

3高 시대... 소비 위축... 축제 올스톱... 연말 특수 직격타

유통가 4분기 실적 비상

4분기 유통가 매출을 두고 우려가 가득하다.

백화점 업계 가을 정기세일을 거쳐 11월 코리아세일페스타, 광군제, 블랙 프라이데이, 12월 연말연시 크리스마스 등으로 이어지는 4분기 쇼핑대목은 유통기업의 한 해 매출을 좌우할 정도다. 특히 올해는 카타르월드컵 또한 11월부터 12월까지 있어 기대가 컸다.

그러나 올해는 3고(고물가·고금리·고환율) 사태로 소비심리가 위축된 가운데 지난달 있었던 이태원 헬러윈 참사까지 더해져 유통가는 말 못할 시름을 앓고 있다. 이에 업체들은 지난 초여름부터 고물가 사태의 수혜를 입은 상품을 중심으로 기획을 이어가려는 움직임도 보인다.

이태원 참사에 행사 축소·중단 전년 대비 소비자 물가지수 급등 "유통업계 전반 매출 하락 우려"

2일 통계청이 발표한 10월 소비자물가동향에서 소비자물가지수가 109.21(2020=100)을 기록하며 전년 동기 대비 5.7% 상승한 것으로 나타났다. 지난 7월 6.3%를 기록한 후 9월까지 미미한 하락세를 보이던 물가가 다시 상승했다. 유통가 향후 매출에 특히 큰 영향을 미치는 농산물(7.3%), 채소류(21.6%), 축산물(1.8%), 수산물(6.5%), 외식 물가(8.9%) 상승했다.

유통업계에서는 생필품 등을 중심으로 구성된 생활물가지수까지 6.5% 오르면서 4분기 소비심리 위축이 더 클 것



10월 소비자물가가 5.7% 오른 것으로 나타난 2일 오후 서울 서초구 농협 하나로마트 양재점을 찾은 시민들이 장을 보고 있다. 통계청이 발표한 '10월 소비자물가 동향'에 따르면 지난달 소비자물가지수는 109.21(2020=100)로 1년 전보다 5.7% 오르며 석 달 연속 5%대 상승률을 보였다. /뉴시스

으로 전망하고 있다. 더불어 소비심리 위축을 방어할 마케팅 효과도 기대하기 힘들어졌다고 본다. 특히 '데이' 마케팅이 헬러윈 참사를 계기로 불편하고 억지스럽다는 식의 고객들의 불만이 감지돼 더욱 조심스럽다.

유통가는 헬러윈 참사 직후 관련 행사와 프로모션을 대부분 취소했다. 이어 11월 말까지 예정했던 이벤트와 행사, 데이 마케팅도 불가피한 경우를 제외하면 대부분 잠정연기했다.

대표적으로 신세계와 롯데는 맞불 놓듯 같은 기간 연 그룹 통합 행사 '쓱데이', '롯데데이'를 취소하고 백화점 외부 단장 행사까지 잠정연기했다. 롯데백화점은 오는 3일 서울 중구 명동 본점의 크리스마스 외벽 장식을 공개할 예정이었지만 잠정 연기했고 현대백화점 또한 크리스마스 점등 이벤트를 중단했다.

유통업계 관계자 A씨는 "사회 전반에 헬러윈 참사 피해자들에 대한 슬픔과 애도가 이어지고 (우리)기업 또한 참사의 아픔을 공유하고 있다"며 "몇 개월

준비한 행사 또한 잠정 연기 된 상태고 행사 개최 여부는 사회적 분위기에 따라 달라질 예정인데 여타 기업들 또한 비슷한 분위기"라고 설명했다.

반면, 반사 이익을 기대하는 품목도 있다. 소비자 물가상승률이 외환위기 이후 최고 수준인 6%를 넘나들던 6, 7월 편의점 도시락 매출과 도시락 반찬으로 각광 받는 상품 매출이 크게 뛰었다. 이러한 현상은 편의점, 마트, 외식업계 전체에서 나타났다.

마진율 하락 해결에 역량 집중 편의점 등 일부 반사 이익 기대 "연말 특별함보다 가성비 강조"

지난 7월 이마트24의 도시락과 조리 빵 매출은 전년 동기 대비 48%, 39% 올랐는데 판매율이 급격히 늘어난 지역은 오피스 상권(68%), 독신주택(54%)로 나타났다. '가성비' 식사 메뉴

가주를 이루는 한솔도시락도 직장인들이 많이 찾고 있다. 같은 기간 한솔도시락에서는 오피스 상권의 점심시간대(오전 11시~오후 2시) 매출이 지난해 같은 기간보다 23% 증가했다. 전체 매출은 전년 대비 약 15% 늘었다.

마트업계에서도 델리 상품이 큰 인기를 끌었다. 홈플러스 자체 데이터에 따르면 6월18일~7월17일 델리 코너의 오전 11시~오후 2시 매출이 전년 동기 대비 49% 급증했다.

물가 상승률에 따라 마진율이 계속해서 줄어들다 보니 이를 해결하고자 하는 노력도 계속되고 있다. 그러나 소비자의 가격 저항선과 마진율, 납품가 등을 적절히 밸런스 맞추기 어려운 상황 이어서 업계 고민이 크다.

소비심리가 크게 위축한 때 델리 상품에서 매출 상승 효과를 본 홈플러스 관계자는 "상품 가격 책정 시 통상 '얼마면 사겠는지' 즉, 가격 적정선에 대해 조사하고 가격을 정한다. 이러한 과정에서 가격을 너무 낮추려다 보면 품질이 떨어질 수 있고, 그렇게 되면 재

구매로 이어지지 않기 때문에 가격과 품질을 무작정 낮추진 못한다"며 "원재료를 대규모 물량으로 사전 확보하고, 제반비용을 줄여 가격 경쟁력을 높일 수 있는 방법을 지속 마련 중"이라고 답했다. 이어 "원재료 작황과 인건비, 유통, 환율 등 요소가 가격에 영향을 주는 주요 변수인데, 현재 모든 요소들이 총체적으로 영향을 주고 있다"고 덧붙였다.

또 다른 기업 관계자 B씨는 "데이 마케팅이 축소되고 객단가가 낮아지면서 매출 하락은 어쩔 수 없다고 생각한다"며 "우선 상품군은 연말연시 분위기에 맞춰 '특별함'을 강조하기 보다는 지금까지 했던 대로 가성비를 강조한 품목을 중심으로 늘릴 예정"이라고 설명했다. "다만 중소 납품기업은 판로개척을 위한 판매전이 큰 매출 상승 효과를 보기 때문에 관련 행사는 조율하게나마 진행할 예정이다"고도 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr



지난달 31일 오전 코리아세일페스타 개막식이 열릴 예정이던 서울 중구 명동예술극장 앞 거리에 홍보 현수막이 나부끼고 있다. 이태원 참사 추모로 인해 '2022 코리아세일페스타'의 개막식은 취소됐다. /뉴시스

삼성·SK 등 국내 선도기업, 신기술 확보·사업 다각화 총력

>> 1면 '쌓여가는 재고...'서 계속

옵디아에 따르면 서버용 D램 수요는 올해 684억8600만Gb로 모바일용 수요(662억7200만Gb)를 넘어설 전망이다. 경기 침체와 실적 하락 속에서도 수요 감소를 최소화한다는 얘기다.

서버용 메모리는 고성능·고수익으로도 잘 알려져 있다. 범용제품보다도 HBM이나 GDDR6 등 고속, 고대역 제품 수요가 크다. 최근 들어 인공지능(AI)과 빅데이터 활용이 확대되면서 이같은 고성능 제품 수요는 더 확대될 전망이다. 반도체 업계가 새로운 D램 규격인 DDR5만을 지원하는 인텔 서버용 CPU 출시를 손꼽아 기다리는 이유도 여기에 있다. 지난 2017년 슈퍼사이드 D DR3에서 DDR4로 전환되면서 가속화됐다.

삼성전자와 SK하이닉스는 고성능 메모리 부문에서 높은 경쟁력을 보유하고 있다. 삼성전자는 DDR5 규격을

만드는데 중요한 역할을 했을뿐 아니라 HKMG 기술을 적용하며 수준을 한 단계 높였다. SK하이닉스도 업계 최초로 6400Mbps 속도의 32GB 제품 고객 테스트를 마치며 새로운 시대 준비를 마쳤다. HBM D램도 SK하이닉스가 처음 개발해 삼성전자가 PIM을 새로 적용하는 등 시장을 주도했다. 차세대 인터페이스인 CXL 상용화도 눈 앞에 닥았다.

SSD 부문에서도 삼성전자와 SK하이닉스의 컨트롤러 기술력은 업계 최고 수준으로 평가받는다. 최고 기술력을 뽐내던 인텔 낸드 사업부 솔리디임도 있다. 서버용인 '엔터프라이즈' 제품을 중심으로, 차세대 인터페이스인 NVM e 라인업도 확대하는 모습이다.

아울러 삼성전자는 자동차 부품 시장으로 눈을 돌리고 있다. 최근 삼성테크 데이를 통해 2025년 차량용 메모리 1위 달성을 선언한 상태, 3분기 실적에서도 전자 부문 매출이 역대 최고라고 밝히

기도 했다. 자동차가 고성능 인포테인먼트 시스템과 자율주행 기능까지 확대하면서 시장 규모는 연간 30%에 이를 전망이다.

옵디아에 따르면 올해 매출 전망은 32억7000만달러, 2025년에는 54억2000만달러로 예상된다. 삼성전자는 파운드리 부문에서 차세대 메모리 M램을 활용한 제품을 생산하는 가운데, 내구성을 강화한 D램과 낸드 제품 개발을 이어가며 시장 점유율을 끌어올릴 것으로 기대된다.

양사가 생산성을 얼마나 끌어올릴 수 있을지도 관건이다. 투자를 축소하면서 선단공정 조기 도입이 어려워진 대신, 수율을 높여 수익성을 극대화해야 하는 이유다.

삼성전자는 이미 업계에서는 압도적인 수준 원가 경쟁력을 확보한 것으로 알려져 있다. SK하이닉스도 제조 부문 인력을 중용하며 수율을 높이기 위한 노력을 이어가고 있다. /김재용 기자 juk@

정부 "장바구니 물가안정 역량 집중"

>> 1면 '공공요금 인상...'서 계속

어윤선 통계청 경제동향통계심의관은 "석유류 등 공업제품과 농축수산물 가격 오름세가 둔화했지만 전기·가스·수도 가격 상승 폭이 확대되면서 물가 상승률이 전월보다 확대됐다"고 설명했다.

개인 서비스 물가는 전년 대비 6.4% 올랐다. 생선(9.2%), 치킨(10.3%) 등 외식 물가가 8.9% 상승한 영향이다.

집세도 전세(2.4%)와 월세(0.9%)가 모두 오르며 1.7% 상승했다.

구입빈도와 지출 비중이 높은 14개 품목을 중심으로 체감물가를 나타내는 생활물가지수는 1년 전보다 6.5% 상승했다.

생선, 해산물, 채소, 과일 등 기상 조건이나 계절에 따라 가격 변동이 큰 55개 품목의 물가를 반영하는 신선식품지수는 전년보다 11.4% 올랐다.

정부는 향후 물가 상승 폭이 더 확대

될 가능성은 적다면서도 5%대의 높은 물가가 지속될 것으로 전망했다.

어심의관은 "당분간 5%대의 높은 물가가 지속될 것으로 예상된다"면서도 "앞으로 물가 흐름을 지켜봐야겠지만, 6%대로 올라가거나 상승세가 크게 확대될 가능성은 크지 않을 것으로 보인다"고 말했다.

기획재정부도 이날 통계청 소비자물가 동향 발표 후 "앞으로 물가 상승세는 점차 둔화될 것으로 예상되지만 상당 기간 높은 수준으로 지속될 가능성이 있고 김장철 채소류 수요 확대, 환율·원자재 가격 변동성 확대 등 대내외 리스크도 여전히 상존한다"고 평가했다.

이어 "정부는 먹거리 중심으로 물가상방 압력이 지속되고 있는 상황을 고려해 김장재료 수급 관리와 농수산물 불안 품목 가격안정화, 가공식품 가격인상 최소화 등 장바구니 물가 안정에 정책 역량을 집중할 계획"이라고 밝혔다. /세종=원승일 기자 won@