

백화점 매출 18% 늘때 마트 11% 줄어… 소비 양극화 ‘뚜렷’

7월 주요 유통업체 매출 동향 명품·패션 등 고가 소비 확대 대형마트, 배송 등 경쟁력 강화

국내 소비 시장의 양극화가 심화되면서 유통 채널 간 허비가 극명하게 엇갈리고 있다. 고소득층의 견고한 구매력과 외국인 관광객 특수를 등에 업은 백화점은 두 자릿수 성장세를 이어간 반면, 장보기 주도권을 온라인과 근거리 유통채널에 내어준 대형마트는 극심한 부진을 겪으며 유통업체 내 입지가 급격히 축소되는 양상이다.

27일 산업통상자원부가 전날 발표한 ‘2026년 7월 주요 유통업체 매출 동향’에 따르면 백화점 매출은 전년 동월 대비 17.9% 증가했다. 반면 대형마트 매출은 11.2% 감소하며 5개월 연속 마이너스 성장을 기록했다.

백화점의 호실적을 견인한 핵심 동력은 명품과 패션 등 고가 소비재다. 7월 백화점의 해외유명브랜드 매출은 전년 대비 28.9% 급증했으며, 전체 오프라인 유통 채널에서도 28.9%의 높은 신장세를

보였다. 여기에 여성캐주얼(13.6%), 가정용품(12.5%) 등 전 품목에 걸쳐 고른 성장세가 나타났다.

이러한 백화점의 성장세는 고소득층의 견조한 소비 여력과 맞물려 있다. 특히의 류·신발 지출은 1분기 12.0%, 2분기 2.2% 증가해 고소득층의 패션 소비가 꾸준히 확대된 것으로 나타났다.

외국인 관광객의 유입과 환율 효과도 힘을 보탰다. 2분기 방한 외국인 관광객이 전년 동기 대비 20% 안팎으로 늘어난 데다, 원·달러 평균 환율이 1500원대를 상회하는 고환율 기조가 지속되면서 면세점 대비 백화점의 가격 경쟁력이 부각됐다. 이에 따라 롯데백화점 본점은 외국인 매출 비중이 30%까지 상승했고 더현대 서울의 5월 외국인 명품 매출은 전년 대비 140.6% 폭증했다.

반면 대형마트는 ‘샌드위치’ 신세로 전락했다. 초고가 소비 시장은 백화점에 밀리고, 가성비 중심의 초저가 생활용품 수요는 다이소 등에 흡수되면서 정체성이 모호해졌다는 분석이다. 특히 대형마트 매출의 약 70%를 차지하는 핵심 품목인

식품 부문의 이탈이 뼈아팠다. 7월 대형마트 식품 매출은 전년 대비 12.8% 감소했으며, 스포츠(-31.0%), 잡화(-23.4%), 가정/생활(-16.7%) 등 비식품군 역시 일제히 부진했다.

대형마트가 잃어버린 장보기 수요는 이커머스와 편의점이 흡수하고 있다. 온라인 유통업체는 빠른 배송을 무기로 신선식품 시장을 공략하며 7월 온라인 식품 매출을 10.4% 끌어올렸다. 오프라인에서는 1인 가구 증가와 고물가 속에 근거리 소량 구매 패턴이 자리 잡으면서 편의점이 신선식품과 식재료 매출을 대폭 늘렸다.

대형마트 업체는 계속 되는 부진을 개선하기 위해 사활을 걸고 있다. 온·오프라인의 경계를 넘어 사업 모델 전환을 재편하는 방식으로 떠난 고객의 발길을 돌리겠다는 구상이다.

우선 온라인 배송망과 물류 자동화에 속도를 낸다. 이마트는 점포 반경 3km 이내 1시간 안팎 배송인 ‘바로픽’ 거점을 88개로 넓히고 2시간 배송을 연내 50개 점포로 확대한다. 롯데마트는 2000억원을 투입한 자동화·물류센터 ‘제타 스마트

센터 부산’을 가동해 영남권 400만 세대에 24시간 풀 콜드체인 배송 체계를 구축했다.

오프라인 점포는 차별화된 경험과 초저가 경쟁력으로 채운다. 이마트는 ‘스타필드 마켓’을 통해 문화·휴식 공간을 넓혀 체류 시간을 늘리고, 초저가 PB와 생활용품 매장 ‘와우샵’을 키워 확실한 가격 우위를 확보하고 있다. 롯데마트 역시 매장의 90%를 식료품으로 채우는 ‘그랑그로서리’를 앞세워 신선식품과 델리 등 핵심 경쟁력에 집중하고 있다. 오프라인의 강점을 극대화해 매장 방문을 유도하는 한편, 온라인 편의성까지 갖춰 장보기 수요를 온전히 되찾겠다는 전략이다.

업체 관계자는 “대형마트는 고가 상품을 앞세운 백화점과 가격 경쟁력을 갖춘 이커머스·생활용품점 사이에 낀 상황”이라며 “온라인 사업을 강화해 이커머스와 경쟁하는 동시에 오프라인에서만 제공할 수 있는 체형 요소를 확대하며 차별화를 꾀하고 있다”고 말했다.

/김서현 기자

seo@metroseoul.co.kr



metro



삼립 포켓몬빵 신제품 7종.

/삼립

삼립 포켓몬빵 신제품 7종 출시

1013종 스페셜 띠부썰 선보

삼립이 포켓몬스터 30주년을 맞아 포켓몬빵 신제품 7종을 출시하고 1013종의 스페셜 띠부썰을 선보인다.

이번 신제품은 세레비, 메가리자몽Y, 레쿠자 등 인기 포켓몬을 활용했다. 일부 제품에는 칼슘과 아연을 넣었다.

주요 제품은 ‘세레비의 피스타치오 샌드’, ‘메가리자몽Y의 로제 치즈 브레드’, ‘레쿠자의 피스타치오 초코롤’, ‘데덴네의 초코칩 브라운 쿠키’, ‘디그다의 스모어 브라우니’ 등이다.

띠부썰은 포켓몬스터 30주년 기념 엠블럼을 적용해 1013종으로 확대한다. 신제품 7종과 기존 포켓몬빵 6종에 새로운 띠부썰이 적용된다. /신원선 기자 tree6834@



현대백화점은 올해 추석 라이프스타일 부문 선물세트 119종을 판매한다. (왼쪽부터)브레온팝 칫솔·치약세트·HBYH 시계. /현대백화점그룹



현대百, 라이프스타일 선물 확대

추석 맞아 상품군 대폭 확대 디퓨저 등 실용성·취향 고려

현대백화점이 추석을 맞아 라이프스타일 선물세트 상품군을 확대한다.

현대백화점은 올해 추석 라이프스타일 부문 선물세트 총 119종을 판매한다고 27일 밝혔다. 지난해 추석보다 두 배 이상 늘어난 규모다. 추석 선물세트는 다음 달 3일까지 예약 판매한 뒤 4일부터 본판매에 들어간다.

라이프스타일 선물세트 확대는 기업 고객을 중심으로 임직원의 연령대와 취향을 고려한 상품을 찾는 수요가 늘어난 데

따른 것이다. 전통적인 명절 선물 외에 실용성과 취향을 고려한 상품에 대한 수요가 증가하고 있다는 설명이다.

현대백화점은 리빙 제품을 비롯해 건강관리, 디지털, 홈데코 등으로 상품군을 구성했다. 종아리 마사지와 기계식 키보드, 시계, 타월 세트, 디퓨저 등이 대표 상품이다.

디자인과 패키지를 강조한 생활용품도 선보인다. 팝아트 디자인을 적용한 칫솔·치약 세트와 민트초콜릿·레몬소르베 등 다양한 맛을 적용한 치약 세트, 꽃무늬와 빈티지 디자인을 적용한 바다용품 세트 등을 판매한다. /김서현 기자 seo@

NS홈쇼핑, 원주서 ‘Yes, NS!’ 현판식

아동복지시설 4곳 그린리모델링 지원

NS홈쇼핑은 지난 26일 강원특별자치도 원주시 원주아동센터에서 ‘Yes, NS! 아동복지시설 그린리모델링 지원사업’ 현판식을 진행했다고 27일 밝혔다.

이날 현판식에는 이상근 NS홈쇼핑 사회공헌위원장과 국제아동권리 NGO 세이브더칠드런, 원주아동센터 관계자 등이 참석했다. 참석자들은 사업 추진 경과를 확인하고 개선된 시설을 돌

러봤다.

이번 사업은 노후화된 아동복지시설의 생활환경을 개선하기 위해 마련됐다. NS홈쇼핑은 세이브더칠드런과 함께 춘천과 원주의 아동복지시설 4곳을 대상으로 그린리모델링을 지원했다. 시설별 노후 상태와 이용 아동의 의견을 반영해 난방 및 바닥 시공, 냉난방기 교체, 출입문·화장실 개선, 석면 제거, 공간 분리공사 등을 진행했다.

/김서현 기자

롯데百, 모바일 간편결제 서비스 강화

내달 유니온페이 QR·NFC QPS 도입

롯데백화점이 외국인 고객을 대상으로 모바일 간편결제 서비스를 확대한다.

롯데백화점은 오는 9월부터 전 점포에 유니온페이 QR결제와 비접촉식 간편결제 서비스 ‘NFC QPS’를 도입한다고 27일 밝혔다.

최근 외국인 관광객의 결제 방식이 현금과 신용카드에서 QR코드와 모바일 비접촉 결제로 확대되면서 관련 결제 수요도 증가하고 있다. 롯데백화점에 따르면 전체 외국인 매출에서 간편결제가 차지하는 비중은 지난해 기준 코로나19 이전인 2019년보다 약 10%포인트 상승했다.

이번 유니온페이 QR결제 도입으로 전 세계 38개 국가·지역의 은행 및 간편결제 애플리케이션을 통한 결제가 가능

해진다. 유니온페이는 전 세계 200개 이상의 페이먼츠 앱을 지원해 이용자는 별도의 유니온페이 앱 없이 자국에서 사용하던 은행이나 간편결제 앱을 이용할 수 있다.

유니온페이의 비접촉식 간편결제 서비스인 ‘NFC QPS’도 함께 도입한다. 신용카드 없이 스마트폰을 걸제 단말기에 태그하는 방식으로 이용할 수 있으며, 일정 금액 이하 결제 시 별도의 서명 절차가 필요하지 않다.

롯데백화점은 외국인 고객을 대상으로 지원하는 간편결제 수단을 지속적으로 확대해왔다. 2023년 애플페이·화웨이페이·샤오미페이 등을 이용할 수 있는 NFC 결제 시스템을 도입했으며 지난해에는 대만 라인페이를 추가했다.

/김서현 기자

현대그린푸드, 프리미엄 외식시장 공략

강남에 이탈리 다이닝 특화매장 운영

이탈리안 그로서란트 ‘이탈리(EATALY)’가 강남 상권의 프리미엄 외식 수요를 겨냥한 다이닝 특화 매장으로 찾아온다.

현대그린푸드는 오는 28일 서울 강남구 현대백화점 무역센터점 10층에 이탈리의 다이닝 특화 매장을 연다고 27일 밝혔다.

이탈리는 식료품점과 레스토랑을 결합한 그로서란트 형태의 이탈리아 식문화 공간으로, 이탈리아·미국·캐나다·일본 등 15개국에서 69개 매장을 운영하고 있다.

국내 네 번째로 선보이는 이번 매장은 약 690㎡(209평) 면적에 총 154석(식당 102석, 카페 52석) 규모로 들어선다. 강남 상권의 프리미엄 외식 수요를 겨냥해 핵심 조리 기구와 메뉴 구성을 개편했다. 매장은 스페인산 고급 조리 장비인 ‘조



현대백화점 무역센터점 이탈리 매장 전경.

/현대그린푸드

스퍼 차콜 오븐’을 도입했다. 최대 500도 고온에서 숯불 구이와 훈연을 동시에 처리하는 장비로, 이를 활용한 티본·안심 스테이크와 훈연 파스타 등 전용 시그니처 메뉴 10종을 새롭게 선보인다. 여기에 ▲한 입 요리 ▲샐러드 ▲생면 파스타 ▲메인 메뉴 ▲디저트로 이어지는 코스 라인업을 신설하고 화덕 피자 품목도 20종으로 확대했다. /김수정 수습기자 kcrystal@