산업통상자원부 http://www.motie.go.kr	보 도 자 료	대한민국 대전환 한국판뉴딜

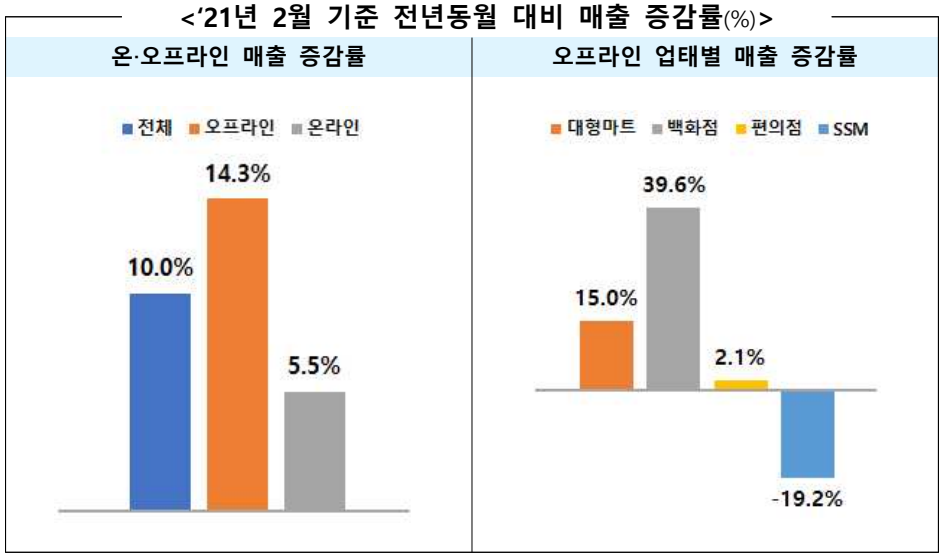
2021년 3월 26일(금) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 3.25.(목) 오전 11시 이후 보도 가능)

배포일시	2021. 3. 25.(목)	담당부서	유통물류과
담당과장	김호성 과장(044-203-4380)	담 당 자	정효영 사무관(044-203-4359)

'21년 2월 주요 유통업체 매출 전년동월 대비 10.0% 증가

- 오프라인 유통업체 14.3% 증가, 온라인 유통업체 5.5% 증가 -

<'21년 2월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%)>



【 매출 동향 조사 대상 】

□ **오프라인 유통업체(13개사)**
- **백화점(3)** : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- **대형마트(3)** : 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- **편의점(3)** : 씨유, 지에스25, 세븐일레븐(바이더웨이 포함)
- **준대규모점포(SSM)(4)** : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스더후레쉬, 홈플러스익스프레스

□ **온라인 유통업체(12개사)**
- 이베이코리아(G마켓·옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG(이마트·신세계), 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온, 위메프, 티몬

※ 유통업체별 협회(백화점·체인스토어·온라인쇼핑협회) 및 개별 유통업체(편의점)를 통해 조사

1. 전체 매출 동향

□ **(전체 매출) 2월 주요 유통업체 매출**은 **오프라인 부문(14.3%)**이 크게 증가하고 **온라인 부문(5.5%)**이 **성장세**를 **유지**해 전체 매출이 **전년동월 대비 10.0% 상승**

○ **(오프라인)** 전년도와 설 명절* 시기 차이, 김영란 법 완화** 등에 따른 **명절선물 판매 호조**와 **신학기 물품 수요, 전년도 코로나19 영향으로 인한 기저효과가 작용**하여 매출이 크게 **증가**

* ('20년 설날) 1.25일 → ('21년 설날) 2.12일
** 농축수산물 선물 가액 한시적 상향 조정 : 10만원 → 20만원

○ **(온라인) 비대면 소비문화 확산**과 온라인을 통한 **명절선물 주문**이 늘어 **매출이 증가**하였으나 지난해 **코로나19 영향으로 인한 기저효과**에 따라 **증가 폭은 다소 둔화**

<주요 유통업체의 전년동월 대비 월별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	20년											21년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
전체	9.1	△3.3	3.9	2.0	4.6	4.4	6.6	8.5	8.4	6.3	9.0	6.1	**10.0**
오프라인	△7.5	△17.6	△5.5	△6.1	△3.0	△2.1	△2.4	1.0	2.1	△2.4	△4.4	△5.8	**14.3**
온라인	34.3	16.9	16.9	13.5	15.9	13.4	20.1	20.0	17.1	17.0	27.2	22.6	**5.5**

□ **(상품군별 매출)** 모든 상품군의 매출이 늘었으며, 매출 증가폭은 **해외유명브랜드(45.7%), 식품(13.1%), 가전/문화(11.6%)** 순임

○ **(오프라인)** 가전/문화(21.8%), 패션/잡화(11.8%) 등 **전 상품군 매출이 증가**한 가운데, **아동/스포츠(49.0%)·해외유명브랜드(45.7%)** 매출이 **크게 늘었음**

○ **(온라인) 식품**(16.7%)·**서비스/기타**(13.4%)·**가전/문화**(10.2%) 매출은 **증가**한 반면 아동/스포츠(△13.3%), 생활/가정(△5.7%) 등의 매출은 **감소**

<'21년 2월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명 브랜드
전체	**11.6**	**3.5**	**2.3**	**13.1**	**1.7**	**7.3**	**45.7**
오프라인	21.8	11.8	49.0	11.6	12.6	1.9	45.7
온라인	10.2	△2.9	△13.3	16.7	△5.7	13.4	-

□ **(구매건수·구매단가)** 매장 방문 시 대량구매 하는 경향에 따라 **구매건수**는 **줄고**(△8.0%) **구매단가**(24.3%)는 **오르는 추세**가 지속되는 가운데, **고급 명절선물** 수요로 인한 **백화점 구매건수**가 **증가**

<'21년 2월 오프라인 부문 구매건수·단가 증감률 (단위 : %)**>**

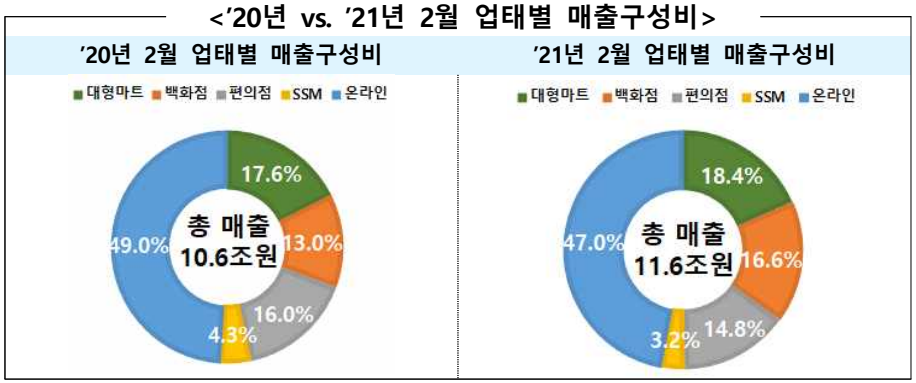
구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	**△8.0**	△1.9	14.0	△8.7	△21.0
구매단가	**24.3**	17.2	22.4	11.8	2.4

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **(업태별 매출 비중) 오프라인 부문**의 **매출 비중**(51.0% → 53.0%)은 **늘고 온라인 부문**의 **매출 비중**(49.0% → 47.0%)은 **감소**함

○ **오프라인 업태 중 백화점**(3.6%p)의 매출 비중이 **가장 많이 늘었고 대형마트**(0.8%p)의 매출 비중도 **증가**했으나, **편의점**(△1.2%p)·**SSM**(△1.1%p)는 **소폭 감소**

<'20년 vs. '21년 2월 업태별 매출구성비>



2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ 전년도와 **설 명절 시기 차이, 명절선물·신학기 물품** 구매 등의 영향으로 **백화점**(39.6%)·**대형마트**(15.0%)의 **매출이 늘어,** 편의점(2.1%)의 성장세 둔화와 SSM(△19.2%)의 부진에도 **전년동월 대비 매출이 14.3% 증가**

○ **(대형마트)** 사회적 거리두기로 인해 고향 방문을 자제하고 선물로 대신하면서, 그간 감소세를 보여 온 **의류**(32.5%)·**스포츠**(16.8%)를 포함해 **전 상품군**의 **판매**가 **늘며 전체 매출이 증가**

○ **(백화점)** 명절선물용 고가 상품의 판매가 늘고 신학기를 앞둔 입학선물·학용품 등의 수요로 **식품**(66.0%)·**아동/스포츠**(54.4%)·**해외유명브랜드**(45.7%) 등 **전 부문의 매출이 큰 폭 증가**

○ **(편의점)** 온라인을 통한 대량구매 선호로 **생활용품**(△23.6%)·**생활 잡화**(△15.9%)의 **매출**은 **줄었으나, 음료 등 가공식품**(8.9%)·**담배 등 기타**(1.3%)의 판매 호조가 지속되며 **전체 매출은 증가세 유지**

○ **(준대규모점포(SSM))** 일상용품(△33.5%), 생활잡화(△26.2%) 등 **비식품군 매출 하락**이 지속되고, 소폭 상승세를 보여 온 **신선조리**(△21.7%)·**가공**(△20.1%) **식품**의 매출이 줄어드는 등 **전 품목 매출이 감소**

□ **(점포당 매출) 백화점**(42.0%)·**대형마트**(18.2%)는 매출이 크게 증가하며 **점포당 매출이 늘었으나,** 점포수가 증가한 **편의점***(△3.5%)과 매출이 감소한 **SSM**의 **점포당 매출**(△12.2%)은 **줄어듦**

* 편의점 점포수 : ('20.2월) 38,112개 → ('21.2월) 40,309개

<'21년 2월 전년동월 대비 점포당 매출 증감률 (단위 : %)**>**

구분	대형마트	백화점	편의점	SSM
매출액 증감률	18.2	42.0	△3.5	△12.2

온라인 유통업체

□ **명절선물 주문**과 **음식배달·쿠폰 선물** 확대 등에 따라 **식품**(16.7%)·**서비스/기타**(13.4%)의 매출이 늘고, **가전/전자**(10.9%)의 **판매 호조**도 지속되어 **전체 매출**이 **증가**하였으나 **증가 폭**은 **둔화**

○ 설 선물세트 수요와 온라인을 통한 신선식품 구매 경향 확산에 따라 **식품군**(16.7%) **매출**이 **큰 폭의 상승세**를 **유지**하였고, **재택근무·온라인 수업**의 확산에 따라 생활가전 판매가 늘며 **가전/전자**(10.9%) 매출이 증가

○ 신학기 물품 구매수요가 대형마트·백화점으로 이동하면서 **아동/유아**(△19.3%) **매출이 크게 줄고,** 코로나로 인한 외부활동 자제가 지속되며 **스포츠**(△3.8%), **패션/의류**(△2.9%) **매출**도 **감소**

<'21년 2월 온라인 상품군별 전년동월 대비 매출 증감률·매출 비중 (단위 : %)**>**

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타
매출 증감률	10.9	3.6	△2.9	△3.8	△3.0	△19.3	16.7	△5.7	13.4
매출 비중	24.7	2.4	8.3	2.9	4.4	3.8	24.0	15.8	13.8

< 유의 사항 >

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

◈ 주요 온라인 유통업체 거래액 동향은 온라인 유통업체 12개사의 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 자료 간 증감 크기나 방향 등이 상이할 수 있음

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 정효영 사무관(☎ 044-203-4359)에게 연락주시기 바랍니다.

붙임 **조사대상 유통업체별 매출 추이**

□ 대형마트

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품						식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	소계		
20. 3월	△23.6	△50.6	△20.0	△41.4	△56.1	△29.3	△3.3	△13.8
4월	1.4	△33.6	△7.1	△15.2	△34.8	△11.3	5.9	△1.0
5월	1.3	△28.4	△11.0	△12.9	△14.3	△9.9	△9.1	△9.7
6월	6.4	△10.7	△2.9	△6.1	△5.5	△1.5	△7.1	△5.3
7월	1.8	△21.2	△6.7	△24.4	△29.1	△9.4	△2.7	△5.5
8월	17.1	△20.2	△8.3	△18.0	△26.8	△4.2	△0.6	△2.3
9월	1.5	△28.2	△6.6	△24.0	△37.1	△10.7	14.9	5.3
10월	22.2	△0.4	△0.6	0.6	△9.6	4.8	1.7	2.3
11월	11.7	△23.7	△11.4	△12.9	△31.1	△8.7	△0.3	△4.1
12월	△0.4	△33.1	△10.0	△19.8	△34.1	△12.6	12.4	2.1
21. 1월	9.9	△29.3	△26.6	△20.2	△42.0	△17.4	△8.4	△11.7
21. 2월	**21.8**	**32.5**	**2.8**	**16.8**	**1.1**	**11.4**	**17.1**	**15.0**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2018년				연간	2019년				연간	2020년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
△0.7	△3.0	1.4	△7.1	△2.3	△3.1	△5.1	△8.1	△4.0	△5.1	△5.8	△5.5	△0.7	0.1	**△3.0**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품						식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	소계		
20. 연간	11.6	3.4	15.1	1.6	2.9	34.5	65.5	100.0
20. 3Q	10.9	2.9	15.0	1.5	2.5	32.8	67.2	100.0
20. 4Q	12.1	4.1	14.0	1.6	2.9	34.9	63.4	100.0
21. 1월	11.9	2.4	13.5	1.1	1.9	30.9	69.1	100.0
21. 2월	**10.8**	**2.8**	**14.3**	**1.1**	**2.1**	**31.1**	**68.9**	**100.0**

○ 구매건수・구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2020년										21년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△22.8	△12.3	△18.1	△15.0	△14.9	△13.7	△9.3	△8.4	△12.7	△9.2	△18.3	**△1.9**
구매단가	11.6	12.9	10.3	11.4	11.0	13.1	16.1	11.7	9.8	12.3	8.0	**17.2**
점포당 매출	△13.0	△0.3	△9.0	△4.3	△4.6	△0.4	8.2	5.4	△1.7	4.6	△9.7	**18.2**

* 21.2월 1인당 구매단가 : 59,271원 (전년동월 50,571원)

** 21.2월 점포당 매출액 : 54.4억원 (전년동월 46.0억원) / '21.2월 점포 수 : 394개

□ 백화점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품								식품	합계
	잡화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
20. 3월	△53.0	△54.0	△58.7	△51.3	△52.8	△25.2	△19.4	△40.4	△39.3	△40.3
4월	△32.2	△34.0	△37.0	△24.5	△19.2	9.6	8.2	△13.5	△22.3	△14.8
5월	△25.4	△20.3	△32.4	△15.8	△12.2	18.4	19.1	△5.4	△20.1	△7.4
6월	△21.2	△17.0	△24.1	△12.5	△9.1	20.6	22.1	△0.6	△19.0	△3.4
7월	△17.9	△15.5	△27.2	△12.4	△18.3	11.6	32.5	0.4	△15.1	△2.1
8월	△25.5	△28.2	△31.1	△18.0	△20.5	18.8	27.6	△1.2	△29.3	△6.5
9월	△28.9	△30.6	△37.4	△24.6	△18.5	21.6	15.3	△8.2	3.8	△6.2
10월	△18.6	△9.1	△10.8	0.3	10.2	24.1	23.8	6.8	△13.3	4.2
11월	△24.8	△15.8	△25.2	△12.1	△10.4	23.5	17.9	△2.7	△15.3	△4.3
12월	△36.7	△38.1	△44.0	△31.0	△27.4	9.6	9.1	△16.0	△22.0	△16.9
21. 1월	△31.8	△21.0	△30.5	△20.1	△17.1	41.4	21.9	△0.2	△29.3	△6.3
21. 2월	**11.1**	**12.2**	**18.3**	**21.1**	**54.4**	**44.5**	**45.7**	**35.3**	**66.0**	**39.6**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2018년				연간	2019년				연간	2020년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
1.1	2.2	3.4	△1.1	1.3	0.5	1.0	△1.7	△0.2	△0.1	-19.9	-8.4	△5.0	△6.0	**△9.8**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품								식품	합계
	잡화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
20. 연간	10.4	8.0	7.1	5.1	10.0	15.5	30.0	86.0	14.0	100.0
20. 3Q	10.2	7.1	6.1	4.0	8.6	16.2	31.7	83.8	16.2	100.0
20. 4Q	9.4	8.6	7.5	5.7	14.9	14.9	30.8	88.5	11.5	100.0
21. 1월	8.7	7.5	5.5	4.9	7.9	18.9	31.0	84.4	15.6	100.0
21. 2월	**8.6**	**6.5**	**5.8**	**3.9**	**9.8**	**16.7**	**31.7**	**83.1**	**16.9**	**100.0**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2020년										21년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△52.1	△31.5	△20.3	△24.6	△24.1	△27.5	△28.9	△17.3	△23.4	**△35.3**	△25.2	**14.0**
구매단가	24.7	24.4	16.1	28.2	29.0	29.1	32.0	26.0	24.8	**28.5**	25.2	**22.4**
점포당 매출	△38.2	△11.9	△4.1	0.0	1.4	△3.2	△2.9	7.8	△1.0	**△15.0**	△3.0	**42.0**

* 21.2월 1인당 구매단가 : 117,020원 (전년동월 95,578원)

** 21.2월 점포당 매출액 : 332.3억원 (전년동월 234.1억원) / 21.2월 점포 수 : 58개

□ 편의점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석(신선일부)	소계	
20. 3월	△15.6	△17.5	2.3	0.2	△3.1	△14.5	△5.3	△2.7
4월	△8.7	△10.8	4.2	2.8	△3.4	△15.6	△5.9	△1.9
5월	9.7	△0.5	6.1	6.2	△2.0	△11.2	△3.8	0.8
6월	13.6	6.1	6.0	6.6	0.0	△6.1	△1.1	2.4
7월	14.3	8.5	6.2	6.9	1.9	△2.8	1.0	3.7
8월	10.7	7.8	5.7	6.2	0.1	△5.6	△0.9	2.3
9월	△4.7	△1.6	4.9	3.9	2.4	△5.2	1.0	2.3
10월	3.5	0.5	4.0	3.8	3.8	△5.1	2.1	2.9
11월	△0.8	△14.1	6.6	5.5	3.8	△9.2	1.3	3.3
12월	△11.8	△15.6	2.0	0.3	8.3	△9.8	4.9	2.7
21. 1월	△14.6	△18.2	2.4	0.2	7.4	△8.7	4.4	2.4
21. 2월	**△23.6**	**△15.9**	**1.3**	**△1.7**	**8.9**	**△8.4**	**5.7**	**2.1**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2018년				연간	2019년				연간	2020년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
11.9	9.8	7.5	5.4	8.5	4.4	3.9	2.9	5.2	4.1	3.4	0.5	2.8	2.9	2.4

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석(신선일부)	소계	
20. 연간	3.9	1.3	42.0	47.2	43.4	9.3	52.8	100.0
20. 3Q	4.1	1.3	41.4	46.8	43.9	9.3	53.2	100.0
20. 4Q	3.6	1.2	41.6	46.5	44.3	9.3	53.5	100.0
21. 1월	3.5	1.2	41.4	46.1	45.0	8.9	53.9	100.0
21. 2월	**3.5**	**1.3**	**41.7**	**46.5**	**44.9**	**8.6**	**53.5**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2020년										21년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△15.3	△15.9	△12.7	△6.7	△5.0	△8.6	△11.3	△8.9	△8.2	△14.5	△14.0	**△8.7**
구매단가	14.9	16.7	15.4	9.7	9.2	11.9	15.3	12.9	12.5	20.1	19.0	**11.8**

* 21.1월 1인당 구매단가 : 7,096원 (전년동월 5,962원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2020년										21년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
점포증가율	5.9	6.0	5.9	6.0	6.0	5.9	5.9	5.8	5.8	5.7	5.7	**5.8**
점포당매출액	△8.1	△7.4	△4.9	△3.5	△2.2	△3.5	△3.4	△2.8	△2.4	△2.8	△3.1	**△3.5**

* 21.2월 점포당 매출액 : 4,291만원 (전년동월 4,445만원) / 21.2월 점포 수 : 40,309개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
20. 3월	△9.9	△6.5	△8.6	3.1	17.9	5.0	7.1	5.5
4월	△15.8	△11.5	△13.9	△3.4	2.9	△1.3	△1.2	△2.6
5월	△17.5	△13.6	△15.8	△14.1	△9.1	△11.5	△12.0	△12.4
6월	△17.3	△11.7	△14.9	△16.1	△10.6	△16.2	△14.7	△14.7
7월	△13.2	△16.5	△14.6	△11.9	△11.6	△11.0	△11.6	△11.9
8월	△13.0	△13.8	△13.3	△6.2	△5.1	△9.8	△6.9	△7.6
9월	△16.2	△11.7	△14.2	9.9	5.5	3.9	6.9	4.6
10월	△16.7	△15.3	△16.1	△14.0	△10.4	△10.4	△12.0	△12.4
11월	△18.5	△17.3	△17.9	△10.7	△6.5	△7.9	△8.8	△9.8
12월	△17.7	△12.9	△15.6	6.3	6.0	7.1	6.5	4.0
21. 1월	△25.4	△22.1	△23.9	△1.0	4.6	△3.9	△0.8	△3.3
21. 2월	**△33.5**	**△26.2**	**△30.4**	**△14.2**	**△21.7**	**△20.1**	**△17.8**	**△19.2**

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2018년				연간	2019년				연간	2020년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
1.5	0.7	3.4	2.1	2.0	1.1	0.3	△2.0	△3.6	△1.5	2.1	△10.0	1.6	△6.1	△4.8

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
20. 연간	5.6	4.2	9.8	39.7	23.6	26.9	90.2	100.0
20. 3Q	5.6	4.3	9.8	40.0	24.1	26.1	90.2	100.0
20. 4Q	6.2	4.9	11.1	38.7	23.2	27.0	88.9	100.0
21. 1월	4.5	3.9	8.4	41.6	19.7	30.3	91.6	100.0
21. 2월	**4.9**	**4.2**	**9.1**	**41.5**	**18.8**	**30.6**	**90.9**	**100.0**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2020년										21년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△3.3	△8.2	△16.5	△16.1	△15.5	△13.7	△6.8	△16.6	△12.9	△6.8	△10.9	**△21.0**
구매단가	9.1	6.2	4.9	1.6	4.3	7.1	12.2	5.1	3.5	11.5	8.6	**2.4**
점포당 매출	9.4	1.4	△8.1	△10.2	△5.9	△1.8	10.4	-6.7	△3.2	11.0	2.7	**△12.2**

* 21.2월 1인당 구매단가 : 17,031원 (전년동월 16,635원)

** 21.2월 점포당 매출액 : 3.34억원 (전년동월 3.80억원) / 21.2월 점포 수 : 1,113개

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년										21년	
3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
16.9	16.9	13.5	15.9	13.4	20.1	20.0	17.1	17.0	27.2	22.6	**5.5**

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
20. 3월	8.6	34.6	△6.5	4.7	19.1	22.6	75.4	33.3	△25.1	16.9
4월	24.3	34.8	△8.8	11.0	8.2	12.0	56.4	23.9	△21.3	16.9
5월	18.8	27.5	2.2	6.0	6.2	14.0	38.8	22.7	△19.1	13.5
6월	26.6	24.1	15.8	11.8	14.1	13.4	37.2	27.4	△29.1	15.9
7월	6.7	30.4	5.1	10.4	16.1	11.2	46.0	26.3	△16.3	13.4
8월	28.0	33.5	5.2	7.7	14.0	18.1	43.0	25.4	△6.3	20.1
9월	26.0	32.4	△1.6	10.8	19.3	8.3	60.2	14.7	△12.3	20.0
10월	27.9	18.0	10.7	15.6	18.5	5.4	42.1	18.6	△18.1	17.1
11월	25.6	31.0	△0.4	7.3	8.3	2.8	46.4	23.4	△9.8	17.0
12월	34.0	46.0	△0.1	9.7	22.0	10.7	74.4	35.7	△9.3	27.2
21. 1월	43.3	42.9	△0.1	16.5	11.8	5.5	48.8	22.1	△14.2	22.6
21. 2월	**10.9**	**3.6**	**△2.9**	**△3.8**	**△3.0**	**△19.3**	**16.7**	**△5.7**	**13.4**	**5.5**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2018년				연간	2019년				연간	2020년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
17.0	15.7	13.3	17.7	15.9	16.0	14.6	13.8	12.6	14.2	19.8	15.4	17.8	20.4	**18.4**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
20. 3월	23.2	2.7	9.4	3.7	4.4	4.9	22.9	18.1	10.6	100.0
4월	23.9	2.6	9.9	4.7	4.4	5.1	22.4	17.2	9.9	100.0
5월	24.7	2.1	11.5	5.0	4.3	4.9	19.6	17.3	10.7	100.0
6월	25.5	1.9	12.0	4.9	4.4	4.5	19.1	17.6	10.2	100.0
7월	22.3	2.3	10.6	5.1	4.5	4.5	20.8	17.7	12.3	100.0
8월	24.8	2.2	8.4	3.8	4.1	4.3	21.5	16.7	14.2	100.0
9월	23.3	2.2	9.6	4.1	4.4	4.2	25.0	16.7	10.6	100.0
10월	23.5	2.0	12.5	4.9	4.5	4.3	20.9	16.5	10.9	100.0
11월	25.1	2.2	12.1	4.4	4.3	3.9	20.2	16.2	11.7	100.0
12월	23.3	2.9	10.2	3.6	4.2	5.1	22.9	16.5	11.3	100.0
21. 1월	24.5	2.6	8.1	3.1	4.4	3.8	25.5	15.7	12.3	100.0
21. 2월	**24.7**	**2.4**	**8.3**	**2.9**	**4.4**	**3.8**	**24.0**	**15.8**	**13.8**	**100.0**