



유통 (Positive)

8월 주요 유통업체 매출 동향 - 성장률은 둔화되었으나 믹스는 개선된 백화점

▶ Analyst 이진협 jinhyeob.lee@hanwha.com 3772-7638

8월 주요 유통업체 매출 동향

대형마트 매출 증감률 +4.5% YoY(점당 매출액 +20.7% YoY)

백화점 매출 증감률 +11.9% YoY(점당 매출액 +11.9% YoY)

편의점 매출 증감률 +0.8% YoY(점포 증가율 -0.7% YoY, 점당 매출액 +1.5% YoY)

SSM 매출 증감률 +5.0% YoY(점당 매출액 +4.4% YoY)

온라인 매출 증감률 +9.3% YoY, 면세점 매출 증감률(달러 기준) +3.0% YoY

8월 Review – 명품, 가전 매출 성장 둔화되며 백화점 성장률 둔화

8월 백화점의 매출 성장률은 +10% 초반 YoY 수준으로 둔화되었다. +30% YoY 이상 성장하던 명품 성장률이 8월에는 +15.6% YoY으로 둔화되었으며, 두 자릿수 성장세를 보이던 가정용품(가전 등)의 성장률 역시 8월에는 -1.2% YoY로 소폭 역성장한 영향이 주효했다. 명품성장률 둔화는 7월 이후 주요 럭셔리 가격인상이 휴지기에 접어든 영향에 따른 일시적 둔화라고 판단된다. 4분기 중 추가 가격인상 가능성이 대두되고 있는데, 가격인상 시점 전후로 명품 성장률의 반등이 나타날 수 있겠다. 가전의 경우, 6~7월 진행된 삼성전자 감사페스티벌 이후 수요가 하향 안정화된 것으로 당분간 수요 둔화는 불가피하겠다. 반면 패션 카테고리는 6월을 저점으로 반등세를 보이고 있으며, 9월에는 높은 두 자릿수 이상의 성장을 기록 중인 것으로 파악된다. 3분기 백화점의 성장률 자체는 명품과 가전 성장률 둔화로 낮아질 수 있지만, 고마진 카테고리인 패션의 약진으로 수익성 믹스는 개선될 수 있을 것으로 예상된다.

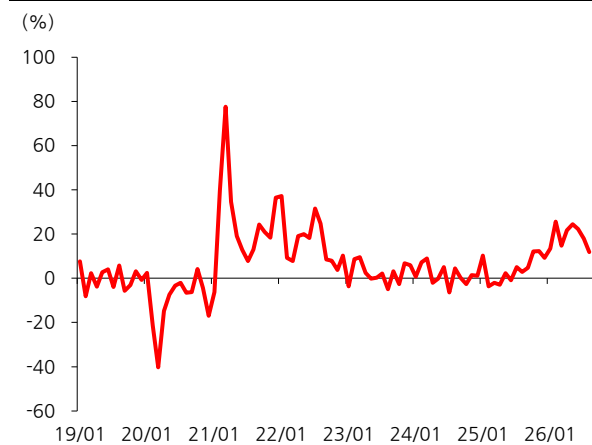
대형마트는 두 자릿수 역성장하던 산업 성장률이 8월 반등을 이뤄냈다. 지난해 소비쿠폰에 따른 기저효과와 추석 시점 차에 따른 선물세트 선수요 영향이다. 한편 점당 매출액과 산업 성장률 간의 간극은 지속되고 있다. 홈플러스의 반사이익을 경쟁사가 확보하는 흐름이 지속되는 것인데, 홈플러스가 8월 영업을 재개하며 판촉행사를 강하게 진행했음에도 경쟁 대형마트에는 큰 위협이 되지 않고 있음을 짐작케 하는 데이터이다.

편의점은 8월 점당 매출액이 +1.5% YoY로 둔화되었다. 지난해 8월 소비쿠폰 수혜에 따른 역기저 영향이다. 면세점은 달러 기준 매출액이 +3% YoY 성장했다. 주목할 점은 내국인 매출이 원화 약세 흐름에 따라 부진한 모습을 보여왔는데, 8월을 기점으로 원화 강세로 전환됨에 따라 전월대비 +19% 성장하며 반등한 것이다. 반면 외국인 매출은 +7% YoY 성장으로 밋밋했다. 향후 원화 강세 전환에 따른 면세점 매출 반등세가 본격화될 수 있을 지가 관전 포인트겠다.

9월 Preview – 전반적으로 8월과 유사할 전망

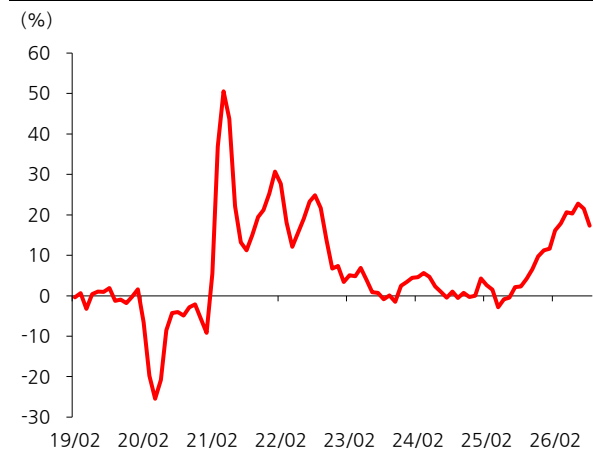
백화점과 대형마트의 9월 매출 성장률은 8월과 유사한 수준을 전망한다. 편의점은 소비쿠폰 기저 영향이 줄어들면서 +3% YoY 내외의 기존점성장률을 기록할 전망이다.

[그림1] 백화점 매출 증감률(YoY) 추이



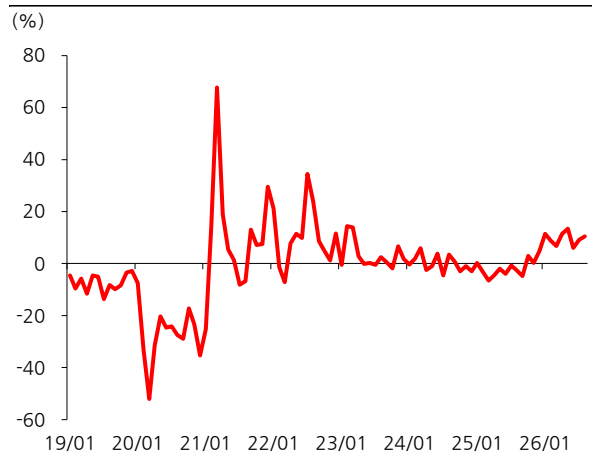
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림2] 백화점 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



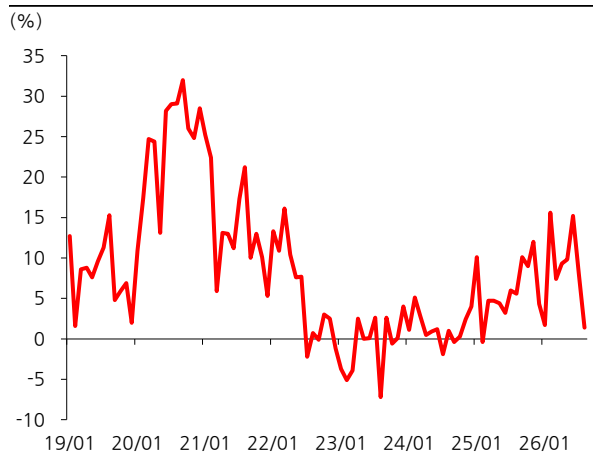
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림3] 백화점 구매건수(YoY) 추이



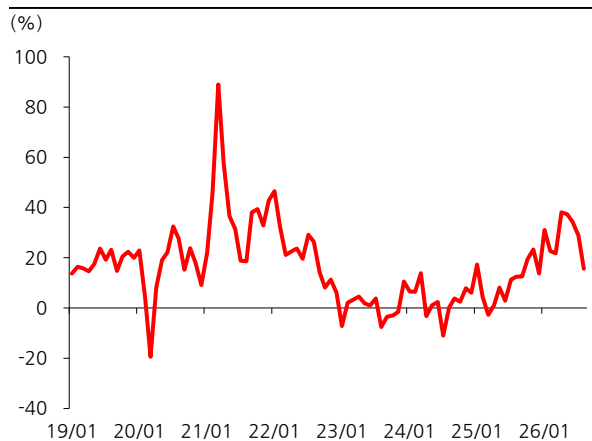
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림4] 백화점 구매단가(YoY) 추이



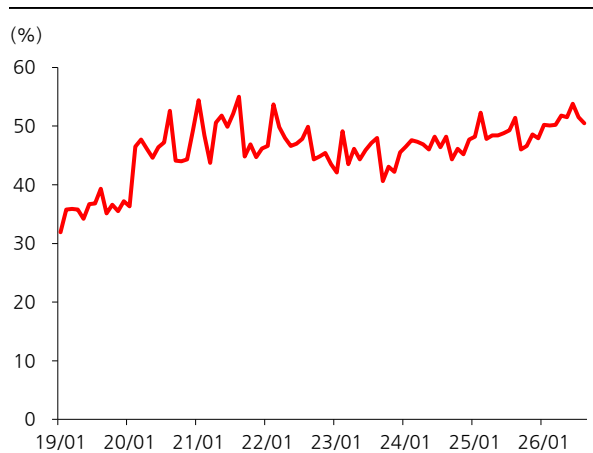
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림5] 백화점 해외브랜드(명품) 매출 증가율(YoY) 추이



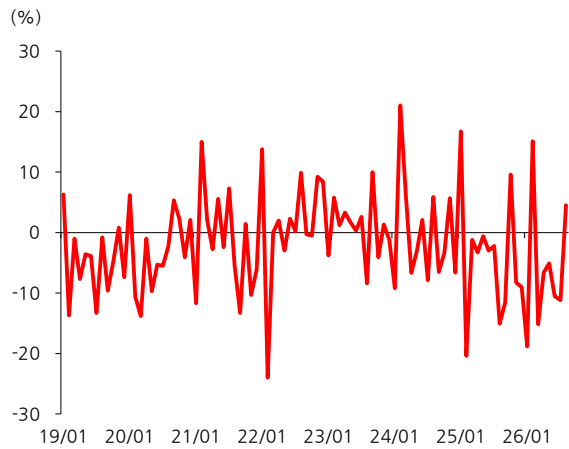
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림6] 백화점 해외브랜드(명품) + 가정용품 매출 비중 추이



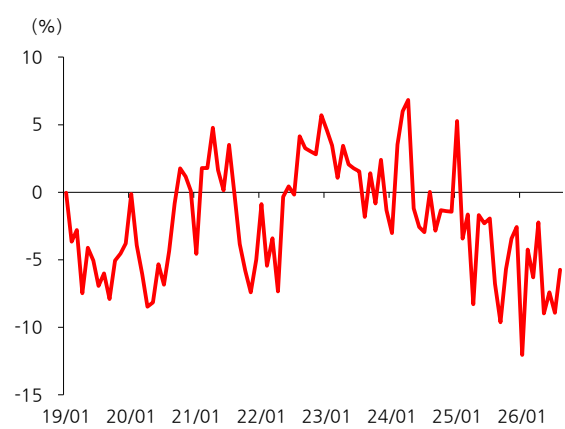
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림7] 대형마트 매출 증감률(YoY) 추이



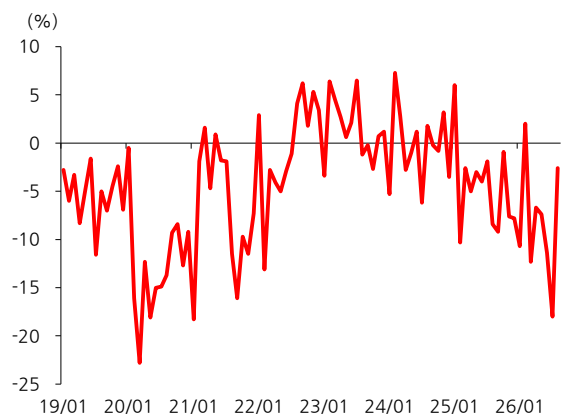
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림8] 대형마트 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



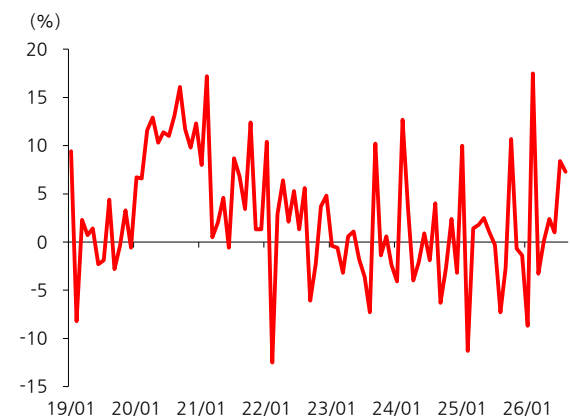
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림9] 대형마트 구매건수(YoY) 추이



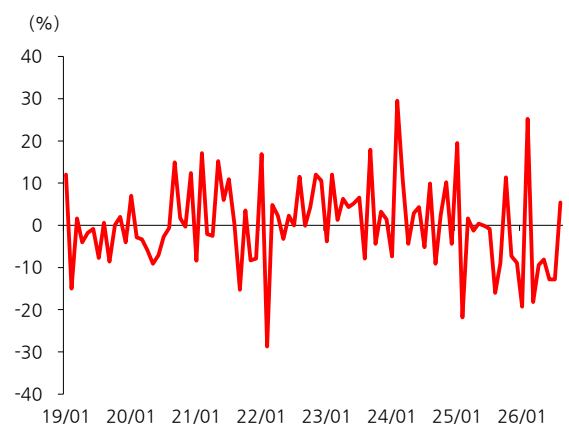
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림10] 대형마트 구매단가(YoY) 추이



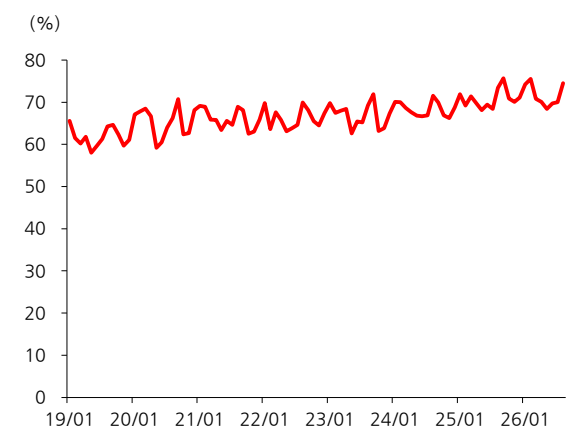
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림11] 대형마트 식품 매출 증감률(YoY) 추이



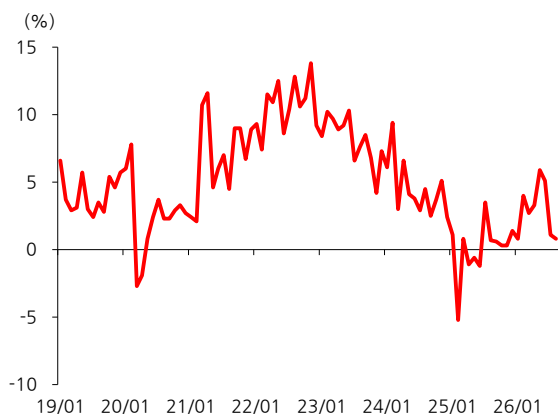
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림12] 대형마트 식품 매출 비중 추이



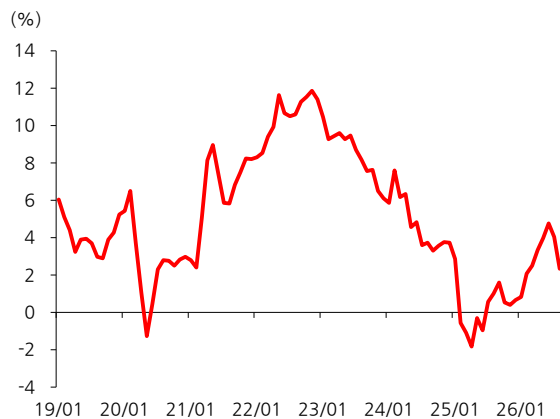
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림13] 편의점 매출 증감률(YoY) 추이



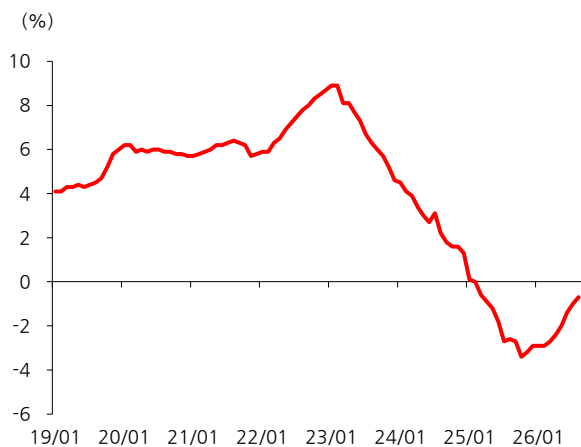
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림14] 편의점 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



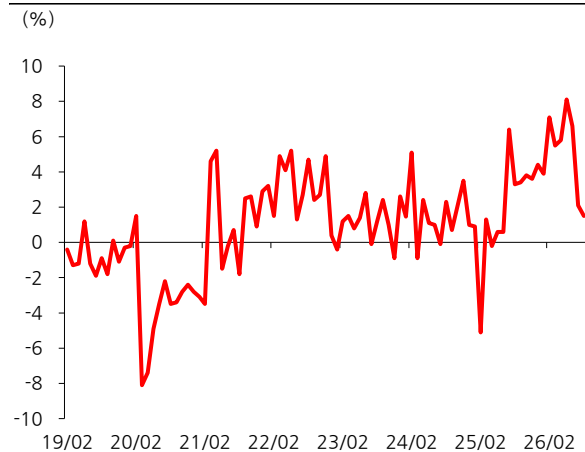
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림15] 편의점 점포 증감률 추이



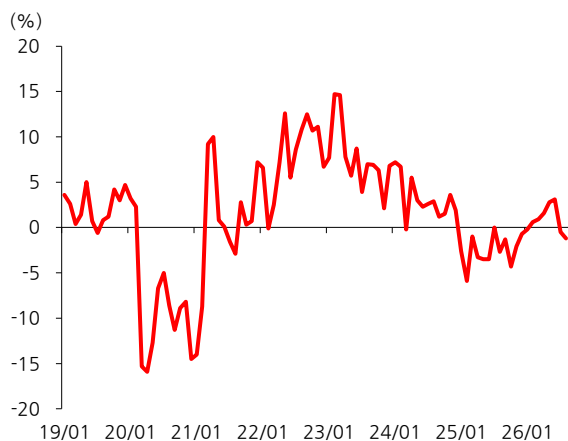
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림16] 편의점 점당 매출액 증감률 추이



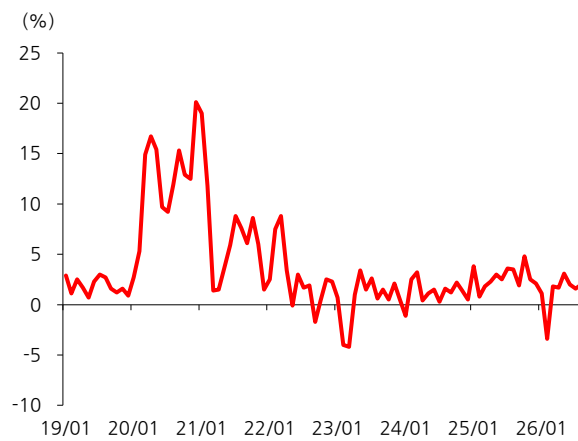
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림17] 편의점 구매건수(YoY) 추이



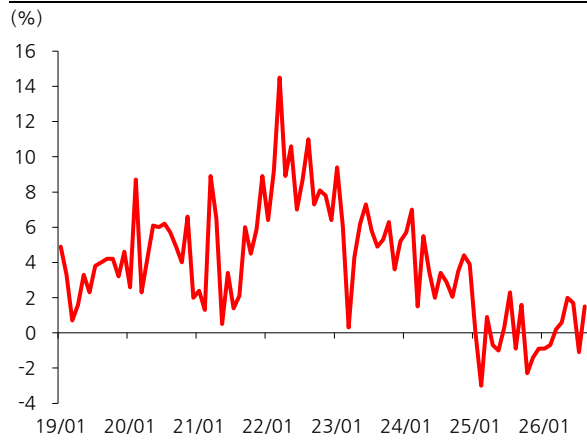
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림18] 편의점 구매단가(YoY) 추이



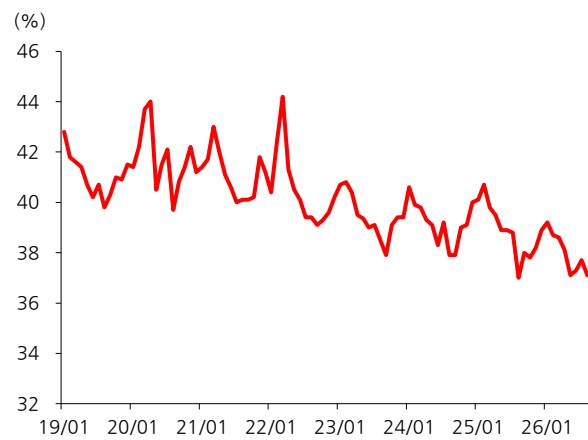
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림19] 편의점 담배 등 기타 매출 증감률(YoY) 추이



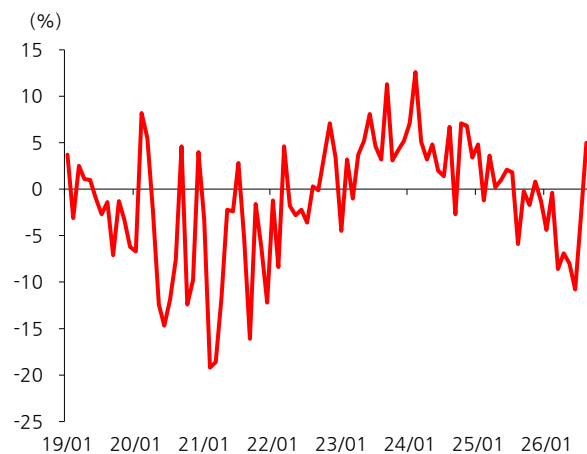
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림20] 편의점 담배 등 기타 매출 비중 추이



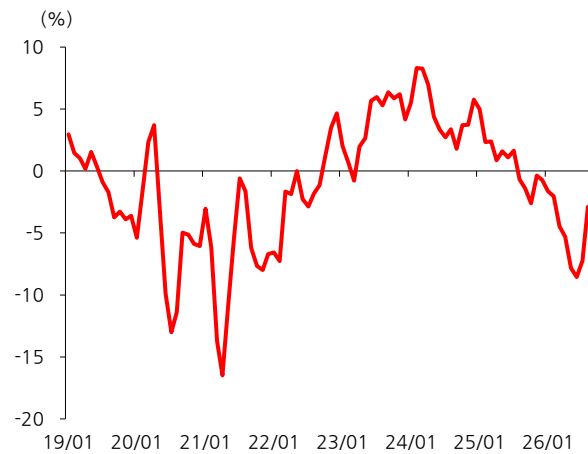
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림21] SSM 매출 증감률(YoY) 추이



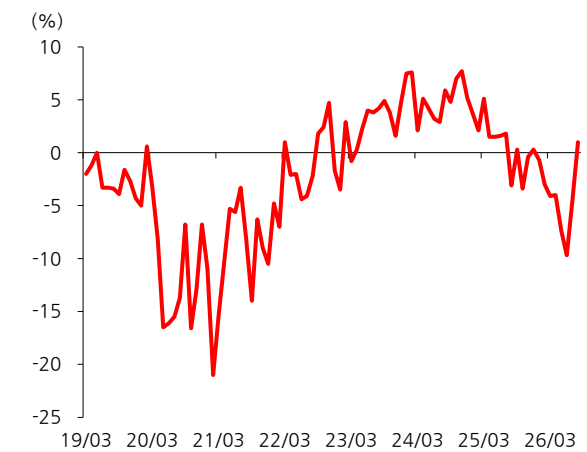
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림22] SSM 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



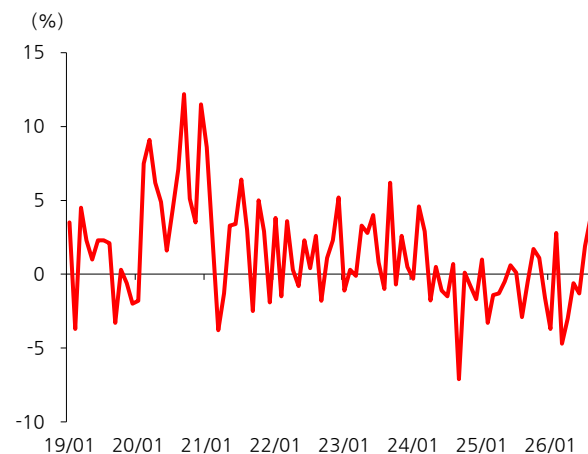
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림23] SSM 구매건수(YoY) 추이



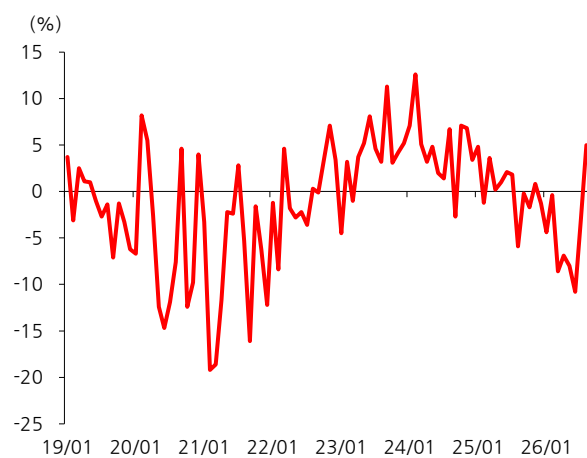
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림24] SSM 구매단가(YoY) 추이



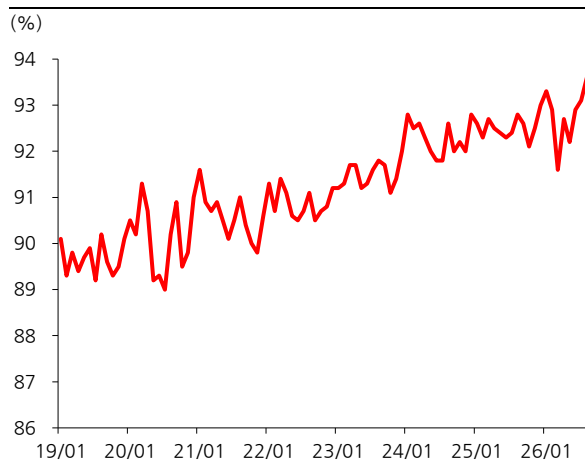
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림25] SSM 식품 매출 증감률(YoY) 추이



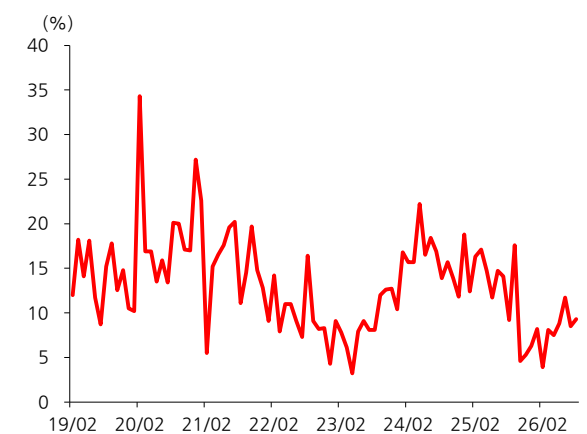
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림26] SSM 식품 매출 비중 추이



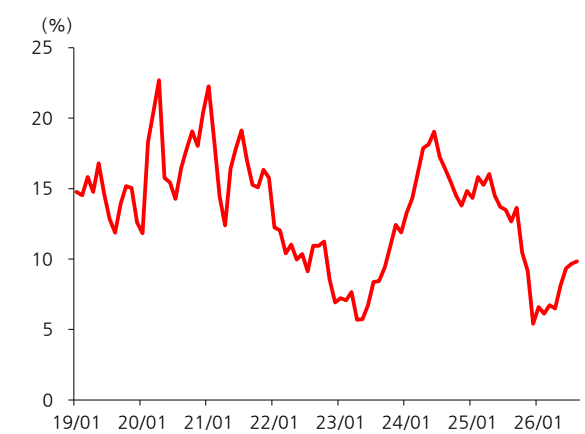
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림27] 온라인 유통 매출 증감률(YoY) 추이



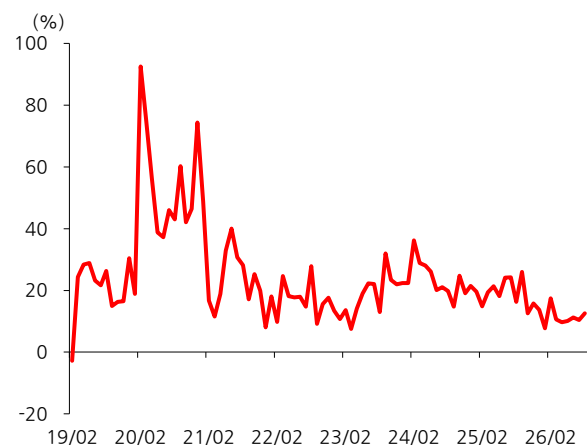
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림28] 온라인 유통 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



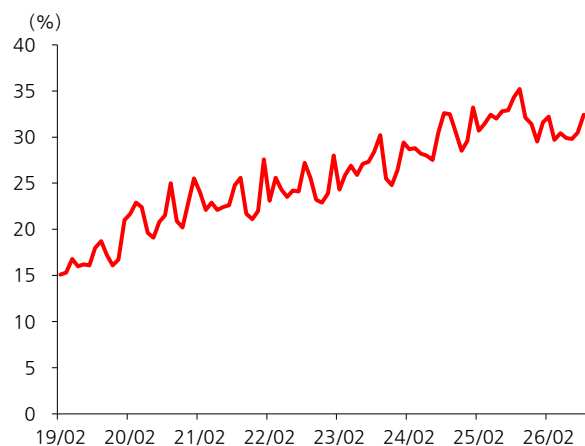
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림29] 온라인 유통 식품 매출 증감률(YoY) 추이



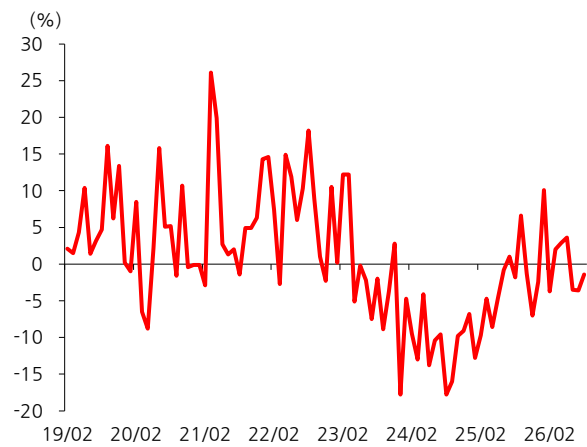
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림30] 온라인 유통 식품 매출 비중 추이



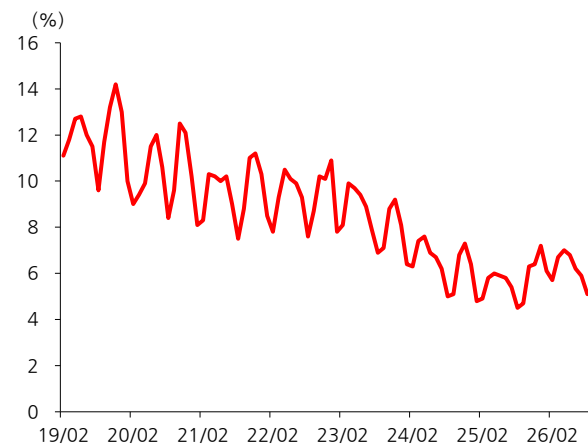
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림31] 온라인 유통 패션 매출 증감률(YoY) 추이



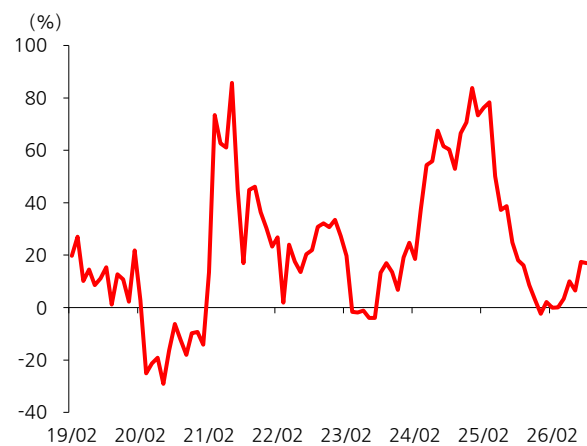
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림32] 온라인 유통 패션 매출 비중 추이



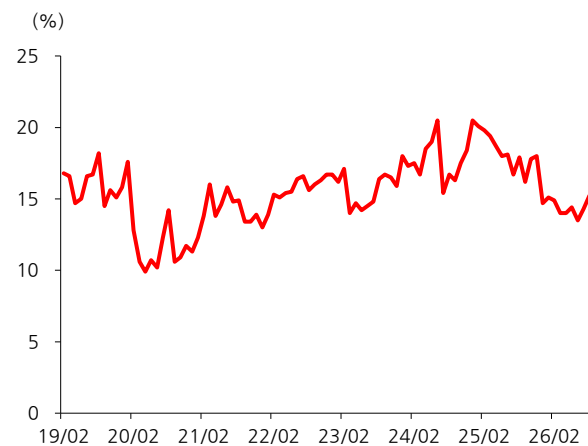
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림33] 온라인 유통 서비스/기타 매출 증감률(YoY) 추이



자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림34] 온라인 유통 서비스/기타 매출 비중 추이



자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[Compliance Notice]

(공표일: 2026년 9월 28일)

이 자료는 조사분석 담당자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성됐음을 확인합니다. 본인은 이 자료에서 다룬 종목과 관련해 공표일 현재 관련 법규상 알려야 할 재산적 이해관계가 없습니다. 본인은 이 자료를 기관투자자 또는 제 3자에게 사전에 제공한 사실이 없습니다. (이진협)

저희 회사는 공표일 현재 이 자료에서 다룬 종목의 발행주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.

이 자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위해 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로서 저작권이 당사에 있으며 불법 복제 및 배포를 금합니다. 이 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료나 정보출처로부터 얻은 것이지만, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 이 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과와 관련된 법적 책임소재에 대한 증빙으로 사용될 수 없습니다.

[종목 투자등급]

당사는 개별 종목에 대해 향후 1년간 +15% 이상의 절대수익률이 기대되는 종목에 대해 Buy(매수) 의견을 제시합니다. 또한 절대수익률 -15~+15%가 예상되는 종목에 대해 Hold(보유) 의견을, -15% 이하가 예상되는 종목에 대해 Sell(매도) 의견을 제시합니다. 밸류에이션 방법 등 절대수익률 산정은 개별 종목을 커버하는 애널리스트의 추정에 따르며, 목표주가 산정이나 투자의견 변경 주기는 종목별로 다릅니다.

[산업 투자의견]

당사는 산업에 대해 향후 1년간 해당 업종의 수익률이 과거 수익률에 비해 양호한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Positive(긍정적) 의견을 제시하고 있습니다. 또한 향후 1년간 수익률이 과거 수익률과 유사한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Neutral(중립적) 의견을, 과거 수익률보다 부진한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Negative(부정적) 의견을 제시하고 있습니다. 산업별 수익률 전망은 해당 산업 내 분석대상 종목들에 대한 담당 애널리스트의 분석과 판단에 따릅니다.

[당사 조사분석자료의 투자등급 부여 비중]

(기준일: 2026년 6월 30일)

투자등급	매수	중립	매도	합계
금융투자상품의 비중	96.3%	3.7%	0.0%	100.0%