

쇼핑몰·유통

업종 리포트

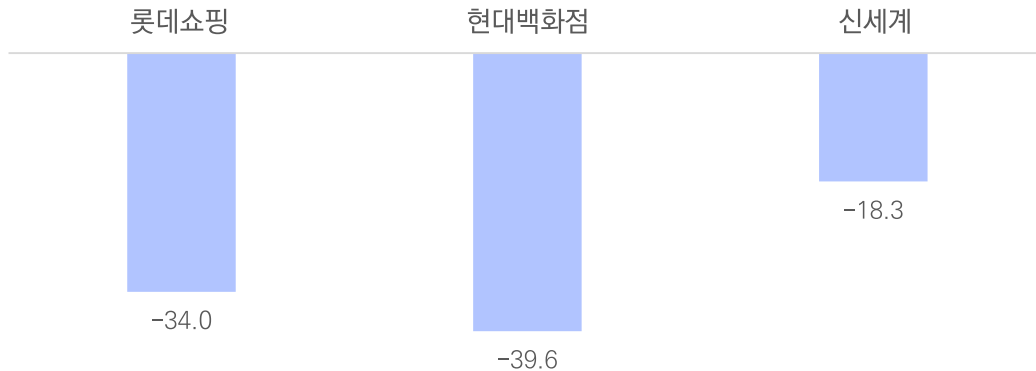
오프라인은 불황, 온라인은 이커머스 패권 전쟁

- 6월 30일 기준 롯데백화점, 현대백화점, 신세계 3사 모두 주가 신저가를 기록. 백화점 3사의 올해 합산 영업이익 또한 3개월 전보다 7.7% 낮춘 1조5,844억원으로 예측 조정
- 그럼에도 불구하고 점포 리뉴얼을 위해 1조 2,357억 원의 투자금을 쏟아 붓는 등 지난 해보다 투자 규모 32.8% 증대. 힘든 시기일수록 미래를 생각해야한다는 역발상 전략
- 유통 업계는 현재 홈쇼핑과 이커머스 사이 희비가 엇갈리는 중. 홈쇼핑 방송 매출 비중은 꾸준한 하락세를 보이다 결국 절반에 못미치는 49.4%를 달성한 반면, 이커머스의 경우 전년 대비 온라인쇼핑 거래액이 8.7% 상승하는 등의 성장세를 보임

‘더현대 서울’ 빼고는 불황에 빠진 백화점

| 6월 30일 기준 신저가 기록한 백화점 주가, 전년 대비 주가 등락률

(단위: %)



| 부정적인 시장 상황에도 투자 멈추지 않는 백화점

점포 리뉴얼 **1조 2,357억 원** 투자
전년 대비 투자 규모 **32.8% 증대**

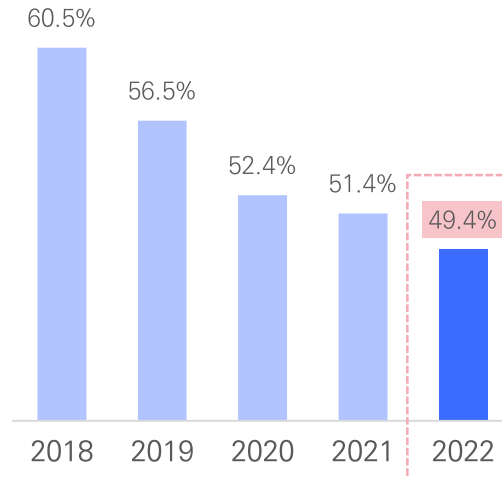
힘든 시기일수록 미래 생각하는
“**역발상 전략**”

출처: 보도자료

떠오르는 이커머스, 지는 TV홈쇼핑

| 홈쇼핑 방송 매출 비중

| 이커머스 전년 대비 거래액 증가율



온라인쇼핑 거래액 **8.7%**

온라인 식음료 거래액 **13.9%**

온라인 상품권 거래액 **36.5%**

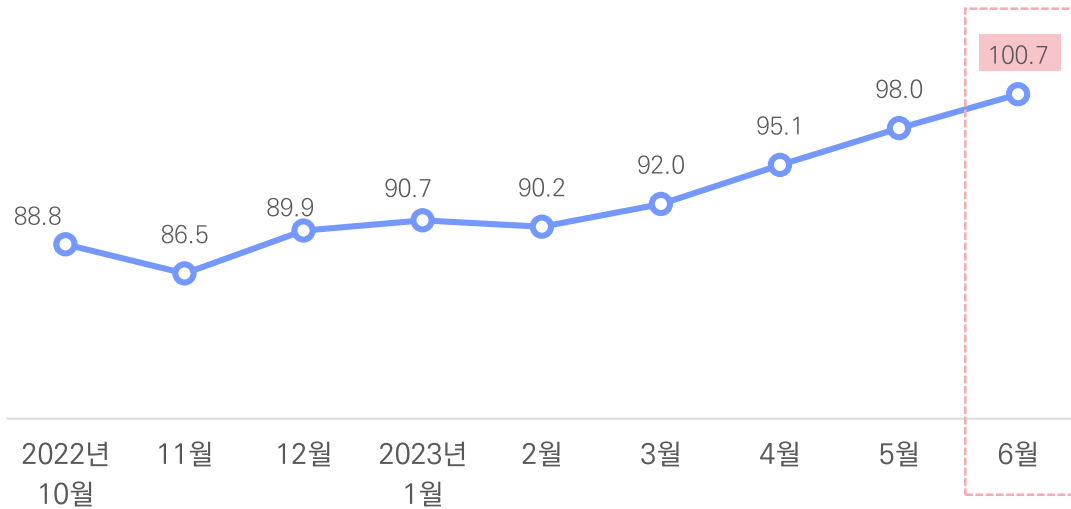
출처: 보도자료

불경기는 이어지지만, 소비자심리지수는 조금씩 좋아지는 중

- 100을 기준으로 낙관적임과 비관적임이 갈리는 소비자심리지수(CCSI). 올 6월 13개월 만에 100을 웃돌며 낙관세로 돌아옴
- 온라인 장보기가 증가하면서 지난 5월 온라인쇼핑 거래액 또한 2022년 5월 대비 8.7% 증가. 통계 작성 이후 처음으로 19조 원선을 돌파해 19조 2,463억 원으로 집계. 소비자들의 온라인쇼핑 사용이 크게 증가한 것으로 볼 수 있음

13개월만에 낙관적으로 돌아온 소비자심리지수(CCSI)

| 2022년 4Q-2023년 2Q 소비자심리지수 추이

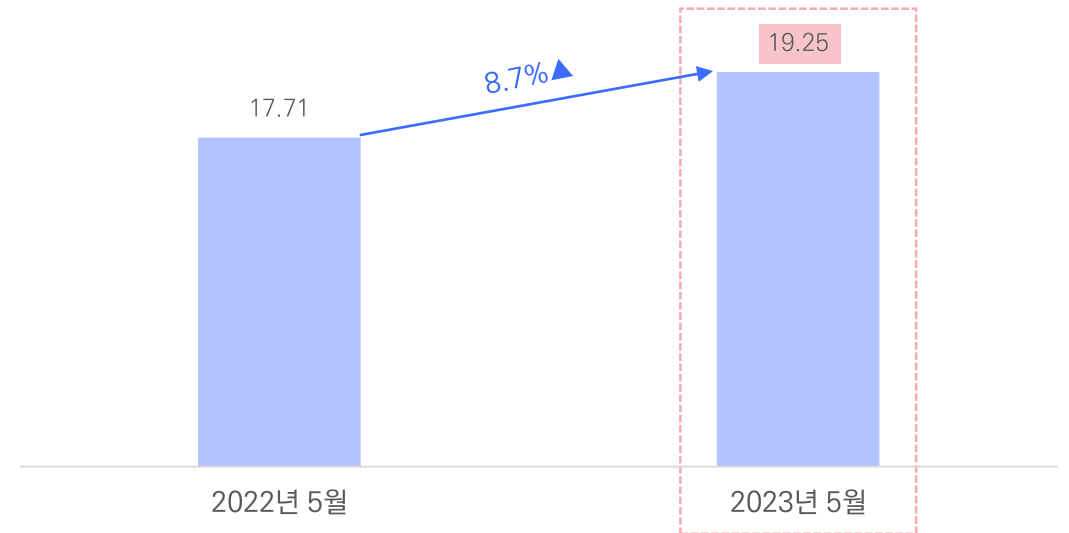


출처: 한국은행

상승세 보이는 소비자심리지수, 온라인쇼핑도 증가

| 통계 작성 이후 첫 19조 돌파한 온라인쇼핑 거래액

(단위: 조 원)



출처: 통계청, 온라인쇼핑동향조사

#멤버십 전쟁

쇼핑물·유통업계 멤버십 레드오션
불붙은 회원 확보 경쟁

- 가장 세력이 큰 쿠팡의 쿠팡 와우를 선두로 네이버와 신세계 등 이커머스 업계는 계열사 멤버십 통합, 서비스 결합, 배송 강화 등의 전략으로 현재 멤버십 서비스 강화 및 고객 유입 경쟁 중
- 유통가가 멤버십 서비스 경쟁을 이어가는 이유는 바로 자사 테두리 안에 머무는 '찐고객'을 확보하기 위함
- 멤버십 이용자와 미이용자의 쇼핑 경험은 최대 43% 차이를 보이는 것으로 나타남

쿠팡, 네이버에 이어 신세계그룹까지... 충성 고객 확보 나선 멤버십

| 이커머스 기업 멤버십



	쿠팡 와우	네이버플러스	신세계 유니버스 클럽
가입비	4,990원/월	4,900원/월	30,000원/연
가입자	1,100만 명	300만 명	400만 명
특징	로켓배송 무료 쿠팡플레이 무료	최대 5% 적립	계열사 5% 할인 매달 계열사 쿠폰 지급

출처: 보도자료

유통가가 멤버십에 혈안인 이유는?

| 소비자 10명 중 6명은 온라인 쇼핑 멤버십 이용 중



멤버십 이용자

멤버십 이용자, 멤버십 미이용자와 쇼핑 경험 최대 **43%** 차이

여러 플랫폼을 한 번에 **계열사 멤버십 통합**

OTT, 배달음식 등 **서비스 및 혜택 결합**

신속하고 정확하게 **배송 강화**

자사 테두리 안에 머무는

찐고객

출처: 보도자료

#잘파 친화 마케팅

MZ에 이어 잘파(Z세대+ α세대)
취향 저격 노리는 유통 업계

- 경제적으로 풍족한 환경에서 성장한 잘파세대는 소비 경험을 통해 즐거움을 느끼기에 나이에 비해 구매력이 높은 세대로 평가. 이 때문에 유통업계에서는 잘파를 공략하는 잘파 친화 마케팅이 활발히 이루어지는 중
- GS25는 잘파 친화 마케팅의 일환으로 '편의점 결제 대행 서비스'를 제공하기 시작했는데, 시작 초기와 비교했을 때 이용 건 수와 거래액은 10배가 넘는 차이를 보이며 성장
- 서비스 뿐만 아니라 잘파세대가 좋아하는 게임, 패션, 캐릭터를 공략해 협업과 기획전을 기획해 새로운 고객 유입을 기대

잘파를 노리는 이유는?

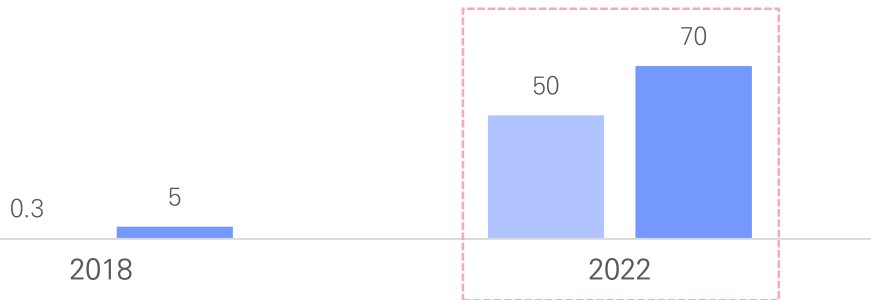
소비 경험을 통해
즐거움을 느낌

경제적으로
풍족한 환경에서 성장

나이에 비해
구매력이 높은 세대

| GS25 잘파 친화 마케팅 '편의점 결제 대행 서비스' 추이 (단위: 이용 건 수(만 건), 거래액(억 원))

■ 이용 건수 ■ 거래액



출처: 보도자료

유통업계: 잘파가 뭘 좋아할 지 몰라서 다 준비했어

| 게임부터 캐릭터까지 다양한 방식으로 잘파 친화 마케팅 벌이는 유통업계

GS25 X PUBG



11번가 '방과후' 기획전



세븐일레븐 X 산리오



1020세대에서 유행하는
최신 트렌드 반영한 마케팅



새로운 고객
유입 기대

출처: 보도자료

#편비니언스

편(Fun)+컨비니언스(Convenience)
편의점은 이제 젊은층의 놀이터!
재미까지 책임지는 편의점·유통 플랫폼

- 최근 편의점 업계를 포함한 유통 플랫폼은 상품 판매뿐만 아니라 소비자의 재미까지 책임지는 중
- 오프라인을 넘어 온라인에서도 소비자의 재미를 위한 다양한 서비스 제공 시작. 포켓CU의 경우 커뮤니티 기능인 '씨유랜드' 탭을 개설했으며, 이마트24는 게임사와 협력해 앱 내 게임 기능을 도입해 게임 내에서 획득한 리워드를 오프라인에서 사용할 수 있게 구성
- 소비자의 가점비(가성비+재미)를 위한 이색 협업도 이어지는 중. CU는 기아와 협업해 '더 뉴 모닝' 출시 기념 머핀 시리즈를 출시했으며, GS25의 경우 넷플릭스와 협업으로 넷플릭스 차별화 상품 출시

오프라인 말고 온라인으로도 재미 책임지는 편의점·유통 플랫폼

| 자체 앱에 게임·커뮤니티 등 재미 요소 추가하는 유통 업계



포켓CU

- 커뮤니티 기능 '씨유랜드' 탭 개설
- 향후 커뮤니티 기능 강화 예정



이마트24

- 게임사와 협력해 게임 기능 추가
- 앱 내 게임 통해 획득한 리워드는 오프라인에서 사용 가능



무신사

- 무신사 '스냅' 전 회원 이용으로 확대



에이블리

- 앱 내 '재미' 탭 개설
- 패션 트렌드 공유 넘어 고객 간 소통 가능한 서비스 추가



고객 집객 효과로
일간 활성 이용자수(DAU) 증가 효과 기대

출처: 보도자료

소비자의 가점비(가성비+재미) 위한 이색 협업 열전

| 편의점 3사 이색 협업 현황



CU X 기아

기아 '더 뉴 모닝'
출시 기념
머핀 시리즈 출시



세븐일레븐 X 이천쌀

'어메이징 브루잉 컴퍼니'
와 함께 기획한
'임금님표이천' 쌀맥주 출시



GS25 X 넷플릭스

넷플릭스 차별화 상품
(맥주, 안주, 스낵)
출시

출처: 보도자료

2023년 상반기 쇼핑물·유통 업종 디지털 광고비(배너)는 약 1664.6억 원

- 쇼핑물·유통 업종 배너 광고비 분석결과, 2023년 상반기 광고비는 1664.6억 원으로 나타남. 이는 전 반기 대비 9.2% 감소한 수치
- 이 중 모바일 광고는 1158.9억 원, PC 광고는 505.8억 원

국내 쇼핑물·유통 업종 - 연도별 디지털 광고비 (배너 광고)

■ 이전 반기 대비 광고비 증감률
■ PC 광고비
■ MO 광고비

■ MO ■ PC

(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))



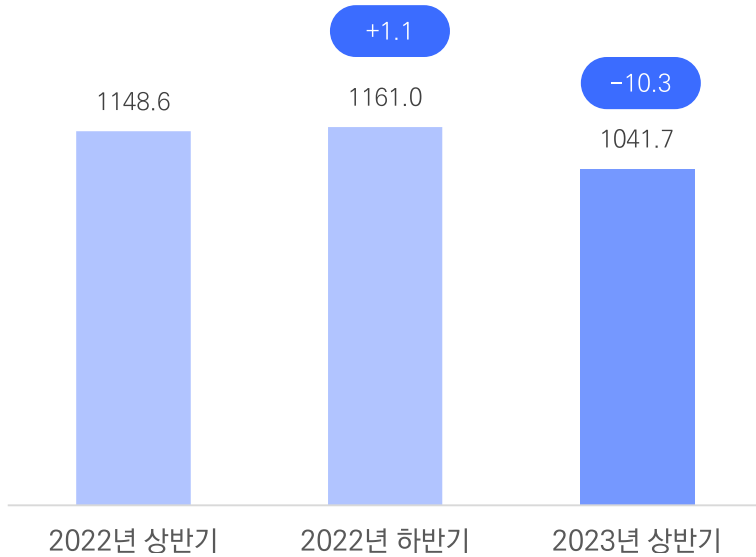
출처: 리서치애드, 2023년 상반기 기준 관련 업종 배너 광고 (PC+MO) 광고비 분석
* 추정치로 실제와 다를 수 있음

2023년 상반기 전문 전자상거래 광고비(배너)가 1041.7억 원으로 가장 많아

- 전문 전자상거래* 광고비는 전 반기 대비 10.3% 감소한 1041.7억 원을 지출
- 이외 종합 전자상거래** 광고비는 전 반기 대비 8.0% 감소하여 449.4억 원 기록, 대형유통*** 광고비는 4.2% 감소한 93.9억 원으로 나타남

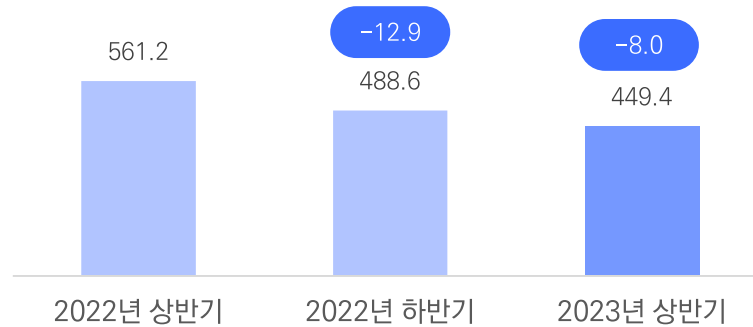
전문 전자상거래* 광고비

■ 이전 반기 대비 광고비 증감률



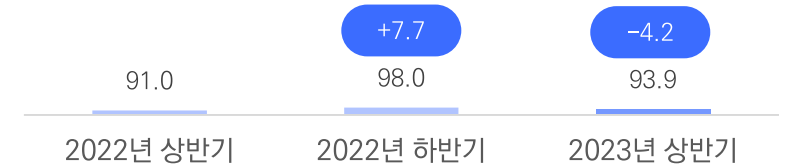
* 기초재전문 온라인 쇼핑물, 식품전문 온라인 쇼핑물, 음료/주류 온라인 쇼핑물 등 포함

종합 전자상거래** 광고비



** 온라인 종합쇼핑물, 온라인 특정쇼핑물, 온라인 종합 B2B쇼핑물 등 포함

대형유통*** 광고비



*** 백화점, 할인양판점, 전자테마점 등 포함

출처: 리서치애드, 2023년 상반기 기준 관련 업종 배너 광고(PC+MO) 광고비 분석
* 추정치로 실제와 다를 수 있음

(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))

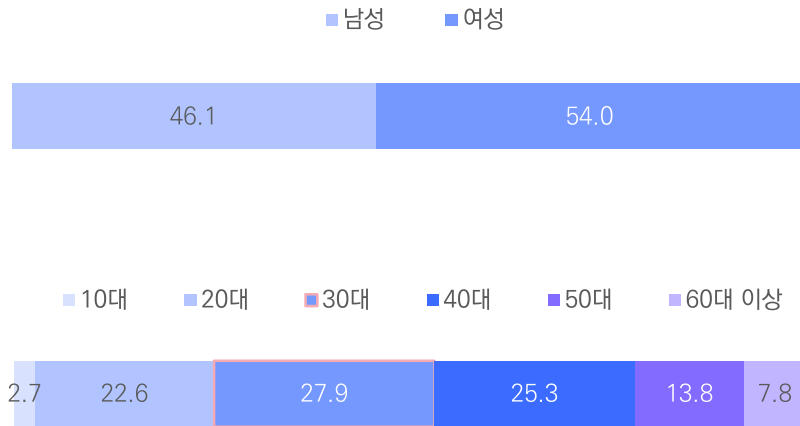
#PAYCO

구매의사를 가지고 방문하는
생활 밀착형 구매 플랫폼

- 11번가, 요기요, 무신사 등 온라인 가맹점과 전국 5대 편의점 등 오프라인 가맹점이 연동되어 지갑 없이 결제가 가능하고, 쇼핑물 할인 쿠폰 제공 부터 적립까지 가능한 생활 밀접 결제 서비스 제공 플랫폼
- 여성 비율이 54.0%로 남성보다 높으며, 30대 이용률이 27.9%로 가장 높게 나타남
- 앱 내 배너 클릭시 포인트가 적립되어 유저 유입 극대화 가능한 상품부터 ROAS 보장 가능한 상품까지 다양한 광고 집행 가능

메인 타겟 인구 통계

(단위: %)

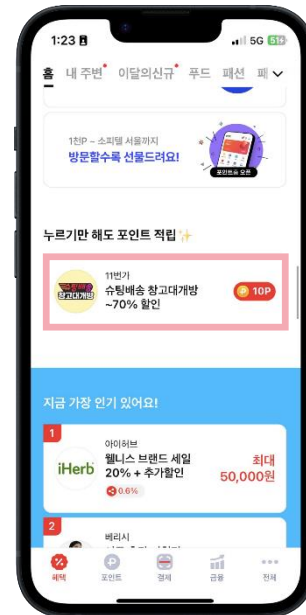


출처: 닐슨 코리아클릭

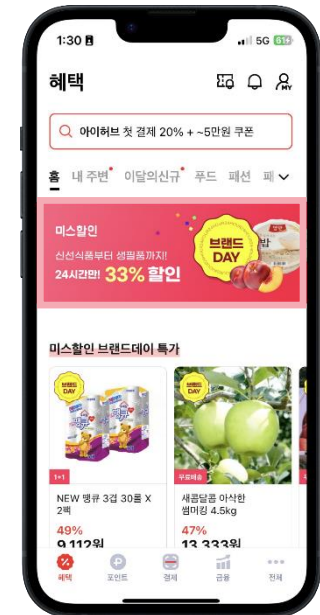
* 2023년 6월 IOS/AOS 합산값 기준
Mobile데이터: 7~69세 기반 월 1회 이상 AOS, IOS 스마트폰 합산 추정 데이터이며,
in-app 브라우징은 해당 app 이용에 포함. 추정치로 실제와 다를 수 있음

주요 상품 및 노출 지면 예시

클릭적립 리워드형 상품(MO)



ROAS 보장형 상품_메인화면(MO)



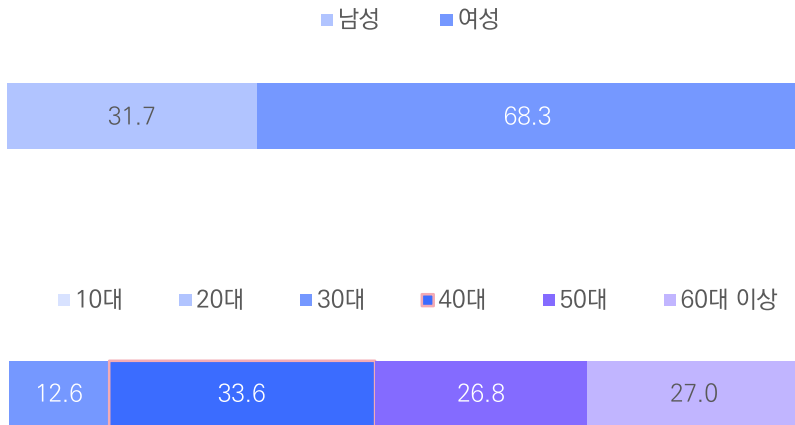
#홈쇼핑모아

홈쇼핑을 모아서 보는 쇼핑 고관여자 집합소

- 18개 TV홈쇼핑 생방송 시청부터 상시 추가 할인 혜택, 최저가 가격 비교 시스템 및 홈쇼핑 본방 사수 알림 설정 기능까지 제공하는 플랫폼
- 여성 비율이 68.3%로 남성보다 높으며, 40대 이용률이 33.6%로 가장 높게 나타남
- 홈쇼핑 방송 시점에 여러 광고 상품(팝업, 생방송 순위, 푸시메시지)을 사용해 생방송 중 사용자를 최대한 유입 가능한 생방송패키지 등 집행 가능

메인 타겟 인구 통계

(단위: %)

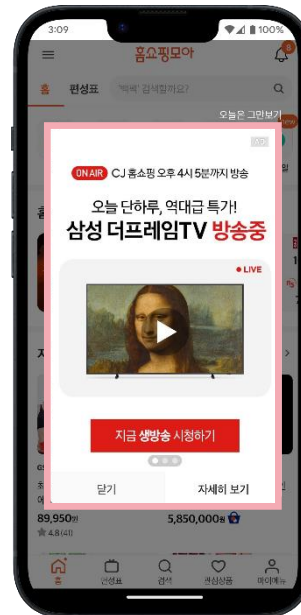


출처: 닐슨 코리아클릭

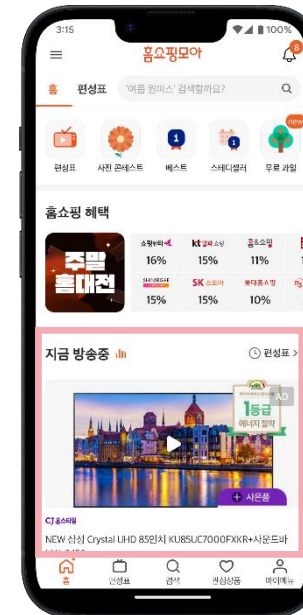
* 2023년 6월 IOS/AOS 합산값 기준
 Mobile데이터: 7~69세 기반 월 1회 이상 AOS, IOS 스마트폰 합산 추정 데이터이며,
 in-app 브라우징은 해당 app 이용에 포함. 추정치로 실제와 다를 수 있음

주요 상품 및 노출 지면 예시

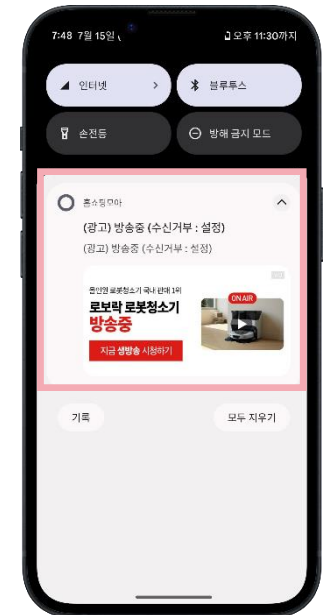
팝업(MO)



생방송 순위(MO)



푸시 메시지(MO)



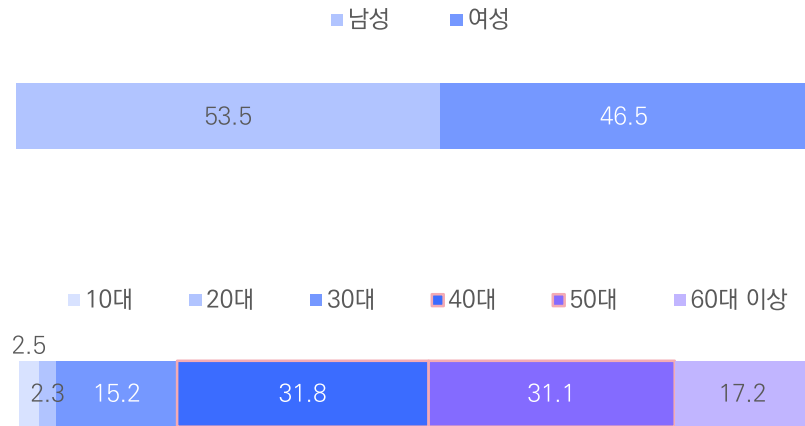
#OK캐시백

다양한 브랜드의 가맹점에서 적립과 사용이 가능한 마일리지 서비스

- 사용자가 해당 어플을 통하여 온라인 쇼핑을 할 때 일정 비율의 캐시백을 제공하는 쇼핑 캐시백 서비스로, 다양한 온라인 쇼핑물과 제휴하여 프로 모션도 제공
- 남성 비율이 53.5%로 여성보다 높으며, 40대와 50대 비율이 각각 31.8%, 31.1%로 높게 나타남
- 쇼팅탭 내 3개 구좌에 24시간 노출되어 클릭 반응률이 매우 높은 타임딜 등 집행 가능, 상품과 제휴사 프로모션을 연계해 높은 주목도 창출 가능

메인 타겟 인구 통계

(단위: %)

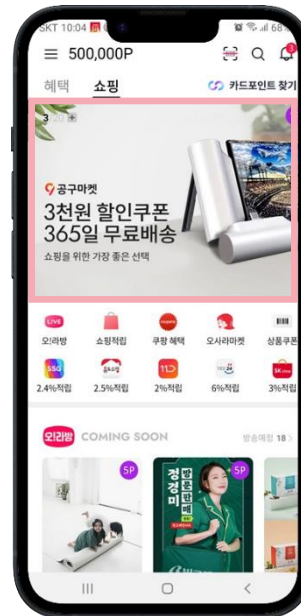


출처: 닐슨 코리아클릭

* 2023년 6월 IOS/AOS 합산값 기준
Mobile데이터: 7~69세 기반 월 1회 이상 AOS, IOS 스마트폰 합산 추정 데이터이며,
in-app 브라우징은 해당 app 이용에 포함. 추정치로 실제와 다를 수 있음

주요 상품 및 노출 지면 예시

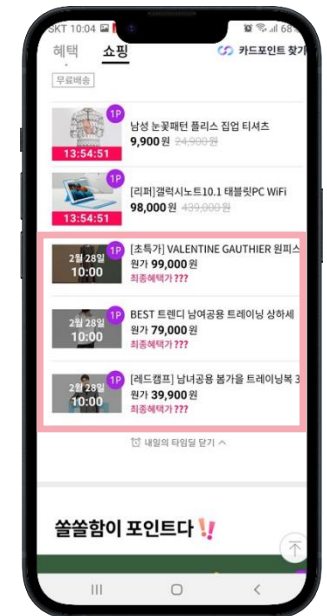
쇼핑탭블럭(MO)



타임딜(MO)



타임딜 내일예고(MO)



E.O.D

리포트 문의

미디어트렌드팀(인사이트)

| ad_news@incross.com

매체 관련 문의

미디어트렌드팀(채널)

| media@incross.com

※본 리포트의 2차 가공 및 무단 배포를 금합니다.

마인뉴스 구독하기