

Oct 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, 대구 수성알파시티에 AI 기반 물류센터 연내 가동

- 쿠팡이 대구 수성구 수성알파시티에 618억 원을 투자해 AI 기반 자동화 시스템을 갖춘 스마트물류센터를 구축하며, 11월부터 본격 운영을 시작한다.
- 이 센터는 로켓배송 효율을 높이고, 지역 소상공인의 전국 유통을 지원하는 물류 혁신 모델로 평가된다.
- 쿠팡은 대구 시민을 우선 채용해 800여 개의 일자리를 창출하며 지역 경제 활성화에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대된다.
- **FMCG Focusing**
AI 기반 스마트물류센터는 빠른 회전율이 핵심인 FMCG 제품의 지역 내 재고 최적화와 초고속 배송을 가능케 해, 고객 만족도와 판매 효율을 동시에 극대화 함.

Source: <https://www.hellot.net/news/article.html?no=105798>

Naver·Kurly

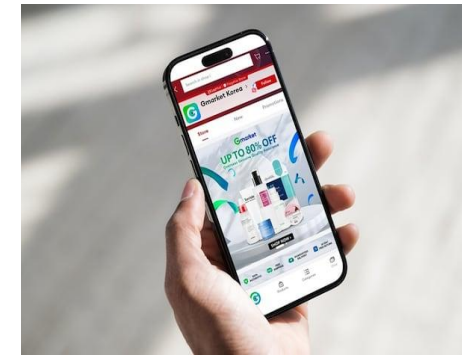


네이버, 컬리 지분 일부 인수... 동맹 넘어 혈맹

- 네이버가 컬리의 초기 투자자들로부터 약 5~6%의 지분을 500~600억 원에 인수하며, 양사의 협력 관계가 전략적 동맹 수준으로 진화하고 있다.
- 이번 지분 인수는 컬리가 네이버의 쇼핑 앱 '네이버플러스 스토어'에 입점해 '컬리N마트' 서비스를 시작하며 새벽배송 경쟁력을 보완했다.
- 이번 제휴는 단순 입점을 넘어 식품 커머스 분야에서 네이버의 약점을 보완하는 전략적 동맹으로 평가받고 있다.
- **FMCG Focusing**
네이버의 컬리 지분 확보는 신선식품 중심의 FMCG 시장에서 라스트마일 경쟁력을 강화하고, 플랫폼 내 소비자 체류 시간을 늘리는 핵심 전략으로 작용함.

Source: <https://zdnet.co.kr/view/?no=20250923175922>

Gmarket



G마켓, 동남아 이커머스 '라자다' 제휴... 신세계·알리바바 합작 첫 성과

- G마켓이 동남아 이커머스 플랫폼 '라자다'와 전략적 제휴를 맺고, 약 2000만 개의 다양한 상품을 현지에서 판매하여 글로벌 판로를 본격적으로 확대한다.
- 판매자는 간단한 동의 절차 후 상품을 연동하고, 인천 물류센터까지만 배송하면 국제 배송과 고객 응대는 G마켓과 라자다가 담당한다.
- 이번 제휴는 신세계와 알리바바 JV의 첫 협업 성과로, G마켓은 향후 유럽, 남아시아, 남미 미국 등 알리바바가 진출한 200여 개국으로 판로를 확대할 계획이다.
- **FMCG Focusing**
G마켓의 라자다 제휴는 국내 FMCG 브랜드에 동남아 1억6000만 소비자와 연결되는 저비용, 고효율의 글로벌 유통 채널을 제공함.

Source: <https://biz.chosun.com/distribution/channel/2025/09/29/43MQYZ6QXFGOTARP813XFEDX4/>

Q-Commerce



새벽·당일배송은 옛말... 유통가, 1시간 '퀵커머스' 경쟁

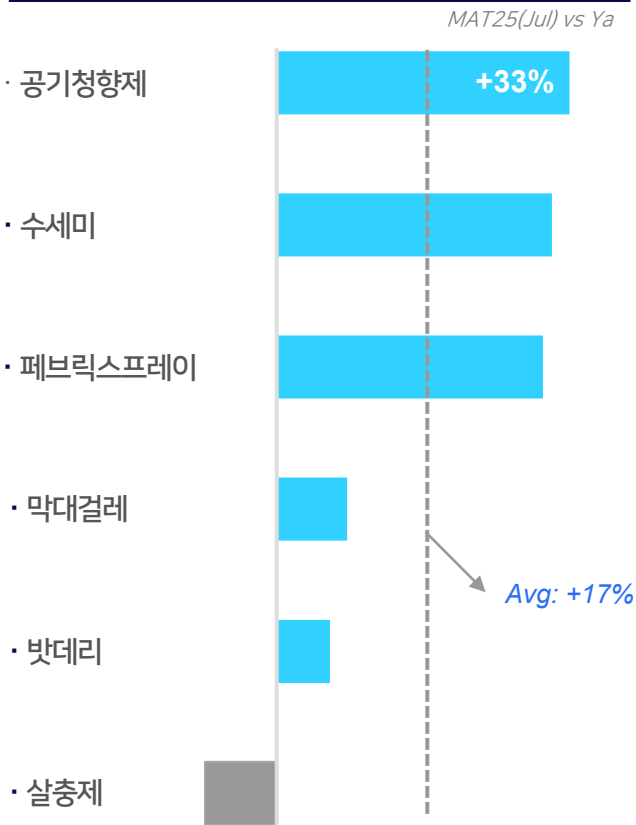
- 국내 유통업계는 1시간 내 배송을 목표로 퀵커머스 경쟁에 뛰어들며, 편의점·대형마트·이커머스가 배달앱과 제휴하거나 자체 서비스 확대 중이다.
- GS리테일은 배달앱 3사와 모두 제휴한 유일 기업으로, GS25·GS더프레시 매장을 중심으로 퀵커머스 적용 매장을 빠르게 늘리고 있다.
- 모바일 소비 확산과 1~2인 가구 증가로 퀵커머스 수요가 커지며, 업계는 빠른 배송과 제품 차별화를 통해 경쟁력을 강화하고 있다.
- **FMCG Focusing**
퀵커머스 확산은 FMCG 브랜드에 즉시 소비되는 제품의 가치를 극대화할 수 있는 새로운 유통 기회를 제공함.

Source: <https://www.pinpointnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=379766>

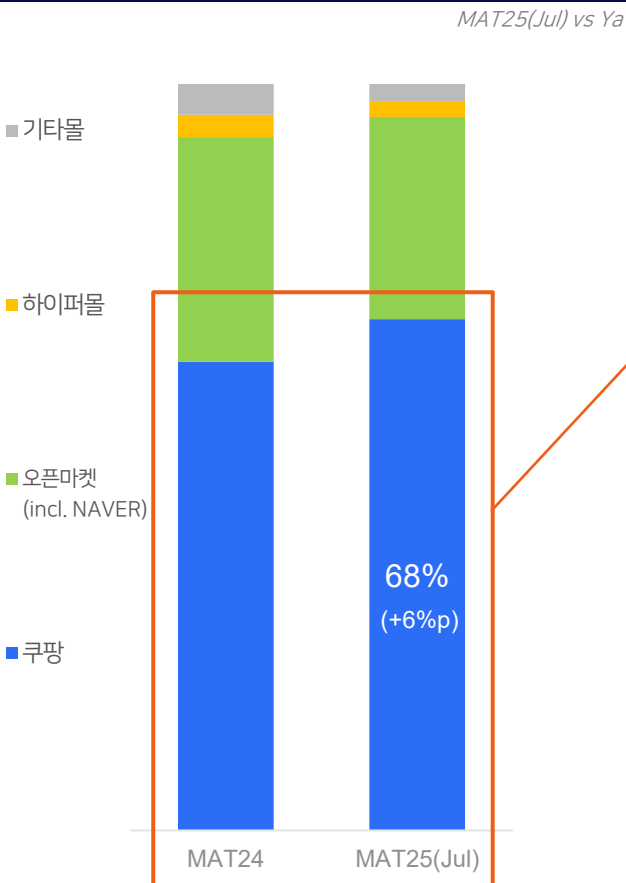
가정용품 (Household Products)

- 전체 온라인에서 가정용품(하단 6개 품목 기준) 판매액은 전년 대비 약 +17% 상승 했으며, **공기청향제** 카테고리 **+33%**로 가장 높은 성장률을 기록한 반면, 살충제는 -8% 역성장을 보임.
이는 온라인 소비자의 위생·환경 중심 선호 트렌드가 제품별 수요에 직접적인 영향을 미치고 있음을 시사함.
- 채널별 가정용품 판매 중요도는 쿠팡에서 전년 대비 약 +6%p 상승한 반면, 쿠팡외 타채널은 모두 보합 및 하락세를 보이며 쿠팡의 채널 중요도가 지속 확대 중.
쿠팡내에서 **페브릭스프레이** 카테고리가 전년 대비 **+54%**로 가장 높은 판매액 성장률을 기록하며, 소비자 취향이 향기와 청결 중심의 기능성 소비 패턴이 확대되고 있음을 유추 할 수 있음.

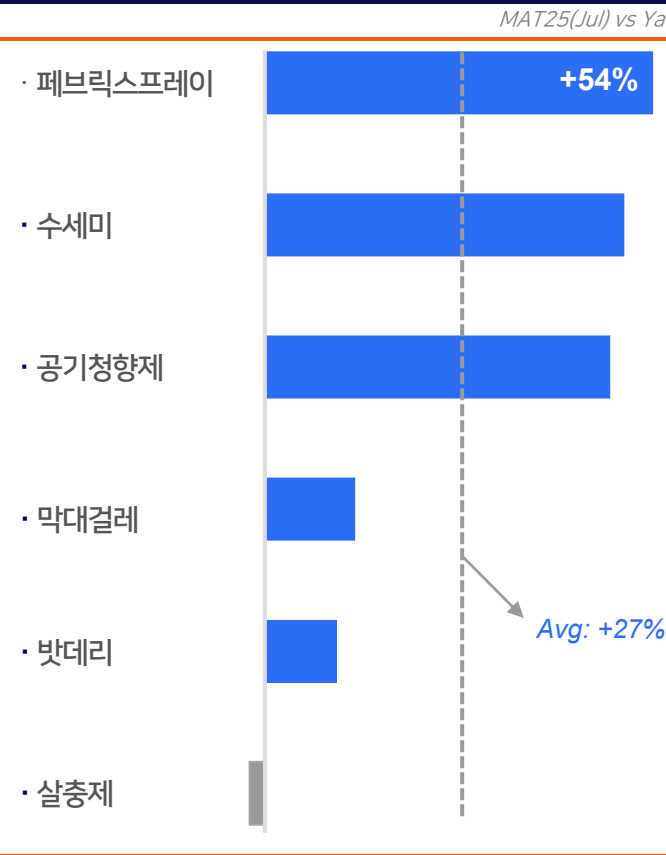
[카테고리별] 온라인 판매액 성장률(%)



[가정용품] 온라인 채널별 판매액 트렌드



[카테고리별] 쿠팡 채널 내 판매액 성장률(%)



가정용품 (Household Products)

- 공기청향제 카테고리의 전년 동기간 대비 가장 성장을 많이 한 1위 제품은 프리미엄 브랜드 '더티린넨'의 탈취제로, 오픈마켓(네이버 포함) 채널에서 TOP3 브랜드 순위에 기여함. 특히, 고가 제품임에도 불구하고 소비자들이 품질 중심의 선택을 강화하고 있다는 점에서 **프리미엄 수요가 확대**되고 있음을 보여줌.
- 전체 온라인 시장에서 수세미 카테고리는 여전히 '스카치 브라이트' 브랜드가 강세지만, 프리미엄폴리머 수세미 시장의 대표 미국 브랜드인 '스크럽대디'가 수세미 카테고리에서 TOP Growing SKU 1위에 선정됨. 이는 SNS 입소문이 제품 확산에 미치는 버즈 효과와 더불어, 소비자들이 가성비보다 **기능성과 디자인을 중시**하는 가심비의 소비 성향으로 구매 기준을 변화시키고 있음을 시사함.

[공기청향제]

TOP3 브랜드		MAT25(Jul)		
	전체 온라인	쿠팡	오픈마켓	대형마트 온라인몰
TOP1	헤트라스	헤트라스	바스	페브리즈
TOP2	코코도르	코코도르	에이센트	비아지오
TOP3	바스	페브리즈	더티린넨	베르도

TOP Growing SKU

MAT25(Jul) vs YA

TOP1





	전체 온라인
1	라요이컴퍼니 더티린넨 탈취제 300G
2	알에이아이엔티 에이센트 네이처 디퓨저 리필 500ML
3	리체 바스 생활 탈취제 빅 섀넛치 1100G

[수세미]

TOP3 브랜드		MAT25(Jul)		
	전체 온라인	쿠팡	오픈마켓	대형마트 온라인몰
TOP1	스카치 브라이트	스카치 브라이트	노브랜드	스카치 브라이트
TOP2	노브랜드	노브랜드	스카치 브라이트	스카트
TOP3	스카트	스카트	스크럽대디	프로그

TOP Growing SKU

MAT25(Jul) vs YA

TOP1







	전체 온라인
1	오리오 스크럽대디 마미스크럽 스펀지 3S
2	3M 스카치브라이트 내추럴 옥수수 그물망사 수세미 18X20CM 3SX3S
3	와이비케이코퍼레이션 아케이바이 노스크레치 수세미 20X20CM 10S

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 - 오픈 마켓 - 쿠팡 - 대형마트 온라인몰 - 기타 몰 - 개별 온라인 유통사: 네이버 / 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)

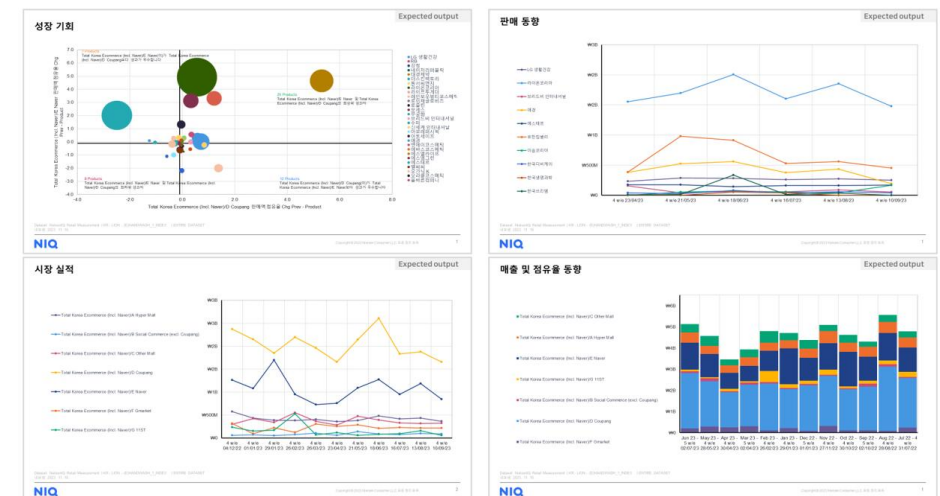
2) Online Market Coverage (e-Retailers +20개 이상 채널 수집)

2025 eCommerce 수집 채널 (약 20개 이상)

오픈마켓	쿠팡	대형마트몰	기타몰 (중합몰/홈쇼핑몰/버티컬몰 등)
네이버* G마켓* 11번가 옥션	쿠팡*	이마트 롯데마트 홈플러스 트레이더스	롯데온 롯데홈쇼핑 올리브영 GS SHOP AK몰 마켓컬리 CJ온스타일 NS홈쇼핑 현대Hmall 홈&쇼핑 홈&쇼핑

* 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 (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

JUL	세제류 (Detergent)
AUG	제지류 (Tissues)
SEP	음료군 (Beverages)
OCT	가정용품 (Household Products)
NOV	냉동식품(Frozen Foods)
DEC	제과류 (Confectionary)

* 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.