

Q1 2026

KR E-Commerce Newsletter (Pet Food)

NielsenIQ Korea
E-Commerce Intelligence

NIQ

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



NIQ eCommerce

eCom News Clip

Category Trend

Sample Report

eCom Index 소개

[New]
QSR dynamics

네이버X컬리

네이버, 컬리와 당일배송 시작...
쿠팡 로켓배송과 경쟁

- 네이버와 컬리가 운영하는 컬리마켓이 수도권 대상 당일배송(자정 새벽배송)을 시작했다. 오후 3시 이전 주문 시 자정 전 도착하며, 일 2회 배송 체계를 구축했다.
- 컬리마켓은 네이버플러스 기반 정보기 서비스로, 사용자 대부분이 멤버십 고객이다. 이를 통해 네이버는 신선식품 강화, 컬리는 고객층 확대 및 물류 효율 증대라는 시너지를 기대하고 있다.
- 이번 확장은 쿠팡이 장악한 로켓배송·로켓프레시 시장 견제 성격이 크며 앞으로 당일·새벽 배송 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다.

FMCG Focusing

네이버X컬리의 당일배송 확대는 FMCG 소비자 구매 트리거가 '편의성 -> 즉시성'으로 이동하며, 정보기 플랫폼의 핵심 경쟁력이 점점 '배송 속도'로 수렴하고 있음을 보여준다.

Source: <https://www.joongang.co.kr/article/25403680>

11번가

11번가, C커머스 징동닷컴과 협약...
역직구 시장 진출, 국내상품 중국판매 강화

- 11번가는 징동닷컴(JD.com)과 협력해 국내 셀러가 징동윌드와이드에 입점하고 중국 전역에 손쉽게 판매할 수 있는 역직구 서비스를 선보인다.
- 이는 아마존 협력에 이은 글로벌 전략 확장으로, 11번가는 중국 시장 진출 지원을 통해 해외 사업을 강화한다.
- 11번가는 최근 수익성을 회복 중이며, 오픈마켓 부문은 22개월 연속 흑자를 기록했다. 또한 이번 협약을 통해 셀러들이 상품 경쟁에 집중할 수 있는 원스톱 지원 체계를 구축할 계획이다.

FMCG Focusing

11번가-징동닷컴 협력은 국내 FMCG 브랜드가 중국 내 '빠른 진입 - 저비용 확장'을 동시에 달성할 수 있는 유통 파이프를 여는 것으로, 중국 소비자에게 즉시성·신뢰성 기반의 경쟁력이 한층 강화되는 계기가 될 것으로 보인다.

Source: <https://www.hankyung.com/article/2026021228321>

올리브영

올리브영, 웰니스 전문 '올리브베라' 1호점
광화문에 개점

- CJ올리브영은 뷰티 중심 올리브영과 별도 브랜드로 웰니스 플랫폼 '올리브베라'를 신설하고, 광화문 D타워에 첫 오프라인 매장을 열었다.
- 2층 규모 매장에서는 약 500여개 브랜드, 3,000여개 제품을 판매하며, 앱에서는 맞춤 추천·루틴 알림 등 기능을 제공한다.
- 올리브베라는 서울 도심 상권을 우선 공략하며 강남에 2호점을 계획하고, '한국형 웰니스' 경험 확장을 목표로 한다.

FMCG Focusing

올리브영의 올리브 베라 출시는 소비가 뷰티 중심에서 '건강·루틴·라이프스타일' 중심으로 확장되고 있음을 보여주는 온·오프라인 통합 전략이다.

Source: <https://www.chosun.com/economy/2026/01/29/Z4UHNX4X5AH7K3QZFL6DDBGDQ/>

NIQ eCommerce

eCom News Clip

Category Trend

Sample Report

eCom Index 소개

[New] QSR dynamics

QSR (맘스터치)



에드워드 리 협업 성공 맘스터치, 이번엔 '중식 대가' 후덕죽과 컬래버

- '후덕죽 셰프 컬렉션'은 맘스터치가 지난해부터 아침 차게 추진 중인 '셰프 컬렉션' 프로젝트의 두 번째 결과물이다. 맘스터치는 이미 지난해 2월 흑백요리사 시즌1 준우승자 에드워드 리와의 협업을 통해 QSR(Quick Service Restaurant) 업계에 큰 반향을 일으킨 바 있다.
- 셰프 컬렉션은 기존 QSR 메뉴와 차별화된 새로운 미식 경험을 제공하면서 가맹점 매출에도 실질적인 성과를 창출하는 전략 모델로 자리잡고 있다.
- 이번 협업은 '중식'이라는 대중적인 카테고리를 빌려 맘스터치의 외연을 한층 확장하려는 의도다.

QSR Focusing

오는 3월 12일 맘스터치 전국 1490여 개 매장에서 정식 출시되며, 앞으로도 셰프 컬렉션을 이어나가며 소비자에게 새로운 미식 경험을 제공할 계획이다.

Source:
https://www.genews.com/article/Distribution/2026/03/20260303153211212056c162803_1

Q-Commerce (CVS)



이마트24, 쿠팡이츠에 입점... 편의점 퀵커머스 경쟁 심화

- 이마트24가 쿠팡이츠에 입점해 즉시배송 서비스를 시작하면서, 신세계 계열사가 경쟁사 플랫폼과 손잡는 '실익 중심' 전략을 선택했다.
- 쿠팡이츠는 GS25-CU에 이어 이마트24까지 확보하며 제휴 기반 퀵커머스 라인업을 확대했고, 편의점들은 퀵커머스를 핵심 성장축으로 강화하고 있다.
- 주요 편의점의 퀵커머스 매출이 크게 증가하며 배달앱-편의점 간 협업 경쟁이 더욱 치열해지는 구도가 형성되고 있다.

FMCG Focusing

편의점-배달앱 퀵커머스 협업 확산은 FMCG소비가 '가장 빠른 배송으로 재편되며 초고속 배송이 브랜드 경쟁력의 핵심이 되고 있음을 보여준다.

Source: <https://www.mk.co.kr/news/economy/11952687>

Global eCommerce



CJ대한통운, 사우디 물류센터 본격 가동 ... '중동 이커머스 공략 박차'

- CJ대한통운은 약 600억 원을 투자해 사우디아라비아에 중동 지역을 위한 대형 글로벌 디스트리뷰션 센터(GDC)를 구축하고 본격 운영을 시작했다.
- 이 센터는 하루 2만 상자 이상 처리 가능한 풀필먼트 허브로, 사우디를 중심으로 UAE·쿠웨이트·카타르 등 중동 주요국에 크로스보드 이커머스 상품을 공급하며 초국경 물류 거점 역할을 수행한다.
- 자동화 로봇, 멀티 셔플 등 첨단 설비를 갖춰 운영 효율성을 높였으며, CJ대한통운은 이를 통해 중동 이커머스 물류 시장에서 경쟁력을 강화한다는 목표다.

FMCG Focusing

CJ대한통운의 사우디 GDC 구축은 K-FMCG 브랜드가 중동에서 빠르게 팔리고 안정적으로 공급될 수 있는 유통 인프라를 확보했다는 의미다.

Source: <https://www.munhwa.com/article/11569014>

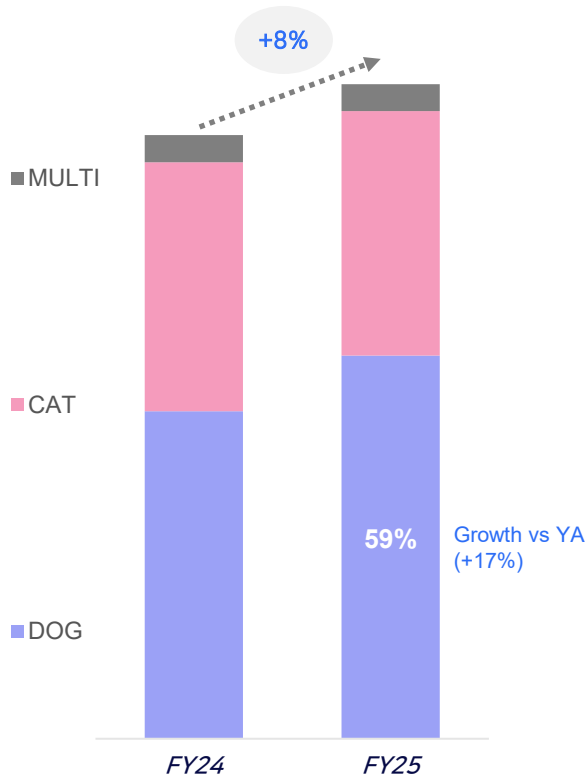
펫푸드 (Pet Food)

- 온라인 펫푸드 카테고리는 전년대비 +8% 성장했으나, 강아지 사료만이 (+)성장을 기록했으며, 고양이 사료와 멀티 사료는 역성장을 기록함. 세그먼트별로는 강아지와 고양이 모두 건식 사료가 습식 사료보다 높은 성장을 나타냈으며, 특히 고양이 사료는 전체 기준으로 마이너스 성장세를 나타냄.
- 온라인 펫푸드 강아지 사료 Top5 제조사의 최근 2개년 분기별 판매액 추이를 살펴보면, Top1 제조사는 전 기간에 걸쳐 꾸준한 우상향을 보이며 다른 제조사 대비 뚜렷하게 높은 점유율을 유지. 반면, Top 2~5위 제조사들은 판매액 순위권 경쟁이 치열하며, 2025년 누적 판매액 기준으로 보았을 때 서로 간의 차이가 두드러지지 않음.

카테고리 트렌드

온라인 전체 펫푸드 by 세그먼트

* MULTI : 개/고양이 공용 (판매액 성장률%)

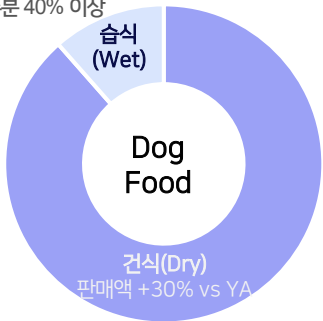


* Source : eCom Index, 온라인 펫푸드 전체, 판매액 성장률%, FY24-25

사료(Food) 세그먼트 비중

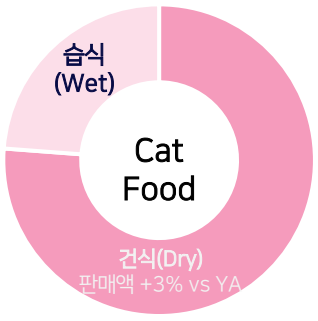
[강아지_사료] 유형 비중

* 습식 : 사료-수분 40% 이상 FY25



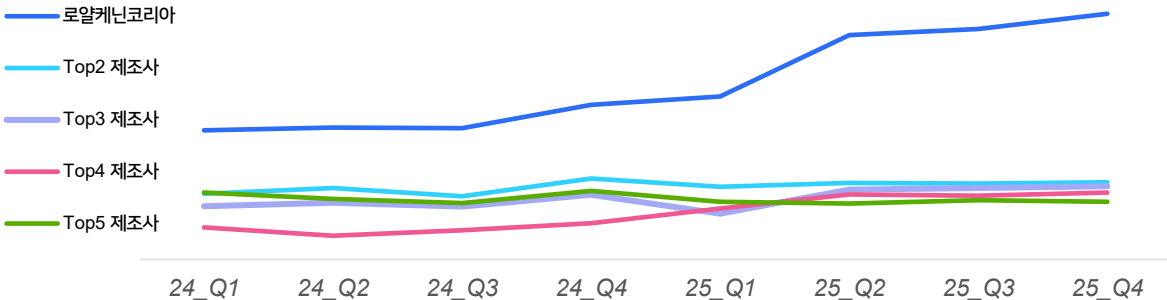
[고양이_사료] 유형 비중

FY25



[FY24-25] 전체온라인 펫푸드(강아지) TOP5 제조사 분기별 판매액 추이

FY24-25



* Source : eCom Index, 온라인 펫푸드 전체 및 세그먼트 별 / 판매액 트렌드, 비중 및 성장률%, FY24-25

펫푸드 (Pet Food)

- 전체 온라인에서 로열케닌 브랜드가 강아지·고양이 사료 모두에서 주요채널별 Top1을 차지하고 있으며, Top growing SKU에도 다수 제품이 포함되며 전체 카테고리 성장을 견인함.
- 지난해 3분기 VS 4분기 비교하여, Top Growing SKU 구성이 건식, 대용량 중심(강아지 8.7kg·12kg, 고양이 4kg·10kg 등)으로 나타나며, 고양이는 대주산업(캐츠랑) 제품이 Top2로 존재감을 유지해 프리미엄(로열케닌)과 가성비 (대주산업) 브랜드간 양극화 구도가 보여지고 있음.

강아지(DOG) - 사료(Food)

H2 2025				
Top Brand				
	전체 온라인	쿠팡	네이버	하이퍼몰
TOP1	로열케닌	로열케닌	로열케닌	스토아브랜드
TOP2	그레인프리	더 리얼	몬지	시저
TOP3	더 리얼	건강백서	프리스크립션 다이어트	건강백서

Top Growing SKU

Q4 vs Q3 2025



TOP1

전체 온라인	
1	로열케닌 로열케닌 미니 인도어 어덜트 개 사료 8.7KG
2	로열케닌 로열케닌 라이트 웨이트 케어 미디엄 개 12KG
3	두원산업 수입 K9 내추럴 냉동 건조 양고기 개 3.6KG

고양이(CAT) - 사료(Food)

H2 2025				
Top Brand				
	전체 온라인	쿠팡	네이버	하이퍼몰
TOP1	로열케닌	로열케닌	로열케닌	캐츠랑
TOP2	캐츠랑	캐츠랑	사이언스 다이어트	로열케닌
TOP3	사이언스 다이어트	사이언스 다이어트	캐츠랑	스토아브랜드

Top Growing SKU

Q4 vs Q3 2025



TOP1

전체 온라인	
1	로열케닌 로열케닌 인도어 27 고양이 사료 4KG
2	대주산업 캐츠랑 비타플러스 전연령 80%이상 닭&참치 고양이 20KG
3	로열케닌 로열케닌 인도어 27 고양이 사료 10KG

* Source : eCom Index, 온라인 펫푸드 세그먼트별 / 채널별, SKU 판매액 성장율, Q4(vs.Q3 2025)

NIQ eCommerce

eCom News Clip

Category Trend

Sample Report

eCom Index 소개

[New]
QSR dynamics

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 특징 >

- 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 및 Credit company payment 를 바탕으로 수집된 자료이기 때문에 bias로 인한 데이터의 error가 나타날 확률 최소화

3) 데이터 범위 (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%	- 최근 2년* - 월간 지표

(*카테고리별 상이)

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

** Available category: 약 100여개의 소비재(FMCG) 식품/비식품 카테고리 (별도 문의)

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

오픈마켓	쿠팡	대형마트몰	기타몰 (총합몰 / 홈쇼핑몰 / 벤티컬몰 등)
네이버쇼핑 G마켓 11번가 옥션 인천파크	쿠팡	이마트 롯데마트 홈플러스 트레이더스	롯데온 롯데대우쇼핑 올리브영 GS SHOP AK몰 마켓로보 CJ온스타일 NS홈쇼핑 위메프 현대Hmall 홈24쇼핑 티몬

* 개별 e-Retailer level 제공 가능

4) Expected Output (Insight)



[New] QSR dynamics 소개



NIQ eCommerce

eCom News Clip

Category Trend

Sample Report

eCom Index 소개

[New] QSR dynamics

1) QSR dynamics



'Quick Service Restaurant (QSR)' 는 고객의 빠른 주문과 신속한 식음료 제공을 핵심 가치로 하는 산업으로, 패스트푸드 중심의 배달·테이크아웃 확산과 함께 외식시장의 성장을 주도하고 있는 산업.

주로 치킨·피자·버거·커피·베이커리 등 일상 소비 빈도가 높은 카테고리가 대표적이며, 최근 한식·양식·일식 등 다양한 업종으로 확대 중.

< NIQ QSR 데이터 특징 >

- ✓ QSR Market Index Projection Data: 메가 패널에 기반한, 대표성 있는 시장 추정치 제공 (카드 결제 정보 메가패널 프로잭션 데이터 + 외부 공식 정보를 참고한 보조 데이터 결합)
- ✓ Competitive Dynamics: 브랜드별 성과에 기반한 오프라인 점포수 변화 및 온라인 배달앱, 자체앱 등의 채널 구조 변화 진단이 가능하며, 실제 QSR 시장의 객관적인 경쟁 구조를 파악 가능
- ✓ Insight Analytics Report: 각 QSR 카테고리별 고객사 이슈에 기반한 신제품 및 프로모션 성과등이 포함된 인사이트 분석 리포트 제공 가능

3) 데이터 범위 (Projected data)

카테고리 A	치킨 / 피자 / 버거 / 커피 / 베이커리 (5)
카테고리 B	한식 / 양식 / 일식 / 중식 업종별 세부 카테고리* *세부 카테고리: 족발·보쌈, 고기류, 찜/탕, 샌드위치, 요거트, 샐러드/브런치, 디저트, 떡볶이, 감밥, 아시안, 멕시코, 파스타/스테이크, 마라류, 돈까스, 초밥, 도시락, 죽 등 고객사가 필요한 카테고리 선택 및 브랜드 리스트를 사전 협의 후 제공 가능.

MARKET

- ✓ 카테고리 전체(온+오프)
- ✓ 오프라인(스토어)
- ✓ 온라인 by 결제채널
 - 배달앱* (Delivery app)
 - 자사앱 (D2C app)

*포함: 배달의민족, 쿠팡이츠, 요기요, 뽕겨요

PRODUCT

- ✓ 카테고리 Total
- ✓ Top 10 Brand*

*상위 브랜드 선정기준: 감사보고, 사업보고, 신용평가보고 기반 상위 브랜드 선정.

*타겟 브랜드 포함여부 협의 가능

FACT

- ✓ 판매성과 지표
 - 구매액
 - 이용건수
 - 고객수
 - 객단가
 - 거래 빈도
- ✓ 구매자 특성 지표
 - 성별 (남성 / 여성 / 법인)
 - 연령 (5세 단위 구간)
 - 거주시도명 (서울, 부산 등)

PERIOD

- ✓ 월간 (Monthly)*
- ✓ 월 데이터는 -> 익월 4주차 송부
- ✓ Back-data 제공가능 (최근 2개년)

*월간 데이터가 기본 제공이나 신제품 출시 및 이벤트 발생 등으로 특정 기간의 트렌드 확인, 필요시 -> 주간 데이터로 확인 가능

2) 데이터 수집 및 패널 정보

데이터수집	국내 거주 신용/체크카드를 이용하여 업종별 실제 결제된 구매정보
채널 / 커버리지	전체시장 = 오프라인(점포) + 온라인(자사앱 및 배달앱*) 모두를 포함한 성과 *배달앱: 배달의민족, 쿠팡이츠, 요기요, 뽕겨요 포함
패널 연령	국내 업종별 체크/신용카드 결제한 전연령 고객 (19세 이하 ~ 70대 이상, 법인카드 포함)
패널 구성	해당 업종(카테고리)를 실제 구매한 월 100만명 이상의 고객 수* *고객수는 각 카테고리별 상이, 예: 치킨(100만+), 버거(200만+), 커피(800만+) 등
카테고리	치킨 / 피자 / 버거 / 커피 / 베이커리 + 한식/양식/일식 업종내 세부 카테고리
방법론	카드사 업종코드 기준 시장실적을 모집단으로 한 결제 데이터와 보조 멀티소스 데이터(공공/민간/상권 데이터 및 이벤트 프로모션 정보)를 결합하여 카테고리별 전체 시장 사이즈를 추정하는 '프로젝션' 모델링 적용.

4) Expected Output (Topline Report)

- 카테고리 예시: 치킨 판매성과 지표

치킨브랜드 주요 성과		2025 Total & Monthly (1-12월)											
		Actual Data						Share%					
		주요지표			결제채널			주요지표			결제채널		
Rank	Brand	구매액 (백만원)	고객수 (명)	이용건수 (건)	객단가 (원)	거래빈도 (건)	오프라인	온라인	자사앱	배달앱	오프라인	온라인	배달앱
Total		9,000,000	14,000,000	17,000,000	27,500	1.03	5,400,000	900,000	2,700,000	100%	100%	100%	100%
1	교촌치킨	1,000,000	1,400,000	1,540,000	28,000	1.03	600,000	100,000	300,000	11%	10%	11%	11%
2	BHC	800,000	1,300,000	1,430,000	26,000	1.03	400,000	80,000	240,000	9%	8%	9%	9%
3	BBQ	700,000	1,100,000	1,210,000	30,000	1.03	300,000	70,000	210,000	8%	7%	8%	8%
4	글래	500,000	600,000	660,000	30,000	1.03	200,000	50,000	150,000	6%	5%	6%	6%
5	차갯집양념치킨	400,000	350,000	385,000	25,000	1.05	240,000	40,000	120,000	4%	3%	4%	4%
6	60계치킨	200,000	250,000	275,000	30,000	1.03	120,000	20,000	60,000	2%	2%	2%	2%
7	푸라닭	200,000	240,000	264,000	29,000	1.02	120,000	20,000	60,000	2%	2%	2%	2%
8	노랑통닭	150,000	350,000	385,000	26,000	1.02	90,000	15,000	45,000	2%	3%	2%	2%
9	자담치킨	100,000	200,000	220,000	31,000	1.02	60,000	10,000	30,000	1%	1%	1%	1%
10	내배치킨	100,000	220,000	242,000	26,000	1.03	60,000	10,000	30,000	1%	2%	1%	1%
-	기타	4,850,000	7,890,000	10,053,405	27,000	1.06	2,910,000	485,000	1,455,000	54%	56%	54%	54%

* 해당 수치는 예시 정보의 참고 목적으로 기재되었으며 실제 수치는 무관함



NIQ eCommerce

eCom News Clip

Category Trend

Sample Report

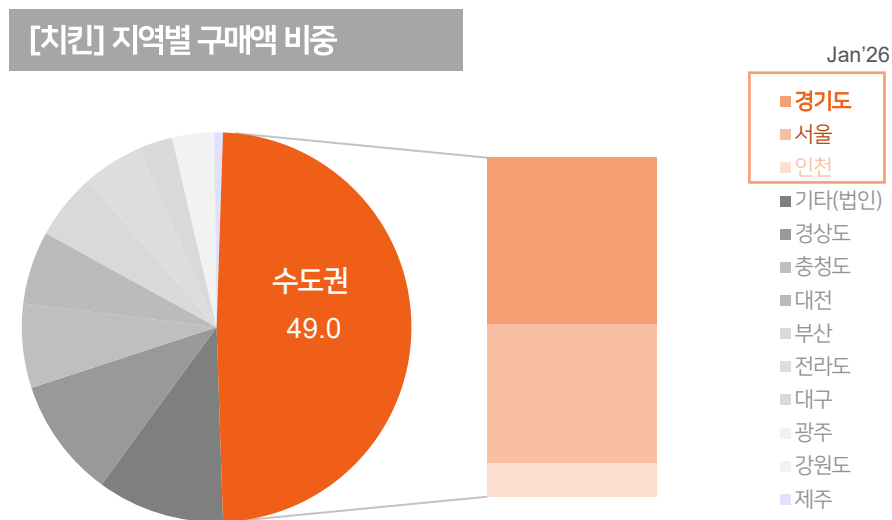
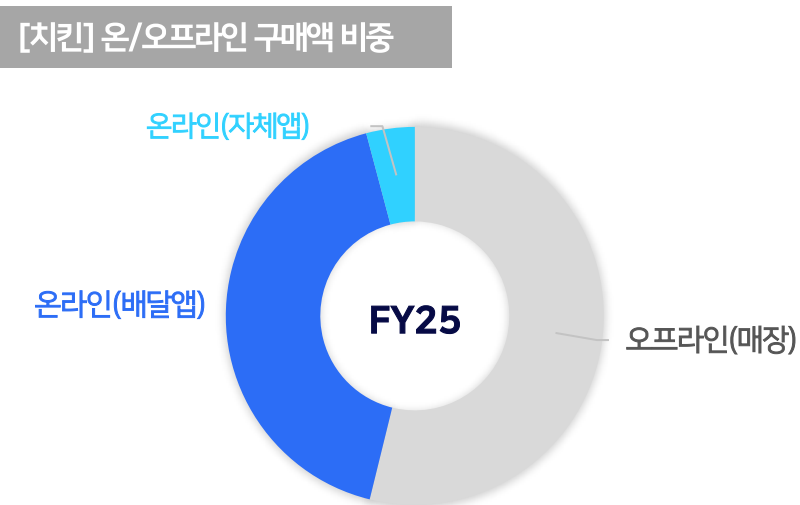
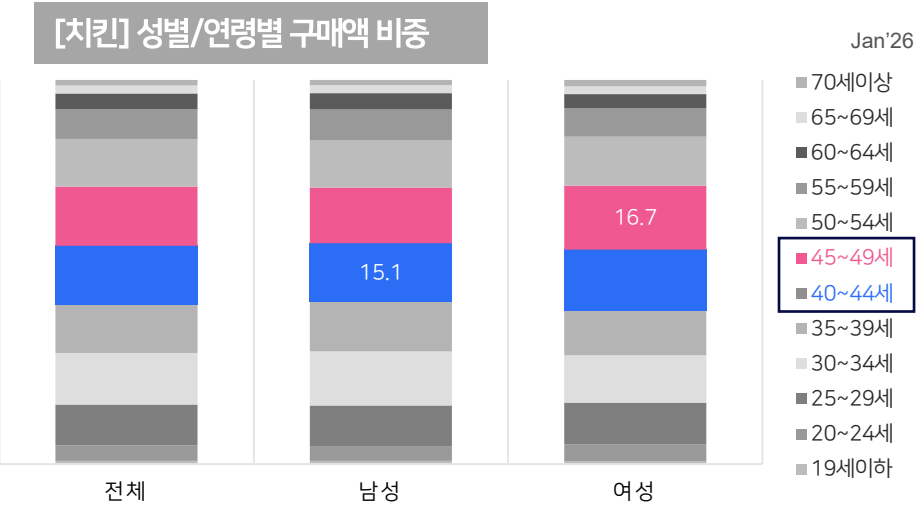
eCom Index 소개

[New]
QSR dynamics

QSR 주요 카테고리 트렌드 (치킨, 피자, 버거, 카페, 베이커리)

- 치킨 카테고리에서 온라인(배달앱+자체앱) 비중은 절반(45% 이상) 가까이 침투율을 보이고 있음. (오프라인은 스토어 합산기준, 음료/주류 구매액 포함 구매액)
- 치킨 카테고리에서 남성은 40~44세 연령대 비중(15.1%)이, 여성은 45~49세 연령대 비중(16.7%)이 가장 높게 나타나며, 각 남성/여성 별 구매 연령대가 다르게 나타남.

[QSR] 주요 카테고리별 - Top Brand					
FY25					
순위	치킨	버거	커피	피자	베이커리
TOP1	BHC	맥도날드	스타벅스	도미노피자	파리바게트
TOP2	BBQ	버거킹	투썸플레이스	피자스쿨	뚜레쥬르
TOP3	교촌치킨	롯데리아	메가커피	파파존스	성심당
TOP4	굽네치킨	맘스터치	컴포즈커피	피자헛	던킨도너츠
TOP5	처갓집	KFC	이디야	피자나라 치킨공주	파리크라상



* Source : NIQ QSR dynamics, 치킨/버거/커피/피자/베이커리, 온라인(매장)+온라인(배달앱+자체앱) / 브랜드 판매액 비중 / 데모(연령/성별/거주지역별), FY2025, JAN'26

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/QSR 데이터 컨설팅 미팅
- 3. eCommerce 데이터 제안서(견적안) 송부
- 4. 계약서 작성
- 5. 데이터 송부 (Data Delivery)
- 6. 계약기간 종료까지 관련 문의사항 응대

2026년 분기별 발간 예정 카테고리

Q1	펫푸드 (Pet Food) & QSR dynamics
Q2	퍼스널 케어 (Personal Care)
Q3	음료군 (Beverage)
Q4	건강기능식품 (Health Functional Food)
* 예상 일정이며, 관심있는 FMCG카테고리를 알려주시면 해당 카테고리의 최신 동향에 대해 우선적으로 다뤄드립니다.	

THANK YOU

NIQ

About NIQ

NielsenIQ (NIQ) is a leading consumer intelligence company, delivering the most complete understanding of consumer buying behavior and revealing new pathways to growth. Our global reach spans over 90 countries covering approximately 85% of the world's population and more than \$7.2 trillion in global consumer spend. With a holistic retail read and the most comprehensive consumer insights—delivered with advanced analytics through state-of-the-art platforms—NIQ delivers the Full View™.

For more information, please visit www.niq.com

© 2026 Nielsen Consumer LLC. All rights reserved.