산업통상자원부

보 도 자 료

http://www.motie.go.kr

2016년 11월 30일(수) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 11.29(화) 오전 11시 이후 보도 가능)

배포일시	'16.11.29(화)	담당부서	유통물류과
담당과장	정종영 과장(044-203-4380)	담 당 자	정홍곤 서기관(044-203-4388)

10월 주요 유통업체 매출 전년동기대비 8.4% 증가

- 오프라인 유통업체 6.3% 증가, 온라인 유통업체 13.2% 증가 -

< 매출 동향 조사 대상 >

□ **오프라인 유통업체**(13개 사)
- **백화점**(3 사): 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- **대형마트**(3개 사): 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- **편의점**(3개 사): 씨유(CU), 지에스(GS)25, 세븐일레븐&바이더웨이
- **기업형슈퍼마켓(SSM)**(4개 사): 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스(GS), 홈플러스익스프레스

□ **온라인 유통업체**(13개 사)
- **오픈마켓**(4사) : 이베이코리아(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크
- **소셜커머스**(3개 사): 쿠팡, 티몬, 위메프
- **종합쇼핑몰**(6개 사): 에스에스지(SSG:이마트, 신세계), 에이케이(AK)몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트몰

1. 전체 매출 동향

□ **10월 주요 유통업체 매출**을 조사한 결과, 전년동기대비 오프라인이 6.3%, 온라인이 13.2% 증가하는 등 **전체적으로 8.4%가 증가**

○ 7월 이후, 하향세*이던 전년동기대비 **매출 증가율이 다시 상승세로 전환**한 것은 **코리아세일페스타가 긍정적인 영향**을 미친 것으로 평가

* 전년동기대비 매출 증가율 : ('16.7) 10.8% → ('16.8) 9.1% → ('16.9) 6.8%

○ **오프라인**은 **편의점**(15.5%)과 **백화점**(6.0%)이 전년동기대비 **매출액이 큰 폭으로 증가**했고, **대형마트**(0.9%), **기업형슈퍼마켓(SSM)**(4.5%) 역시 지난달 대비 **매출증가율**(각각 △3.5%, △2.7%)이 증가세로 전환

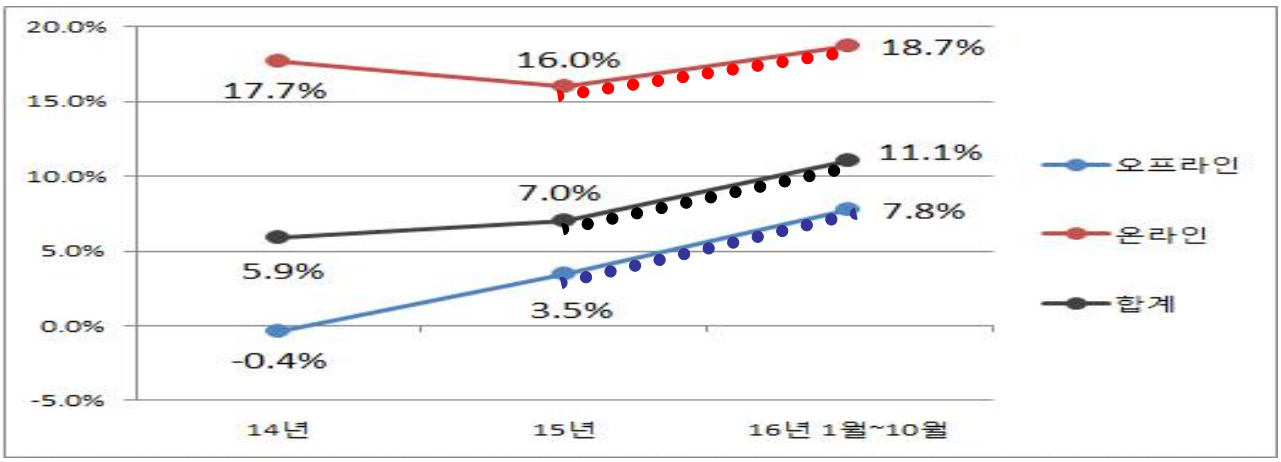
* 부문별 매출액 비중 : 백화점(40.5%), 대형마트(30.3%), 편의점(23.5%), SSM(5.6%)

○ **온라인**은 **오픈마켓**(18.6%)이 **가장 큰 폭으로 증가**했으며, 종합유통몰(14.2%), 소셜커머스(2.3%)도 전년동기대비 **매출액이 증가**

* 부문별 매출액 비중 : 오픈마켓(63.2%), 소셜커머스(24.7%), 종합유통몰(12.1%)

□ 연초부터 **10월까지의 누적 기준으로는 전년동기대비 11.1% 증가**

< 연도별 전년동기대비 매출증가율(%) 추세 >



2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ **오프라인 유통업체**는 편의점(15.5%), 백화점(6.0%), 기업형슈퍼마켓(SSM)(4.5%), 대형마트(0.9%) **모든 업종에서 매출 증가**

○ **(대형마트**, 이마트·홈플러스·롯데마트) **휴일 증가**(+1) 및 **코리아세일페스타**가 **매출 증가 요인**으로 작용하였으나, 태풍 차바와 따뜻한 날씨의 영향으로 스포츠용품 매출이 큰 폭으로 감소(△17.6%)하여 **전체 매출은 0.9% 증가**

○ **(백화점**, 롯데・현대・신세계) 코리아세일페스타로 방문객이 증가(7.3%)하는 등 가전・가구, 식품 등 모든 부문에서 매출이 증가해 **전체 매출이 전년동기대비 6.0% 증가**

○ **(편의점**, 씨유(CU)・지에스(GS)25・세븐일레븐&바이더웨이) **1인 가구가 소비의 주요 흐름**으로 자리 잡음에 따라 식품군 매출 증가(가공식품 17.6%, 즉석식품 47.4%)로 **전체 매출이 15.5% 증가**

○ **(기업형슈퍼마켓(SSM)**, 이마트에브리데이・지에스(GS)・롯데슈퍼・홈플러스익스프레스) 올해 이른 추석(9.14~9.16)으로 인한 기저효과 및 김장용 절인배추 예약으로 **식품군 매출이 크게 증가**(6.5%)하여 **전체 매출이 4.5% 증가**

온라인 유통업체

□ **(온라인 유통업체)** 오픈마켓(18.6%), 종합유통몰(14.2%), 소셜커머스(2.3%) 등 **업종 전반에 걸쳐 매출 증가**를 보이는 등 **온라인 유통업체는 지속적으로 성장**

○ **(오픈마켓)** 코리아세일페스타를 활용한 적극적 마케팅으로 **패션・의류가 전년동기대비 69.7% 증가**하는 등 **전체 18.6% 증가**

○ **(소셜커머스)** 전체 매출 비중의 23.2%를 차지하는 생활・가구 매출은 증가(20.7%) 하였으나, 아동・유아(△17.4%) 매출의 역신장으로 전년동기대비 **2.3% 소폭 증가**

○ **(종합유통몰)** 매출 비중의 31.2%를 차지하는 식품(22.9%), 패션(10.8%), 생활(7.7%) 부문의 증가로 **전년동기대비 14.2% 증가**

< 유의사항 >

◈ 오프라인 유통업체 매출 동향은 소비동향 파악을 목적으로 매월 경상 매출액을 기준으로 조사・분석한 것임

◈ 주요 온라인 유통업체 거래액 동향은 오픈마켓 4社, 소셜커머스 3社, 종합몰 6社의 거래액을 기준으로 조사・분석 했으며, 시범조사 결과를 발표한 것으로, 향후 통계청의 정식 승인을 받아 조사・발표할 예정임

◈ 통계청의 서비스업동향 및 온라인쇼핑동향과는 지표의 포괄범위, 표본 등이 서로 달라 양 기관 자료간 증감 크기나 방향 등이 상이할 수 있음

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 정홍곤 서기관(☎ 044-203-4388)에게 연락주시기 바랍니다.

붙임1 **조사대상 유통업체별 매출 상세자료**

오프라인 유통업체

1 대형마트

○ **(매출동향)** 전년대비 휴일증가(+1)로 방문객 증가(0.2%)와 구매단가가 증가(0.6%)되어 전체 매출이 전년동기대비 0.9% 증가

○ **(품목별 동향)** 전년대비 이른 추석*으로 9월 감소된 식품군 소비가 회복되어 큰 폭으로 증가(7.1%), 아웃도어 트렌드 감소로 스포츠용품 매출이 큰 폭 감소(△17.6%)

* '16년 추석 : 9.15일, '15년 추석 9.27일

< 품목별 매출비중 및 매출 증가율 >

구분 (단위 : %)	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	식품	총 계
매출비중	13.0	5.6	16.6	3.0	6.8	55.0	100
전년동기대비	△3.4	△6.2	△5.5	△17.6	△4.0	7.1	0.9

2 백화점

○ **(매출동향)** 코리아세일페스타 할인행사 확대 등으로 全부문 매출이 증가하여 전체 매출이 전년동기대비 6.0% 증가

○ **(품목별 동향)** 코리에세일페스타 할인행사 등으로 가정용품부문(가전·가구) 증가(15.6%), 외국인 방문객 증가 및 웨딩박람회진행 등으로 해외유명브랜드부분 증가(13.1%)

< 품목별 매출비중 및 매출 증가율>

구분 (단위 : %)	식품	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	총 계
매출비중	11.8	16.7	9.8	14.2	8.8	14.8	11.2	12.7	100
전년동기대비	13.5	0.7	2.7	4.4	4.6	0.5	15.6	13.1	6.0

3 편의점

○ **(매출동향)** 전년동기대비 점포수 증가(13.0%) 편의점 제품 및 서비스 다양화로 전체 매출이 15.5% 증가

< 편의점 점포수 현황 (전년동기대비) **>**

구분 (단위 : %)	'15년			'16년									
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
점포 증가율	9.4	10.7	11.6	11.9	12.1	12.5	12.7	13.0	13.3	13.3	13.0	13.1	13.0

○ **(품목별 동향)** 혼술족 증가로 맥주 판매가 증가되어 가공식품군 매출 증가(17.6%), 편도족(편의점 도시락을 즐기는 사람) 증가로 즉석식품군(도시락 등)의 매출 증가(47.4%)

< 품목별 매출비중 및 매출 증가율 >

구분 (단위: %)	식품			비 식품부문				총 계
	가공식품	즉석식품	소계	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	
매출비중	44.5	8.1	52.5	4.0	1.1	42.3	47.5	100.0
전년동기대비	17.6	47.4	21.3	16.0	10.5	9.1	9.7	15.5

4 준대규모점포(SSM)

○ **(매출동향)** 이른 추석으로 9월 감소된 식품구매가 전년 대비 빨리 회복되어 식품부문 매출이 크게 증가(6.5%)하여 전체 매출은 4.5% 증가

○ **(품목별 동향)** 이른 추석 기저효과와 김장용 절임배추 사전예약에 따른 매출 증가로 식품부문 매출 증가, 일상용품군의 화학성분 제품 소비 기피현상 및 온라인구매 증가로 매출 하락 지속

* 일상용품군 전년동기대비 매출 증가율 : ('16.5) △8.4 → ('16.6) △11.3 → ('16.7) △10.4 → ('16.8) △10.5 → ('16.9) △13.6 → ('16.10) △9.0

< 품목별 매출비중 및 매출 증가율 >

구분 (단위: %)	식품부문				비식품			총 계
	농수축산	신선제품	가공식품	소계	일상용품	생활잡화	소계	
거래비중	37.7	23.8	25.9	87.4	8.2	4.4	12.6	100
전년동기대비	9.7	6.3	2.2	6.5	△9.0	△3.8	△7.2	4.5

온라인 유통업체

1 오픈마켓

○ **(매출동향)** 오픈마켓內 입점한 백화점관의 브랜드 의류 및 디자이너 기획전 등을 통한 패션/의류(69.7%)와 가전/전자(9.8%) 매출 성장으로 **전체 매출이 전년동기대비 18.6% 증가**

○ **(품목별 동향)** 오픈마켓에 입점한 종합유통몰의 브랜드상품에 대한 기획전(할인행사) 및 통신가전 제품(신규 핸드폰 론칭 등) 중심의 적극적 마케팅 활동으로 패션/의류, 화장품, 가전/전자를 중심으로 매출액이 상승

< 품목별 거래비중 및 거래액 증가율 >

구분 (단위:%)	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총계
거래비중	27.4	2.9	17.2	4.9	3.2	3.7	8.6	15.8	16.3	100.0
전년동기대비	9.8	7.2	69.7	7.1	19.3	14.5	26.3	11.7	8.1	18.6

2 소셜커머스

○ **(매출동향)** 생활/가구 중심으로 매출이 성장(20.7%)하였으나, 전체 매출은 전년동기대비 2.3% 소폭 증가

○ **(품목별 동향)** 생활/가구 중심으로 다양한 할인 프로모션 등을 통해 매출이 증가(20.7%)하였으나, 경쟁업계인 오픈마켓, 종합유통몰의 마케팅 강화로 아동/유아(△17.4%), 패션/의류(△7.4%) 감소

< 품목별 거래비중 및 거래액 증가율 >

구분 (단위:%)	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총계
거래비중	12.2	0.2	16.1	3.6	5.8	12.7	13.4	23.2	12.8	100.0
전년동기대비	18.4	△38.8	△7.4	5.3	10.4	△17.4	4.1	20.7	△5.4	2.3

3 종합유통몰

○ **(매출동향)** 특별기획전(햇 농산물 기획전 등) PB상품 세일 행사, 백화점 가을 정기할인행사 등으로 식품, 패션/의류, 가전/전자 부문의 매출이 증가하는 등 전년동기대비 14.2% 증가

○ **(품목별 동향)** 매출 비중(31.2%)이 가장 높은 식품(22.9%) 및 가전/전자(17.8%), 패션/의류(10.8%) 부문이 증가하였고, 가을산행 및 캠핑 수요 증가로 스포츠(16.2%) 성장이 두드러짐

< 품목별 거래비중 및 거래액 증가율 >

구분 (단위:%)	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총계
거래비중	9.8	0.8	23.1	9.2	6.8	6.7	31.2	11.9	0.5	100.0
전년동기대비	17.8	7.5	10.8	16.2	6.9	1.5	22.9	7.7	51.7	14.2

붙임2 **조사대상 유통업체별 매출 추이**

□ 대형마트

○ 전년동기대비 매출증감률 추이(단위 : %)

2013년				연간	2014년				연간	2015년				연간	2016년		
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q
△8.4	△3.4	△4.3	△3.8	△5.0	△3.3	△2.9	△4.0	△3.2	△3.4	△1.5	△3.2	△0.7	△3.2	△2.1	△0.8	△1.5	△1.0

○ 전년동기대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'15.11월	△0.7	△0.1	△9.0	△3.9	△2.1	△4.2	△3.5	△3.7
12월	△0.8	△12.0	△8.9	△12.8	△15.1	△8.3	△2.5	△5.1
'16.1월	3.3	6.0	7.9	3.0	8.2	6.1	14.7	11.0
2월	△0.3	△4.1	△9.9	△2.8	△6.9	△5.9	△8.3	△7.0
3월	△4.7	1.8	△9.9	△9.0	△4.4	△6.4	△3.3	△4.6
4월	3.1	8.5	△1.5	0.5	0.4	1.3	1.8	1.7
5월	△6.4	△7.3	△9.3	△16.4	△8.3	△8.7	△7.3	△6.3
6월	6.8	10.7	△6.2	8.7	10.3	2.5	△0.6	0.9
7월	9.4	1.0	△2.6	△4.5	1.2	1.6	2.5	2.1
8월	△0.2	△4.4	△8.6	△14.8	△3.2	△5.4	2.0	△1.3
9월	0.8	△7.7	△7.3	△11.3	△3.6	△4.9	△2.6	△3.5
10월	**△3.4**	**△6.2**	**△5.5**	**△17.6**	**△4.0**	**△5.7**	**7.1**	**0.9**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감율

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'13년	11.5	8.1	18.6	3.9	4.2	46.3	53.7	100
'14년	12.0	5.9	18.2	3.5	5.3	45.0	55.0	100
'15년	12.0	5.5	18.1	3.3	6.1	45.0	55.0	100
'16.10	**13.0**	**5.6**	**16.6**	**3.0**	**6.8**	**45.0**	**55.0**	**100**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증가율 (단위 :%)	'15년		'16년									
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
구매건수	△3.3	△4.2	1.2	△1.5	△3.1	△1.2	△6.4	2.8	0.8	△1.1	△1.0	**0.2**
구매단가	△0.5	△0.9	9.7	△5.7	△1.6	3.0	0.1	△1.8	1.3	△0.2	△2.5	**0.6**

* '16.10월 1인당 구매단가 : 41,334원 (전년동월 41,077원)

□ 백화점

○ 전년동기대비 매출증감률 추이(단위 : %)

2013년				연간	2014년				연간	2015년				연간	2016년		
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q
0.0	1.0	2.4	1.0	1.1	1.1	△1.6	1.5	△3.3	△0.7	△3.9	△2.1	△1.0	1.8	△1.2	2.4	3.8	5.1

○ 전년동기대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'15.11월	△2.4	△1.2	△2.3	△5.3	△1.2	15.6	8.7	1.1	0.2	1.0
12월	△5.8	△10.1	△8.2	△14.3	△13.5	4.3	6.5	△6.4	△1.6	△5.7
'16.1월	4.9	△2.8	3.5	7.6	5.5	8.8	8.4	4.9	33.1	9.0
2월	1.9	0.0	△2.9	△9.2	△2.6	15.4	8.4	1.8	△16.6	△1.9
3월	△0.4	1.1	△2.3	△4.1	△4.2	△3.4	7.3	△0.6	3.1	0.3
4월	1.8	3.0	4.8	6.0	2.9	3.9	8.6	4.1	4.5	4.3
5월	△4.4	△3.8	△5.9	△5.9	△7.8	2.3	1.3	△3.6	0.6	△2.7
6월	11.8	12.1	14.7	5.4	8.5	5.6	20.4	11.7	12.1	11.8
7월	4.3	1.1	7.6	3.7	2.3	11.9	13.3	6.4	9.6	7.0
8월	1.2	0.7	2.8	△5.0	0.3	4.8	5.3	2.1	14.5	4.1
9월	4.0	15.5	△0.9	△2.5	3.4	12.6	9.6	5.8	△2.3	4.1
10월	**0.7**	**2.7**	**4.4**	**4.6**	**0.5**	**15.6**	**13.1**	**5.3**	**13.5**	**6.0**

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 전년동월대비 증감률, 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'13년	19.7	10.2	13.5	7.7	14.7	9.0	11.9	86.6	13.4	100
'14년	19.6	10.1	12.8	7.3	14.4	9.3	12.2	85.7	14.3	100
'15년	19.4	10.1	12.5	7.0	13.8	9.9	12.5	85.3	14.7	100
'16.10	**16.7**	**9.8**	**14.2**	**8.8**	**14.8**	**11.2**	**12.7**	**88.2**	**11.8**	**100**

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 해외유명브랜드 등은 각사 분류 기준

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증가율 (단위 :%)	'15년		'16년									
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
구매건수	2.9	△0.9	6.7	5.8	5.4	4.1	△3.5	14.2	7.2	5.5	6.2	**7.3**
구매단가	△2.0	△4.8	2.2	△7.3	△4.9	0.2	0.8	△2.0	△0.2	△1.3	△2.0	**△1.2**

* '16.10월 1인당 구매단가 : 78,624원 (전년동월 79,592원)

□ 편의점

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	'15년		'16년									
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
매출증가율	32.6	20.3	31.5	31.4	20.1	18.1	14.8	18.0	15.4	16.1	15.9	**15.5**

○ 전년동기대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'15.11월	20.5	1.2	63.4	56.3	13.6	19.7	14.3	32.6
12월	14.7	9.2	22.5	21.5	18.1	25.9	19.1	20.3
'16.1월	18.5	6.0	45.7	41.8	19.3	40.4	21.9	31.5
2월	23.5	5.1	39.4	36.3	23.3	52.4	26.7	31.4
3월	11.2	△2.6	22.3	20.7	16.3	43.9	19.6	20.1
4월	12.3	△0.7	16.2	15.4	17.7	43.2	20.8	18.1
5월	15.1	0.2	13.3	13.1	12.8	45.0	16.5	14.8
6월	14.7	10.3	11.7	11.9	20.9	47.7	24.1	18.0
7월	20.6	1.9	8.4	9.2	18.3	45.6	21.6	15.4
8월	14.2	9.7	8.6	9.1	19.0	50.6	22.8	16.1
9월	15.8	6.1	8.4	9.0	19.0	48.5	22.6	15.9
10월	**16.0**	**10.5**	**9.1**	**9.7**	**17.6**	**47.4**	**21.3**	**15.5**

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'14년	3.8	3.2	37.6	44.6	48.7	6.7	55.4	100.0
'15년	4.2	1.5	43.9	49.6	44.3	6.1	50.4	100.0
'16.10	**4.0**	**1.1**	**42.3**	**47.5**	**44.5**	**8.1**	**52.5**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증감율 (단위 :%)	'15년		'16년									
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
구매건수	7.7	△1.0	17.7	19.4	12.4	12.4	9.7	13.8	11.5	13.3	11.5	**11.1**
구매단가	23.1	21.6	11.7	10.0	6.9	5.1	4.7	3.7	3.5	2.5	3.9	**3.9**

* '16.10월 1인당 구매단가 : 5,060원 (전년동월 4,868원)

○ 점포당 매출액

증가율 (단위 :%)	'15년		'16년									
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
점포당 매출액	19.7	7.8	17.5	17.2	6.8	4.8	1.6	4.1	1.8	2.7	2.5	**2.2**

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	'15년		'16년									
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
매출증가율	△1.7	△5.0	2.6	△0.5	0.6	△1.6	△5.4	△7.8	△2.7	△0.6	△2.7	**4.5**

○ 전년동기대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'15.11월	△5.8	△5.2	△5.6	△1.1	△0.8	△1.0	△1.0	△1.7
12월	△5.0	△9.3	△6.6	△6.5	△2.1	△4.4	△4.7	△5.0
'16.1월	2.1	△0.4	1.3	1.7	△0.8	7.4	2.7	2.6
2월	△1.6	△3.2	△2.1	0.8	1.7	△3.3	△0.3	△0.5
3월	△4.6	△2.1	△3.8	1.3	2.0	0.8	1.3	0.6
4월	△4.5	△3.9	△4.4	△1.8	△0.7	△0.1	△1.0	△1.6
5월	△8.4	△3.7	△6.9	△5.3	△4.7	△5.6	△5.2	△5.4
6월	△11.3	△3.3	△8.6	△10.3	△5.2	△6.0	△7.7	△7.8
7월	△10.4	△2.1	△7.6	△2.6	0.2	△3.0	△1.9	△2.7
8월	△10.5	△2.5	△8.0	△2.9	4.3	2.0	0.5	△0.6
9월	△13.6	△4.3	△10.7	△2.7	2.5	△2.8	△1.4	△2.7
10월	**△9.0**	**△3.8**	**△7.2**	**9.7**	**6.3**	**2.2**	**6.5**	**4.5**

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선식품	가공·조리식품	소계	
'14년	9.3	4.5	13.7	38.2	18.8	29.3	86.3	100
'15년	8.7	4.4	13.1	38.4	22.3	26.2	86.9	100
'16.10	**8.2**	**4.4**	**12.6**	**37.7**	**23.8**	**25.9**	**87.4**	**100**

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이(단위 : %)

증가율 (단위 :%)	'15년		'16년									
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
구매건수	△3.9	△4.4	△2.7	0.5	△1.3	△2.6	△11.3	△5.3	△4.2	△1.3	△2.4	**1.1**
구매단가	2.3	△0.6	5.4	△1.0	1.9	1.0	6.6	△2.6	1.6	0.8	△0.2	**3.4**

* '16.10월 1인당 구매단가 : 14,127원 (전년동월 13,669원)

□ 오픈마켓

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

'16 증가율										
1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	평균
22.3	29.6	16.9	16.9	25.9	17.1	31.2	22.4	20.0	**18.6**	22.0

○ '16년 품목별 전년 동월 대비 증가율(단위: %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총 계
'16.1월	16.1	17.6	38.9	10.9	30.2	12.4	48.1	25.4	12.5	22.3
2월	34.7	24.1	42.9	28.0	38.0	28.1	9.4	29.0	26.1	29.6
3월	17.1	4.6	21.3	8.3	29.0	12.4	23.4	15.4	16.7	16.9
4월	17.8	5.4	24.4	8.3	33.8	13.3	22.4	14.9	12.9	16.9
5월	24.5	23.0	32.2	16.2	40.5	23.9	30.0	22.1	27.4	25.9
6월	16.1	29.5	30.3	△1.2	25.8	3.0	8.7	0.8	42.1	17.1
7월	19.2	1.5	25.4	△1.0	34.4	3.6	17.4	10.6	107.5	31.2
8월	21.5	13.0	39.0	8.8	36.4	13.5	37.1	18.0	18.9	22.4
9월	17.4	11.3	55.3	14.0	23.7	13.5	14.0	13.1	17.2	20.0
10월	**9.8**	**7.2**	**69.7**	**7.1**	**19.3**	**14.5**	**26.3**	**11.7**	**8.1**	**18.6**

○ '16년 품목별 거래 비중(단위: %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총 계
'16.1월	29.9	3.9	11.6	3.9	3.6	4.0	10.7	16.8	15.6	100
2월	31.8	3.8	10.9	3.8	3.6	4.4	9.0	16.6	16.1	100
3월	30.7	3.9	12.1	4.7	3.6	4.4	8.8	16.8	15.0	100
4월	28.4	3.2	12.8	5.7	3.7	5.1	8.9	16.3	15.9	100
5월	27.9	2.9	12.9	6.1	3.7	4.5	8.8	16.0	17.2	100
6월	29.4	3.7	12.3	5.6	3.4	3.9	8.4	15.4	17.9	100
7월	28.2	2.8	9.9	5.4	2.8	3.3	7.1	13.4	27.2	100
8월	30.6	3.1	10.3	5.2	3.4	3.8	9.4	15.7	18.5	100
9월	27.1	3.1	14.0	5.2	3.3	3.9	10.7	15.6	17.1	100
10월	**27.4**	**2.9**	**17.2**	**4.9**	**3.2**	**3.7**	**8.6**	**15.8**	**16.3**	**100**

□ 소셜커머스

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

'16 증가율										
1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	평균
24.6	30.1	34.1	20.2	23.9	10.1	1.2	15.4	9.3	**2.3**	15.8

○ '16년 품목별 전년 동월 대비 증가율(단위: %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총 계
'16.1월	67.8	72.3	△9.7	96.6	2.5	△1.4	36.0	71.7	13.8	24.6
2월	50.8	49.8	10.1	30.2	11.7	16.5	23.4	72.7	23.9	30.1
3월	67.5	42.4	16.9	31.7	24.5	9.2	68.7	57.8	16.1	34.1
4월	55.5	19.9	△4.2	109.9	19.0	△8.3	32.9	45.2	16.5	20.2
5월	37.8	35.8	△8.2	115.2	28.9	2.3	47.0	56.5	20.4	23.9
6월	21.7	△48.2	△17.5	94.5	4.5	△12.1	12.8	33.2	27.2	10.1
7월	9.4	△37.7	△23.1	71.4	△4.7	△11.7	6.8	37.5	△6.5	1.2
8월	22.3	△33.1	△7.0	212.4	11.9	△1.2	37.5	41.0	△2.9	15.4
9월	20.8	△22.9	△13.9	96.2	24.0	△12.0	22.9	31.3	△6.4	9.3
10월	**18.4**	**△38.8**	**△7.4**	**5.3**	**10.4**	**△17.4**	**4.1**	**20.7**	**△5.4**	**2.3**

○ '16년 품목별 거래 비중(단위: %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총 계
'16.1월	11.8	0.8	12.8	2.8	5.9	12.6	14.5	20.6	18.2	100
2월	11.3	0.7	13.9	2.7	6.2	13.4	13.9	20.6	17.3	100
3월	12.0	0.6	16.3	3.1	5.8	13.5	13.5	20.4	14.8	100
4월	11.1	0.4	16.9	3.8	5.5	13.0	13.6	19.9	15.8	100
5월	10.7	0.4	17.3	4.2	5.5	12.9	13.1	19.5	16.4	100
6월	11.0	0.2	17.0	4.3	5.2	11.6	12.1	20.1	18.5	100
7월	11.9	0.2	14.3	4.2	4.8	11.0	11.4	19.7	22.4	100
8월	12.8	0.2	12.7	4.0	5.5	10.9	12.4	21.0	20.5	100
9월	11.6	0.2	13.4	3.3	5.9	12.0	17.0	22.7	13.9	100
10월	**12.2**	**0.2**	**16.1**	**3.6**	**5.8**	**12.7**	**13.4**	**23.2**	**12.8**	**100**

□ 종합유통몰

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

'16 증가율										
1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	평균
8.1	5.7	5.4	7.0	9.8	△6.9	10.8	20.4	12.6	14.2	8.6

○ '16년 상반기 품목별 전년 동월 대비 거래액 증가율(단위: %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총 계
'16.1월	△12.0	△27.6	△15.5	63.5	6.6	3.3	37.8	0.8	△57.6	8.1
2월	△9.6	28.9	6.7	64.2	10.3	19.3	△2.0	11.4	△41.4	5.7
3월	△20.1	3.3	6.0	64.8	20.5	2.5	5.8	1.4	△32.9	5.4
4월	△11.1	△7.8	△0.6	69.8	28.4	10.5	7.0	0.2	△8.3	7.0
5월	△9.2	4.0	9.6	71.4	17.2	27.7	4.3	3.2	△43.3	9.8
6월	△18.7	△9.4	12.0	△9.5	10.3	4.6	△14.2	△15.7	△37.2	△6.9
7월	8.7	△18.2	21.5	14.5	8.7	3.9	11.3	5.9	△53.1	10.8
8월	26.6	△3.2	25.2	11.1	20.9	10.7	26.7	12.1	△52.6	20.4
9월	22.5	△16.7	10.5	28.9	4.5	8.3	11.6	14.6	9.1	12.6
10월	**17.8**	**7.5**	**10.8**	**16.2**	**6.9**	**1.5**	**22.9**	**7.7**	**51.7**	**14.2**

○ '16년 상반기 품목별 거래 비중(단위: %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총 계
'16.1월	8.7	1.0	20.6	7.1	8.0	6.7	35.8	11.7	0.4	100
2월	9.5	1.5	22.4	6.3	8.4	7.3	31.8	12.2	0.6	100
3월	9.1	1.3	24.1	7.6	7.7	7.3	29.9	12.5	0.5	100
4월	9.3	1.3	23.0	8.7	8.2	7.9	29.3	11.6	0.7	100
5월	9.6	1.1	23.6	9.1	7.8	7.9	29.0	11.4	0.5	100
6월	10.0	1.2	22.7	8.5	7.6	7.5	30.0	11.8	0.7	100
7월	11.0	0.8	20.3	8.9	6.6	6.8	33.1	12.0	0.4	100
8월	10.7	0.9	18.2	7.3	7.1	6.6	36.6	12.1	0.5	100
9월	8.5	0.8	19.4	7.3	7.1	6.6	37.7	11.8	0.8	100
10월	**9.8**	**0.8**	**23.1**	**9.2**	**6.8**	**6.7**	**31.2**	**11.9**	**0.5**	**100**