

Jun 2025

KR eCommerce Monthly Newsletter

NielsenIQ Korea
eCommerce Intelligence

NIQ

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



NIQ eCommerce

eRetailer News

Category Trend

Sample Report

eCom Solution
소개

Coupang



쿠팡, 지난달 국내 중소기업의 대만 진출 지원 확대를 결정

- 2022년 대만에 진출한 쿠팡은 작년 상반기 대만 3호 풀필먼트(통합물류)센터를 열었고, 현재 3개 풀필먼트 센터를 운영 중. 쿠팡을 통해 대만에 판매 중인 상품 3건 중 2건(70%)은 한국 중소기업 제품.
- 쿠팡은 지난달 국내 중소기업의 대만 진출 지원 확대를 결정. 이를 위해 쿠팡은 중소벤처기업부, 대·중소기업과 농어업 협력재단과 협력해 동반진출 지원사업을 전개.
- '대만 쿠팡'을 중심으로 상품 등록, 마케팅, 물류, 통관, 고객응대까지 수출 전 과정에 걸친 맞춤형 지원을 제공하는 게 핵심.

FMCG Focusing

쿠팡의 대만 시장 판매 가속화는 크로스보더 역직구 시장 또한 우위를 점할 수 있을지 주목

Source: <https://news.nate.com/view/20250526n34522>

Naver x CU



네이버, 쿼커머스 확대하는 CU...네이버 지금배달 입점

- 편의점 CU가 네이버플러스 스토어의 '네이버 지금배달' 서비스에서 배달·픽업 서비스를 오픈.
- CU는 네이버 지금배달 서비스를 통해 1만8,500여 개 점포에서 쿼커머스 서비스를 제공함으로써 편의점에 대한 고객의 접근성과 쇼핑 편의성을 대폭 강화하겠다는 전략.
- 네이버플러스 스토어 앱이나 웹 페이지의 '지금배달' 메뉴를 통해 접속할 수 있으며, 반경 1.5km 내의 CU에서 1만원 이상 구매 시 배달비 3,000원으로 배달 서비스를 이용할 수 있으며, 2만 원 이상 구매할 때는 3000원 할인 쿠폰도 사용할 수 있음.

FMCG Focusing

네이버는 지속적인 쿼커머스 시장 투자를 통해 O2O 전략을 강화하는 중

Source: <https://news.mt.co.kr/intview.php?no=2025051510024373518>

G마켓



G마켓, 명품 작구 플랫폼 유치...럭셔리 패션 강화

- 신세계그룹 계열 이커머스 G마켓과 옥션이 명품 작구를 강화하기 위해 G마켓과 옥션은 해외직구 명품 부티크 '어도어럭스'를 유치했다고 지난달 26일 밝힘.
- G마켓과 옥션은 어도어럭스 입점을 통해 글로벌 프리미엄 브랜드 라인업을 강화한다는 전략이며, MD가 엄선한 핫 아이템 추천 코너 등 다양한 명품 패션을 합리적인 가격에 선보일 예정.

FMCG Focusing

쿠팡의 파페치 인수 및 알렉스 앱 출시에 이어서, G마켓의 '어도어럭스' 유치 등 이커머스 업계의 럭셔리/명품 등 뷰티 프리미엄 시장 경쟁이 심화되는 양상을 보임

Source: <https://www.shinailbo.co.kr/news/article/view.html?idxno=2058220>

Kurly

10년 만 흑자 전환의 주요 비결



무료 멤버십 도입
비회원보다 구매 비율이 6배 높은 충성도 높은 회원 확보



물류센터 적극 확장
새벽 배송 지역 늘리고
물류 자동화로 비용은 줄이고



화장품, 패션, 명품 등 비식품군 확대
지난해 화장품 거래 규모가
전년 대비 23% 성장

컬리 첫 흑자 뒤에는 유료 멤버십/뷰티/물류센터 '삼박자'가 견인

- 컬리가 지난 1분기 연결 기준 영업이익 17억 6100만원을 기록하며, 컬리 창립 10년 만에 첫 분기 흑자 달성
- 2022년 11월 뷰티컬리 사업 본격화하면서 기존 식품전문몰에서 뷰티,리빙, 가전 등의 카테고리 확대 전략
- 2023년 8월 유료 컬리 멤버십(멤버십) 출시 이후 160만명 가입자 수 돌파
- 2023년 평택과 창원으로 물류센터 확장하면서 유통공급망 강화와 더불어 자동화 설비를 통한 비용절감 효과

FMCG Focusing

10년 만에 흑자 궤도에 올라섰지만, 지속적인 이익을 달성할지에 대해서 컬리의 행보를 주목할 필요가 있음

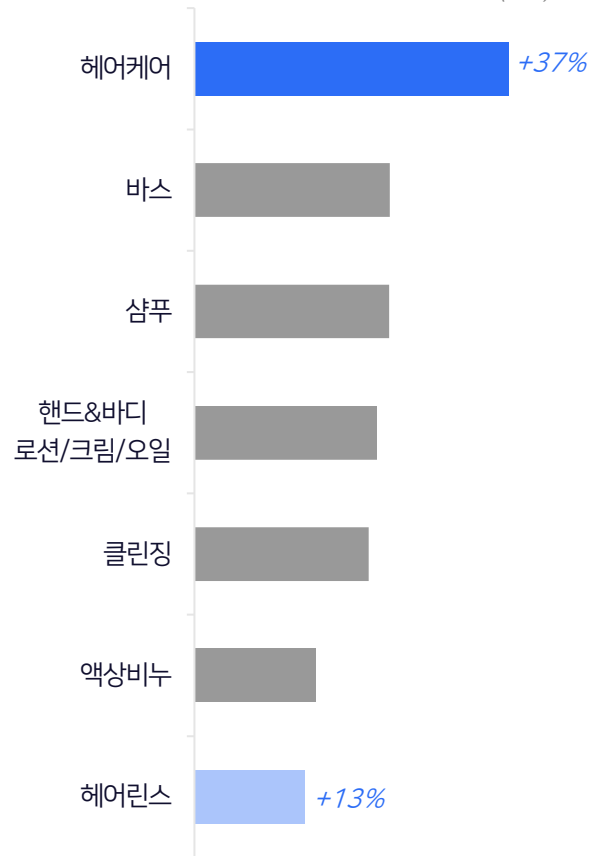
Source: <https://www.chosun.com/economy/industry/company/2025/05/20/SVGKFNKVB8VPAFCFZEF228XE/>

퍼스널케어 (HAIR & BODY+)

- 온라인 퍼스널케어(헤어류/바디케어류/클린징 등) 품목 중 헤어케어 카테고리가 비교적 가장 큰 판매액 성장(+37%) 트렌드를 보임
- 특히, 헤어 제품군(샴푸+린스+헤어케어=100%) 중 헤어케어 판매액 비중이 전년대비 +3%p 커지고, 바디케어 내에선 '핸드' 세그먼트가 큰 판매액 성장(+27%) 트렌드를 보임

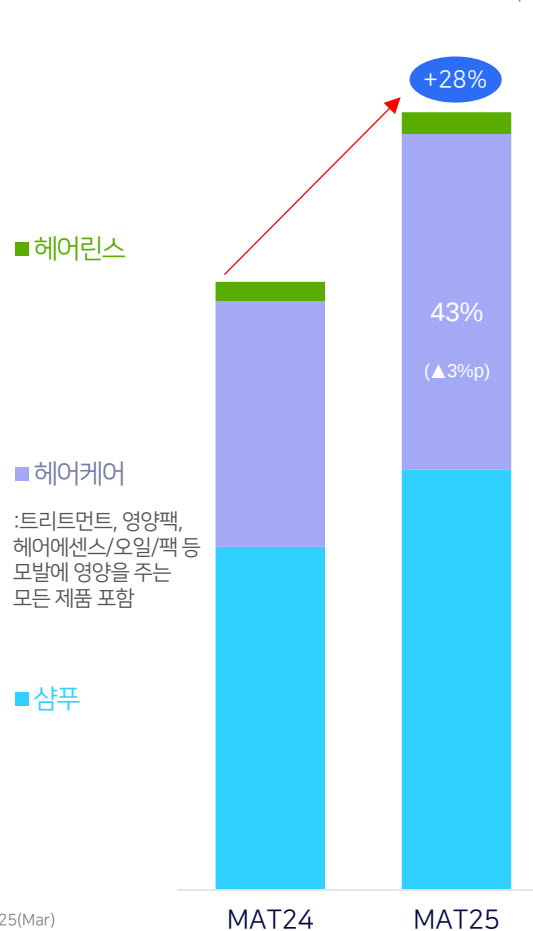
[카테고리별] 온라인 판매액 성장률(%)

MAT25(Mar) vs Ya



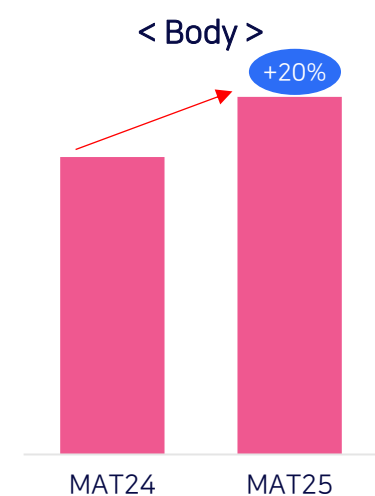
[헤어케어] 온라인 판매액 트렌드

MAT25(Mar) vs Ya

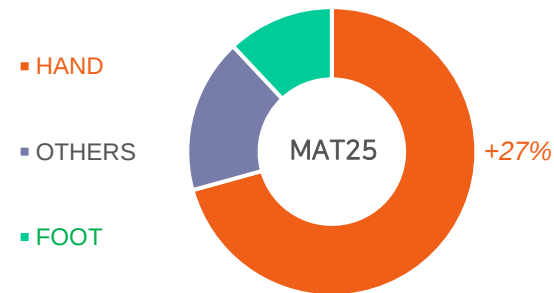


[바디케어] 온라인 판매액 트렌드

MAT25(Mar) vs Ya



< Hand+Foot+Other = 100% >



Source: NIQ eCom, 온라인 퍼스널케어 카테고리, 판매액(및 비중%), 전년비 판매액 성장률(%), MAT25(Mar)

퍼스널케어 (HAIR & BODY+)

- 온라인 샴푸 카테고리에서 ‘헤드&숄더’ 브랜드는 주요 채널에서 Top Brand를 차지하고 있으며, 2위를 놓고 ‘케라시스’, 닥터포헤어, 엘라스틴’ 브랜드들의 채널별 성과가 다르게 나타남
- 온라인 핸드&바디 로션/크림/오일 카테고리는 주요채널에서 ‘일리운’ vs ‘세타필’ 두 브랜드의 Top 순위 경쟁이 치열함

샴푸

TOP3 Brand		MAT25(Mar)			
		전체 온라인	쿠팡	네이버	하이퍼몰
TOP1	헤드&숄더	헤드&숄더	헤드&숄더	헤드&숄더	헤드&숄더
TOP2	케라시스	케라시스	케라시스	닥터 포헤어	엘라스틴
TOP3	닥터 포헤어	엘라스틴	바이오가	케라시스	

핸드&바디 로션/크림/오일

TOP3 Brand		MAT25(Mar)			
		전체 온라인	쿠팡	네이버	하이퍼몰
TOP1	일리운	일리운	세타필	세타필	
TOP2	세타필	세타필	일리운	뉴트로지나	
TOP3	아토팜	아토팜	몽디에스	존슨즈베이비	

* Source : eCom Index(Online), Top Brand by Channels, Sales value(%), Sales value(%), MAT25(Mar)

TOP Growing SKU (전체 온라인)

샴푸



TOP1

TOP1 엔엔비코스메틱 바이아우어 블랙비어 이스트 샴푸 PUMP 1017MLX2S

TOP2 더스킨팩토리 쿤달 허니&마카다미아 베이비파우더 샴푸 PUMP 1058MLX2S

TOP3 P&G 헤드&숄더 가려운 두피케어 샴푸 PUMP 1200ML



TOP2



TOP3

핸드&바디 로션/크림/오일



TOP1

TOP1 아로마티카 아로마티카 서렌 라벤더&마조람 바디오일 100ML

TOP2 갈더마 세타필 모이스처라이징 로션 PUMP 591ML

TOP3 글락소 스미스클라인 피지오겔 레드수딩 AI 리페어 크림 100ML



TOP2



TOP3

* Source : eCom Index(Online), Total Online, Top3 growing SKU, Sales value(%), MAT25(Mar)

NIQ eCommerce

eRetailer News

Category Trend

Sample Report

eCom Solution
소개

1) eCommerce Index



온라인 전체시장 규모 및 주요 온라인 유통사별 '제조사/브랜드/SKU' 단위의 성과 지표 데이터를 활용하여, eCommerce 시장 내의 실질적인 인사이트 기반의 KPI 도출 및 판매, 마케팅 전략 수립이 가능

< NIQ eCommerce Data 특징점 >

- 매월 반영되는 구매자 데이터를 바탕으로 닐슨의 독자적인 methodology를 적용해 전체 온라인 시장을 추정
- 이를 위해 demographic, e-Retailer, Industry별로 더 세분화한 디자인으로 설계하였으며, 이는 NIQ의 높은 정확도를 보장
- 닐슨에서 사용하는 consumer source data는 Mega panel + Payment + ePos의 다양한 데이터로 수집되고 있기 때문에 bias로 인한 데이터의 error가 나타날 확률 최소화

3) Output Specification (Projected data)

Market	Product	Fact	Period
- 온라인 전체 - 오픈마켓 - 쿠팡 - 대형마트 온라인몰 - 기타몰 - 개별 온라인 유통사: 네이버 / G마켓 / 쿠팡* / 올리브영*	- 전체 카테고리 - 제조사 - 브랜드 - 세그먼트* - Top SKU* (*Projected share% 점유율 지표만 제공가능)	- 판매액 - 판매수량 - 판매량* - 판매액 점유율%	- 월간 지표 - 최근 2-3년

(*카테고리별 상이)

* Delivery: 닐슨 Discover Platform 구독 or Excel Topline Report 송부

** Available category: 약 80여개의 소비재(FMCG) 식품/비식품 카테고리 제공가능 (별도 문의)

2) Online Market Coverage (e-Retailers +20개 이상 채널 수집)

오픈마켓	쿠팡	대형마트몰	기타몰 (총합몰 / 홈쇼핑몰 / 버티컬몰 등)
네이버쇼핑 G마켓 11번가 옥션 인터파크	쿠팡	이마트 롯데마트 홈플러스 트레이더스	롯데온 롯데대형쇼핑 올리브영 GS SHOP AK몰 마켓로보 CJ온스타일 NS홈쇼핑 위메프 현대Hmall 홈&소품 티몬

* 개별 e-Retailer level 제공 가능

4) Expected Output (Insight)



구매 문의

NIQ 담당 비즈니스 파트너에게 연락
(Client Business Partner)

NIQ eCommerce팀
✓ 이메일 문의: Jungin.park@nielseniq.com
✓ 유선 문의: 010-9065-0303 (박정인 부장)

구매 프로세스

- 1. 닐슨IQ 담당자에게 연락 및 문의하기
- 2. 고객 니즈 기반 이커머스 데이터 컨설팅 미팅
- 3. eCommerce 데이터 제안서(견적안) 송부
- 4. 계약서 작성
- 5. 데이터 송부 (Data Delivery)
- 6. 계약기간 종료까지 관련 문의사항 응대

2025년 상반기 발간 일정

JAN/FEB	건강기능식품 (Health Functional Food)
MAR	펫푸드 (Pet Food)
APR	커피류 (Coffee)
MAY	뷰티 (Beauty)
JUN	헤어&바디 (Hair & Body)
하반기	음료/스낵/제지류/세제류 등 예정
* 예상 일정이며, 관심있는 FMCG카테고리를 알려주시면 해당 카테고리의 최신 동향에 대해 우선적으로 다뤄드립니다.	

THANK YOU



About NIQ

NIQ, the world's leading consumer intelligence company, reveals new pathways to growth for retailers and consumer goods manufacturers. With operations in more than 100 countries, NIQ delivers the most complete and clear understanding of consumer buying behavior through an advanced business intelligence platform with integrated predictive analytics. NIQ delivers the Full View.

NIQ was founded in 1923 and is an Advent International portfolio company. For more information, visit [NIQ.com](https://www.niq.com)

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All rights reserved.