-1.3	-4.0	-0.9	2.5	-4.5	0.3	-3.0	1.6	5.2	2.6	
비내구재	5.8	6.8	7.6	12.3	0.6	7.9	5.5	4.5	4.8	3.8	2.8	6.9	5.9	
음식료품	8.6	7.6	9.0	17.1	-10.1	7.7	4.8	3.8	7.7	6.2	3.1	4.9	8.4	
의약품	4.6	6.5	4.8	0.5	2.1	1.1	2.8	2.2	2.1	1.7	2.5	4.4	-5.3	
화장품	14.2	15.1	17.2	11.9	16.1	5.0	-1.2	1.7	8.3	4.1	5.2	12.6	5.2	
서적, 문구	6.4	6.4	4.1	-1.9	-0.3	-1.3	-0.9	2.3	0.8	-4.0	2.7	7.6	-0.8	
차량연료	-1.1	3.0	4.2	11.3	14.5	13.6	9.7	8.7	-2.6	-0.8	-0.2	8.7	5.9	

주: WTI, KOSPI, 환율은 월말 종가기준

자료: 통계청, 한국은행, Bloomberg, 메리츠종금증권 리서치센터

Quarterly	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17	2Q17	3Q17
민간소비 증감률(% YoY)	0.8	(0.1)	1.1	1.4	(0.1)	0.8	0.6	0.2	0.4	1.0	0.7
도시근로자 소득 증감률(% YoY)	1.4	2.0	0.3	(0.5)	0.9	0.9	0.6	0.2	0.7	-2.2	0.1
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	10.4	9.5
가계대출 증감률(% YoY)	7.7	9.6	10.3	11.0	11.5	11.2	11.5	11.5	11.0	10.2	9.2
주택담보대출 증감률(% YoY)	11.3	8.1	7.8	6.6	6.0	10.4	10.6	11.2	10.5	8.7	7.4
판매신용 증감률(% YoY)	3.2	3.5	10.5	8.2	10.5	10.8	7.0	11.6	12.0	13.6	14.9

자료: 한국은행, 통계청, 메리츠종금증권 리서치센터

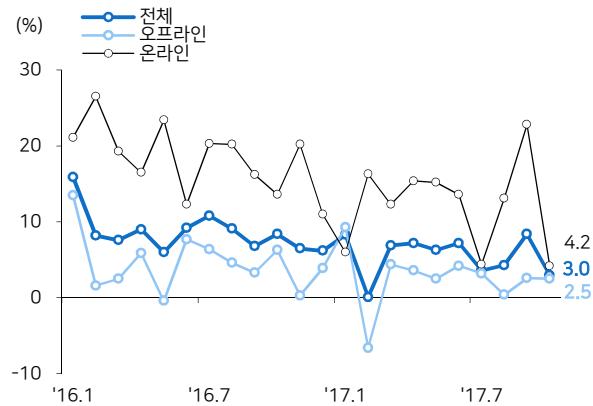
13. 중국 소매판매

(% YoY)	2016년							2017년								
	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1~2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
전체소매판매	10.6	10.2	10.6	10.7	10.0	10.8	10.9	9.5	10.9	10.7	10.7	11.0	10.4	10.1	10.3	10.0
일정규모이상	8.1	7.3	8.5	8.8	7.5	9.5	9.8	6.8	10.0	9.2	9.2	10.2	8.6	7.5	7.8	7.2
음식료	11.9	10.5	10.5	10.2	8.8	9.1	9.1	9.6	12.5	12.1	13.8	10.6	10.3	7.6	7.8	9.6
섬유의복	7.5	9.4	6.2	6.7	7.5	5.1	7.1	6.1	6.4	10.0	8.0	7.3	6.4	8.9	6.2	8.0
화장품	7.9	9.0	5.8	7.7	4.0	8.1	11.0	10.6	8.7	7.7	12.9	17.0	12.7	14.7	13.4	16.1
귀금속	1.2	-1.1	-6.3	5.0	2.5	2.7	4.8	8.2	7.2	7.5	9.6	6.3	2.6	6.4	5.3	2.5
일용품	11.7	10.4	10.0	12.5	9.5	10.7	13.9	9.2	7.1	8.0	8.7	11.2	7.1	7.0	7.8	7.4
스포츠, 레저	19.7	5.2	5.1	7.1	9.4	24.8	13.9	19.5	12.8	8.6	11.4	29.1	26.6	14.9	13.1	19.6
서적	3.3	7.4	7.7	8.7	6.6	12.8	9.5	11.5	11.1	4.8	0.1	12.3	-3.0	4.6	12.3	6.5
가전제품	12.3	11.5	7.1	8.6	7.6	14.7	9.5	5.6	12.4	10.2	13.6	13.3	13.1	8.4	6.8	5.4
중의약	10.5	7.3	13.9	12.0	11.6	11.5	9.1	9.9	12.1	12.6	14.0	13.6	13.0	11.4	14.6	11.9
사무용품	11.3	7.3	13.6	10.4	12.7	15.4	15.3	13.4	17.2	3.8	5.0	16.4	10.8	5.8	4.4	6.4
가구	13.4	13.6	11.1	8.7	11.0	8.8	9.9	11.8	13.8	13.9	13.5	14.8	12.4	11.3	15.5	10.0
통신	12.1	11.6	10.1	5.1	3.8	17.8	8.0	10.7	11.6	6.1	1.9	18.5	7.9	12.2	3.8	2.1
석유제제품	-0.5	-2.1	2.7	2.9	4.7	5.7	7.1	14	11.3	12.1	9.1	4.2	5.6	4.5	8.5	8.2
건축재	14.2	15.0	16.3	14.2	12.3	11.0	10.2	12.9	17.8	13.4	11.0	15.2	13.1	8.8	9.5	6.1
자동차	9.5	9.2	13.1	13.1	8.7	13.1	14.4	-1.0	8.6	6.8	7.0	9.8	8.1	7.9	7.9	6.9
기타	2.6	1.0	0.6	-0.3	2.6	0.0	-0.7	6.9	6.0	4.7	4.2	7.9	5.0	0.1	0.3	-3.3

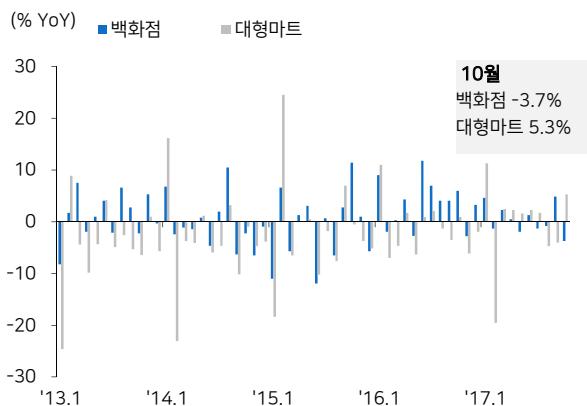
자료: 중국국가통계국, 메리츠종금증권 리서치센터

14. 유통업체 매출동향

전체 매출동향

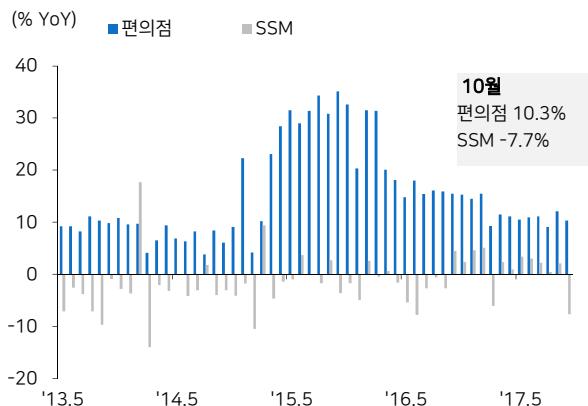


백화점 및 대형마트 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



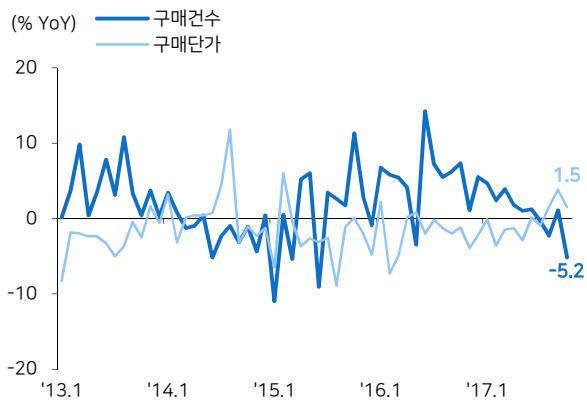
자료: 산업통상자원부, 메리츠종금증권 리서치센터

편의점 및 SSM 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



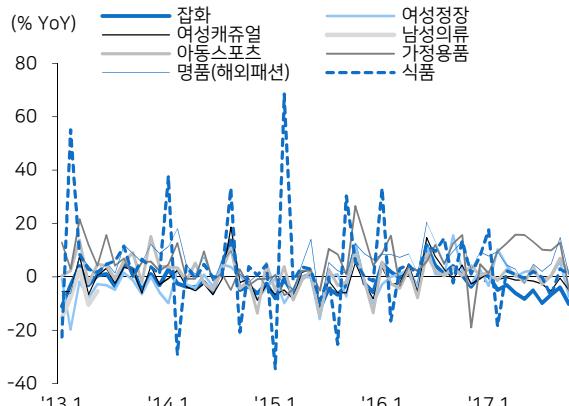
자료: 산업통상자원부, 메리츠종금증권 리서치센터

백화점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



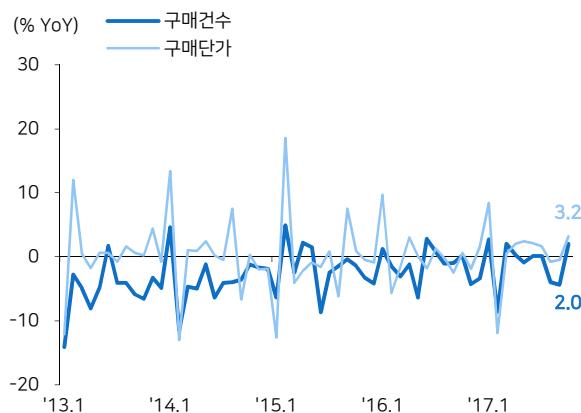
자료: 산업통상자원부, 메리츠종금증권 리서치센터

백화점 품목별 매출 성장률



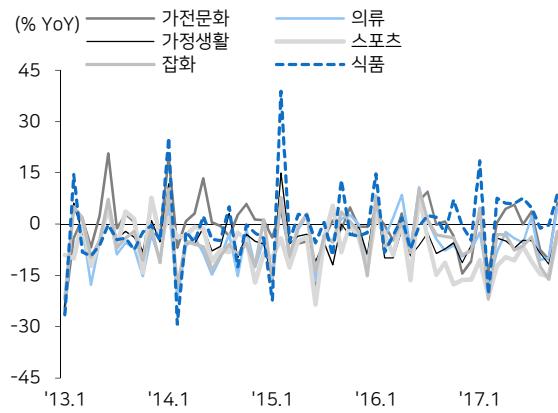
자료: 산업통상자원부, 메리츠종금증권 리서치센터

대형마트 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



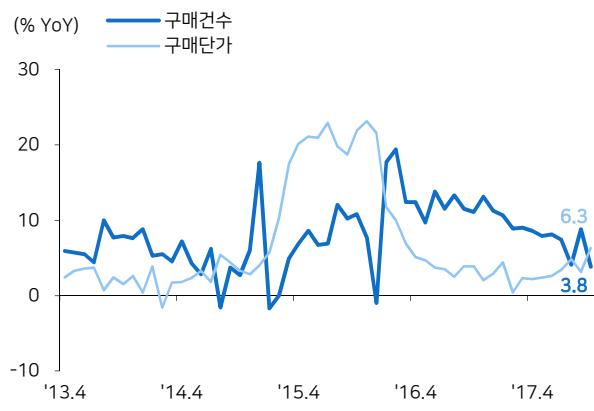
자료: 산업통상자원부, 메리츠종금증권 리서치센터

대형마트 품목별 매출 성장률



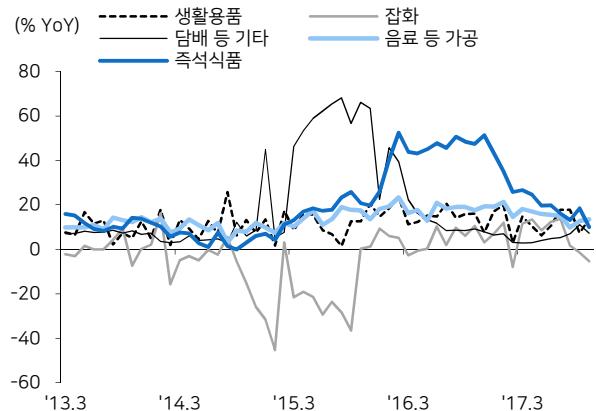
자료: 산업통상자원부, 메리츠종금증권 리서치센터

편의점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



자료: 산업통상자원부, 메리츠종금증권 리서치센터

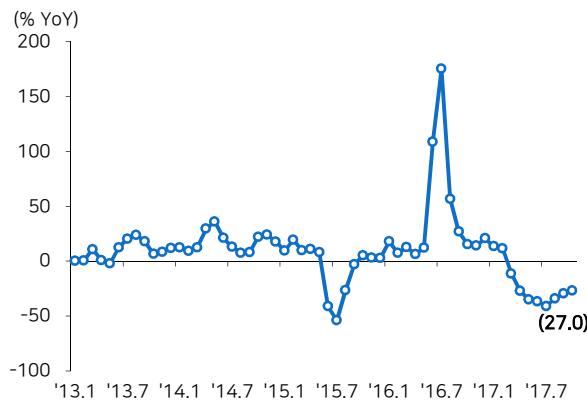
편의점 품목별 매출 성장률



자료: 산업통상자원부, 메리츠종금증권 리서치센터

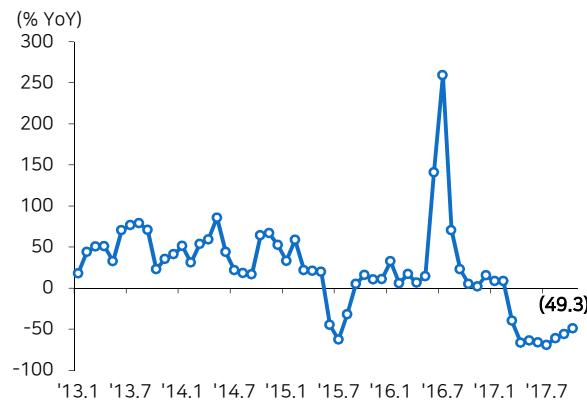
15. 중국 인바운드 동향 점검

한국에 입국하는 전체 외국인 입국자 수 증감률: 10월 -27.0%



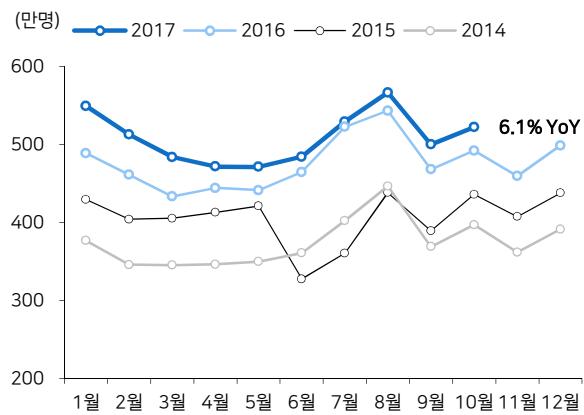
자료: 한국관광공사, 메리츠증금증권 리서치센터

한국에 입국하는 중국인 입국자 수 증감률 추이: 10월 -49.3%



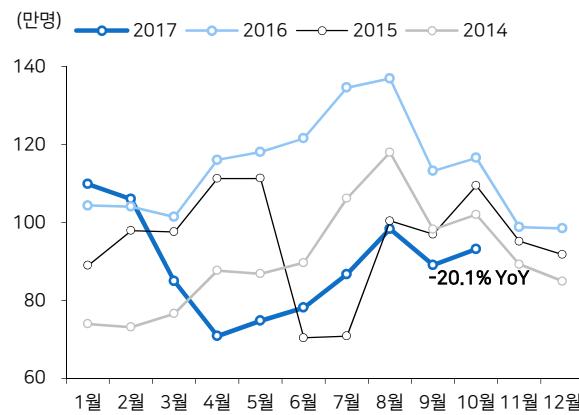
자료: 한국관광공사, 메리츠증금증권 리서치센터

인천공항 국제선 합산 여객 수송 월별 추이: 10월 +6.1% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증금증권 리서치센터

인천공항 국제선 중국 여객 수송 월별 추이: 10월 -20.1% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증금증권 리서치센터

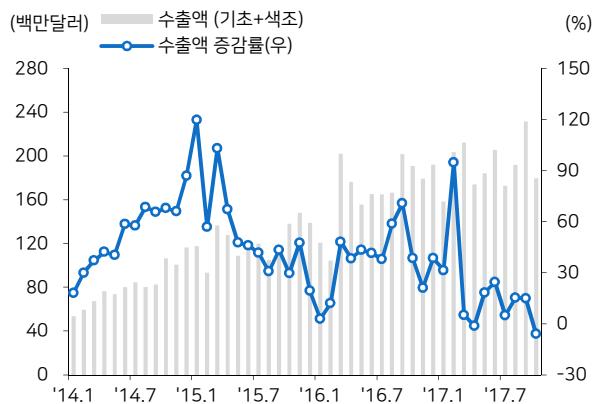
16. 면세점 동향

(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
2017년 06월	2,628	13.6	277,425	13.2	1,064	-42.2	688,568	10.2	3,693	-17.2	965,993	11.1
2017년 07월	2,636	9.2	288,843	7.8	1,060	-44.7	693,712	8.8	3,696	-14.7	982,555	8.5
2017년 08월	2,694	5.3	293,421	2.8	1,190	-37.4	885,624	29.8	3,884	-12.9	1,179,045	21.8
2017년 09월	2,631	7.4	301,056	8.6	1,270	-25.8	931,213	39.7	3,901	-6.2	1,232,269	30.6
2017년 10월	2,469	2.0	269,756	0.7	1,222	-33.8	848,835	16.4	3,691	-13.5	1,118,591	12.2
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, 메리츠종금증권 리서치센터

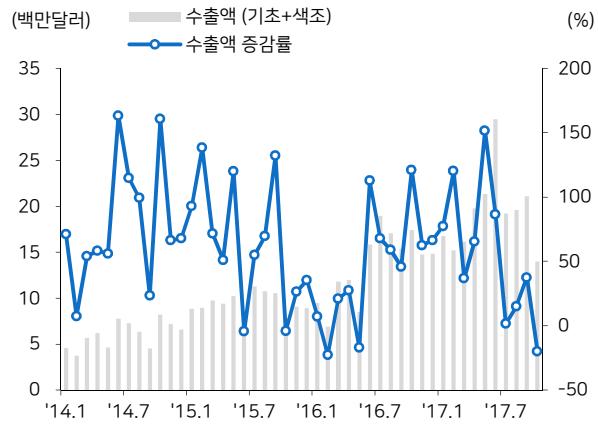
17. 화장품 수출 및 현황

화장품 전체 수출액 및 증가율 - 11월 34.2%



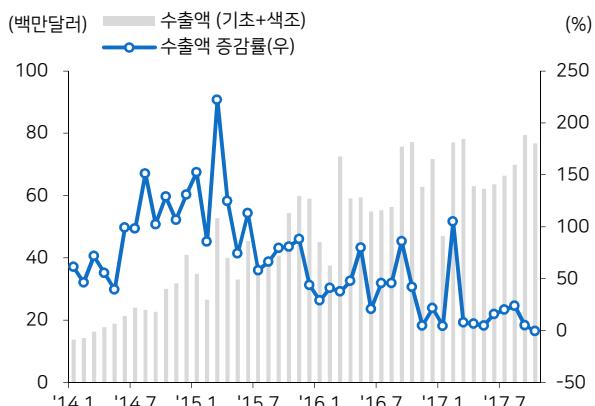
자료: KITA, 메리츠종금증권 리서치센터

화장품 미국향 수출액 및 증가율 - 11월 7.6%



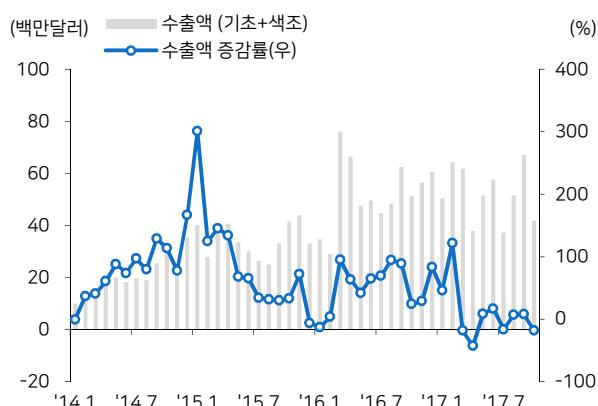
자료: KITA, 메리츠종금증권 리서치센터

화장품 중국향 수출액 및 증가율 - 11월 47.8%



자료: KITA, 메리츠종금증권 리서치센터

화장품 홍콩향 수출액 및 증가율 - 10월 -18.6%



자료: KITA, 메리츠종금증권 리서치센터

Compliance Notice

동 자료는 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 2017년 12월 4일 현재 동 자료에 언급된 종목의 유가증권(DR, CB, IPO, 시장조성 등) 발행 관련하여 지난 6개월 간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 2017년 12월 4일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다. 당사의 조사분석 담당자는 2017년 12월 4일 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 평균종가대비 추천종목의 예상 목표수익률을 의미		
추천기준일 직전 1개월간 종가대비 4등급	Buy	추천기준일 직전 1개월간 평균종가대비 +20% 이상	
	Trading Buy	추천기준일 직전 1개월간 평균종가대비 +5% 이상 ~ +20% 미만	
	Hold	추천기준일 직전 1개월간 평균종가대비 -20% 이상 ~ +5% 미만	
	Sell	추천기준일 직전 1개월간 평균종가대비 -20% 미만	
산업	시가총액기준 산업별 시장비중 대비 보유비중의 변화를 추천		
추천기준일 시장지수대비 3등급	Overweight (비중확대)		
	Neutral (중립)		
	Underweight (비중축소)		

투자의견 비율

투자의견	비율
매수	94.0%
중립	6.0%
매도	0.0%

2017년 9월 30일 기준으로 최근 1년간 금융투자상품에 대하여 공표한 최근일 투자등급의 비율