

[COVID-19] 글로벌 리테일 트렌드 2020

Global retail trends 2020



▲ 표지 클릭시, 원문 다운로드 가능

지난 수 개월간 글로벌 유통 업계에 전례 없는 불확실성이 이어지고 있습니다. 코로나19 팬데믹으로 생존을 위해 고군분투하는 유통 기업이 있는 반면, 특수를 누리는 유통 기업도 존재하는 등 유통산업 내 양극화가 심화되고 있습니다. KPMG는 본 보고서를 통해 유통 시장에서 관찰되는 코로나19 유통 트렌드를 네 가지로 구분하여 살펴봤습니다. 이와 관련하여 유통 기업의 전략적 방향성을 제시했습니다.

- 1) **비즈니스 모델의 진화** : 코로나19로 유통의 디지털 전환이 가속화되고 있습니다. 온·오프라인 등 자사에 적합한 형태의 유통 플랫폼을 구축하고 비즈니스 모델을 개선함으로써 사업 기회를 확장해 나가야 합니다.
- 2) **기업가치 재설정** : 오늘날의 소비자는 자신이 중요하게 여기는 가치가 브랜드·제품에 반영됐는지, 기업이 사회적 문제에 관심을 갖고 지속적으로 관여하는지 등을 고려하여 구매를 결정합니다. 기업 전반의 투명성을 높이고, 사회에 기업의 목적과 미션을 알리기 위한 활동을 일관성 있게 해야 하는 시점입니다.
- 3) **사업 수행 비용 재검토** : 기업이 지속적으로 성장하기 위해서는 주요 분야별 비용을 재검토해야 합니다. 유통 기업은 위기 극복을 위해 단순 비용절감을 추진하기보다 매장·직원·고객 로열티 등 핵심 자산·부문에 대한 비용을 재검토하고, 가치 확보를 위한 새로운 방법을 모색해야 합니다.
- 4) **로열티·신기술에 대한 투자로 소비자 기대 충족** : 기업에 대한 고객의 기대 수준이 높아지고 있습니다. 유통 기업은 고객 수요를 충족시키기 위하여 ①고객 로열티 프로그램 ②고객 데이터 ③신기술 영역 등에 대한 투자를 중시해야 합니다.

삼성KPMG 경제연구원

이효정

이사

Tel: +82 2 2112 6744

hyojunglee@kr.kpmg.com

김주희

책임연구원

Tel: +82 2 2112 7976

jkim206@kr.kpmg.com

김수경

책임연구원

Tel: +82 2 2112 3973

sookyungkim@kr.kpmg.com

Keywords ▶

#COVID-19 #코로나19 #유통산업 #트렌드 #위기전략