“면세점 대신 시내로”… 2000만 관광객이 바꾼 쇼핑 공식

m-커버스토리

관광 소비 재편



외국인 관광객들이 서울 중구 명동에서 이동하고 있다. 한국관광공사에 따르면 올해 상반기 한국을 찾은 외국인 관광객은 약 1071만명으로 전년 동기 대비 21% 이상 증가했다. /뉴시스

원화 약세에 백화점 가격 매력 부각
롯데·신세계·현대 영업익 3307억
외국인 매출 급증·명품 소비 확대
고소득층 구매력도 실적 상승 견인

면세점 고환율에 가격 경쟁력 약화
구매객 늘어도 객단가 29% 급감
다이궁 줄고 개별관광객 중심 재편
환율 안정에도 매출 회복은 숙제

방한 외국인이 사상 처음 연 2000만명을 넘어선 가운데 유통 채널별 성적표가 엇갈리고 있다. 백화점은 역대 최대 규모의 관광객과 원화 약세가 맞물리며 역대급 실적을 냈다. 반면 면세점은 3분기 들어 환율이 내리며 상반기보다 숨통이 트였지만 외국인 객단가가 계속 떨어져 속사정이 복잡하다.

15일 문화체육관광부가 올해 누적 방한 외국인이 지난 12일 2000만명을 넘어선 것으로 추산했다. 1~9월 방한객은 1711만명으로 전년 동기보다 21.5% 늘었고, 같은 기간 외국인의 관광 분야 카드 소비액은 15조9416억원으로 47.7% 증가했다. 씀씀이가 입국자보다 두 배 넘게 빠르게 불어난 셈이다.

◆백화점 ‘역대급’… 관광객+원화약세

늘어난 소비는 백화점으로 몰렸다. 이달 발표된 3분기 백화점 부문 영업이익은 신세계 1037억원, 롯데 1129억원, 현대 1141억원으로 전년 동기보다 각각 23.5%, 35.7%, 27.8% 늘었다. 3사 합계는 3307억원이다. 롯데백화점 매출은 8081억원으로 역대 최대였고, 현대백화점 영업이익률은 15.5%에서 18.6%로 뛰었다.

호실적을 끌어올린 것은 외국인이다. 3사의 상반기 외국인 매출은 1조7200억원으로 전년 동기 대비 120% 늘었다. 신세계백화점은 3분기 외국인 매출이 71% 급증해 전체 매출에서 차지하는 비중이 5.0%에서 7.5%로 커졌다. 롯데백화점은 지난달 6일 업계 최초로 연간 외국인 매출 1조원을 넘겼고, 신세계(1~9월 8500억원)와 현대(10월 초 누적 8050억원)도 연내 돌파가 유력하다. 롯데백화점 본점은 외국인 매출 비중이 29%로 1년 새 10%포인트 커졌다.

환율이 순풍이었다. 원·달러 평균 환율은 1분기 1490.28원, 2분기 1528.21원, 3분기 1448.28원으로 줄곧 1440원을 웃돌았다.

내수도 받쳤다. 국가데이터처 가계동향조사에 따르면 소득 상위 20%의 월평균 흑자액은 최근 1년(지난해 3분기~올해 2분기) 335만8000원으로 직전 1년보다 5만3000원 늘었다. 신세계백화점 명품 매출은 3분기 20% 증가했다.

◆면세점, 상반기엔 고환율 ‘이중고’

같은 환율이 면세점에는 역풍으로 작용했다. 면세점은 상품을 주로 달러 기준으로 매입·판매하기 때문에 원·달러 환율이 오르면 매입 원가와 소비자의 구매 부담이 동시에 커진다. 특히 백화점에서 세금 환급 등을 적용받으면 면세점과의 가격 차이가 좁혀지거나 오히려 백화점이 더 저렴해지는 경우도 발생한다. 실제 월평균 환율이 1541원대까지 치솟은 지난 6월에는 일부 면세품 가격이 백화점 판매가를 웃도는 역전 현상까지 나타났다. 고환율로 면세점의 가격 경쟁력이 약화되면서 외국인 쇼핑 수요가 백화점 등 시내 유통 채널로 이동한 것이다.

한국면세점협회 통계에도 드러난다. 환율이 가장 높았던 2분기 내국인 구매인원과 매출은 전 분기보다 각각 10.94%, 8.76% 줄었다. 외국인 구매인원은 25.82% 늘었지만 매출 증가율은 13.29%에 그쳐 객단가가 9.96% 떨어졌다. 상반기 면세점 전체 매출은 6조4752억원으로 전년 동기 대비 1.8% 늘어나는 데 그쳤고, 2024년 상반기(7조3969억원)보다는 12.5% 적다.

다만 3분기 평균 환율이 2분기보다 5.2% 내리자 사정은 다소 나아졌다. 휴가철이 겹치긴 했지만 내국인 구매인원과 매출이 전 분기보다 각각 12.13%, 11.86% 반등했다. 9월에는 외국인 객단가가 전월 대비 3.94%, 내국인 객단가가 3.75% 올랐다. 3분기 실적을 내놓은 신라(273억원)·신세계(253억원)·현대(32억원) 면세점은 모두 영업흑자를 냈다.

속을 들여다보면 복잡하다. 외국인 구매인원은 1월 94만2429명에서 9월 126만6377명으로 34.37% 늘었는데 외국인 매출은 7866억원에서 7514억원으로 4.48% 줄었다. 객단가가 83만4699원에서 59만3341원으로 28.92% 급감한 탓이다. 8월에는 57만863원으로 연중 최저를 찍었다. 환율이 내린 3분기에도 외국인 객단가는 16.52% 떨어져 낙폭이 2분기보다 컸다.

흑자의 질도 따져봐야 한다. 신라와 신세계는 3분기 매출이 각각 10.5%, 16.3% 줄었다. 인천공항 사업권을 반납해 임차료를 덜어낸 덕에 낸 흑자다. 신세계디에프는 공항 임차료만 588억원 줄었다. 신라의 영업이익은 2분기 364억원에서 273억원으로, 현대는 62억원에서 32억원으로 감소했다. 현대백화점은 환율 변동으로 원가율이 일시적으로 올랐다고 설명했다.

핵심은 고객 구성이 바뀌었다는 점이다. 대량 구매로 면세점을 떠받치던 중국 보따리상(다이궁)이 줄고 개별관광객(FIT)이 주류가 되면서 국내 면세점의 중국인 매출은 2021년 16조7479억원에서 지난해 8조2316억원으로 50.9% 감소했다. 같은 기간 면세점 1인당 평균 구매액은 263만4000원에서 42만5000원으로 급감했다.

개별관광객은 백화점과 올리브영, 편의점으로 동선을 넓혔다. CJ올리브영의 오프라인 매출 중 외국인 비중은 2022년 2%에서 지난 8월 33%로 뛰었다. 신세계백화점의 중국인 매출 비중이 2019년 77.5%에서 올해 상반기 48.5%로 낮아진 것도 같은 흐름이다. 9월 매출의 73%를 외국인에게 의존하는 면세점으로선 객단가 하락이 곧 외형 정체다.

유통업계에서는 4분기 또다시 환율이 변수가 될 것으로 전망하고 있다. 지난 13일 원·달러 환율은 1363.45원으로 2분기 평균보다 10.8% 낮다. 원화 강세가 이어지면 백화점은 외국인 수요 둔화를 걱정해야 하고 면세점은 가격 경쟁력을 되찾을 여지가 생긴다는 주장이다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

“이지스함부터 수출 군함까지”… ‘특수선 10조 시대’ 닻 올린다

르포

HD현대중공업 조선소

600t 무인함 진수·이지스함 건조 한창
도크 재편해 생산능력 2~3배 확충
필리핀 함정 12척 수주·6척 조기 인도
해외 현지 건조로 2035년 10조 목표



지난 8월 페루 시마(SIMA)조선소에서 케이코 후지모리(Keiko Fujimori) 페루 대통령(사진 오른쪽에서부터 열두번째)을 포함한 주요 관계자들이 참석한 가운데 HD현대중공업과 시마조선소가 공동으로 건조한 ‘침보테(Chimbote)함’ 진수식을 진행했다. /HD현대

HD현대가 글로벌 함정 수요 확대에 맞춰 울산 조선소의 특수선 생산능력을 2~3배 확충하고 해외 현지 건조를 확대한다. 이지스구축함 전용 도크와 옛 HD현대미포의 대형 도크를 재편하는 한편, 울산 직접 수출과 해외 현지 생산을 병행해 오는 2035년 특수선 매출 10조원 달성을 추진한다.

◆ 이지스함 도크·옛 미포 도크 재편… 울산 생산능력 2~3배 확충

지난 12일 찾은 울산 HD현대중공업 조선소에서는 국내 해군 함정과 수출용 함정 건조가 한창이었다. 이날 진수된 600t급 무인수상함(ASV) 뒤편에는 오는 12월 인도를 앞둔 정조대왕급 이지스구축함 2번함 ‘다산정약용함’이 막바지 작업 중이었다. 인근에서는 필리핀 해군에 인도할 2400t급 원해경비함도 건조되고 있었다.

다산정약용함이 자리한 6번 도크는 현재 이지스구축함 전용 시설이다. HD현대중공업은 해당 함정의 인도 이후 이곳에 수출용 함정을 투입하고, 향후 함정사업부 전체 생산시설을 재배치할 계획이다.

최태복 HD현대중공업 상무는 “6번 도크에서 현재 물량이 빠지면 필리핀 수출용 원해경비함 등 후속 물량을 건조하고, 이후 함정사업부의 전체 레이아웃을 다시 잡으려고 한다”고 설명했다.

옛 HD현대미포의 대형 도크 2개도 향후 해군이 발주하는 대형 수상함 건조에 활용할 방침이다. 이를 통해 울산 특수선 생산능력을 2~3배 확대한다. 잠수함 건조 시설 확충과 디지털 생산체계 전환도 추진한다. 무인전력과 유·무인 복합전력 확대에 따라 변화하는 해군 함정 수요에 대응하기 위해서다.

주원호 HD현대중공업 사장은 “특수선 사업의 세계 시장이 넓어짐에 따라 생산능력을 확대하기 위해 옛 HD현대미포와 통합했고 통합된 생산체계가 실질적으로 가동될 수 있도록 올해 많은 준비를 했다”며 “해외 수출도 중동과 유럽, 아시아, 캐나다, 미국까지 확대해 특수선 사업이 세계 시장을 선도할 수 있는 위치로 만들어 나가겠다”고 강조했다.

◆ 필리핀 함정 12척 수주·6척 조기 인도… 울산 건조 경쟁력 입증

현장에서 확인한 필리핀 해군의 2400t급 원해경비함은 HD현대중공업의 건조 방식과 납기 경쟁력을 보여주는 사례다. 선체 뒤편 공장에서 제작한 블록을 도크로 옮겨 조립하는 방식으로, 블록 제작 단계부터 장비와 배관 등을 설치하는 의장 작업을 최대한 앞당겨 후속 공정을 줄이고 있었다.

최태복 상무는 “블록 공장에서 의장 공사를 최대한 앞당겨 진행한다”며 “미국은 블록을 쌓고 나서 작업하는 경우가 많아 시간이 오래 걸린다”고 말했다.

HD현대중공업은 지난 2016년부터 약 10년간 필리핀 해군으로부터 총 12척의 함정을 수주해 6척을 인도했으며, 나머지 6척은 건조 중이다. 최 상무는 “지금까지 모두 조기 인도해 필리핀 해군에서도 놀랄 정도였다”며 “2029~2030년이면 필리핀의 1차 함정 도입 사업을 마무리할 수 있을 것으로 본다”고 전했다.

특히 현장에서 건조 중인 원해경비함은 수출을 염두에 두고 개발한 표준 함정이다. HD현대중공업은 필리핀 사업에서 확보한 건조 실적과 납기 이력을 바탕으로 다른 국가의 유사 함정 수요까지 공략할 계획이다.

◆ 페루 현지 생산으로 남미 공략… 2035년 특수선 매출 10조원 목표

HD현대중공업은 울산에서 완성한 함정을 수출하는 필리핀 사업과 달리 페루에서는 설계·엔지니어링 기술을 제공해 현지 생산을 추진하고 있다. 구매국의 자국 조선산업 육성 요구에 대응하면서 페루를 남미 주변국의 함정 수요까지 공략하는 생산 거점으로 확대한다는 전략이다.

최 상무는 “페루는 안정적으로 기술을 확보하면서 건조해야 하기 때문에 필리핀보다 시간이 더 걸린다”면서도 “페루 현지 건조가 성공하면 울산에서 건조하는 방식이든 현지에서 건조하는 방식이든 구매국의 요구 조건을 충족할 수 있게 된다”고 설명했다.

HD현대중공업은 국내 생산시설 확충과 해외 현지 건조 확대를 통해 오는 2035년 특수선 부문 연매출 10조원을 달성한다는 목표다.

/울산=유혜온 기자 dhaledhale@