

Nov 2024

KR eCommerce Monthly Newsletter

NielsenIQ Korea
eCommerce Intelligence

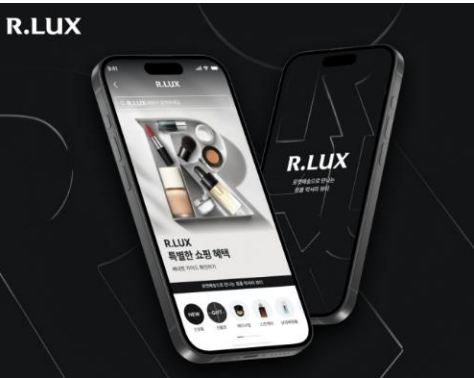
NIQ

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



e-Retailers News (쿠팡/알리/G마켓/SSG닷컴)

Coupang



쿠팡, "화장품도 로켓배송",
럭셔리 버티컬 '알렉스' 론칭

- 알렉스는 로켓배송(Rocket)과 럭셔리(Luxury)의 합성어로, 럭셔리 뷰티 브랜드의 품격에 차별화된 로켓 서비스를 더해 쇼핑 경험을 선사한다는 의미
- 기존의 로켓 럭셔리를 독립적인 럭셔리 버티컬 서비스로 확대 개편
- 알렉스의 모든 제품은 쿠팡이 직매입하며 브랜드가 100% 정품을 보장하며, 소비자에게 빠른 배송이 제공된다는 점에서 일반적인 명품 버티컬 서비스와 차별화

FMCG Focusing

현재 알렉스에는 SK-II와 르네휘테르를 비롯해 에스티로더, 설화수, 비오템, 더 후 등 20개 이상 럭셔리 뷰티 브랜드가 입점해 럭셔리 뷰티 카테고리의 경쟁력 강화

Source : <https://www.newsway.co.kr/news/view?uid=2024100209280252137>

알리 익스프레스



알리, 한국 생산·배송 '국내 식품 채널' 오픈...프로모션 진행

- 알리가 한국 상품 전문관 'K베뉴'로 국내 식품 채널을 지난달 28일 부터 공식 오픈
- 식품 채널의 모든 상품은 한국에서 직접 발송되기 때문에 국내 소비자들이 고물가 시대에 합리적인 가격으로 식품을 구매할 수 있을 것으로 기대
- 채널 오픈과 함께 할인 프로모션이 진행: 더욱 저렴한 가격의 상품이 매주 새로 업데이트되는 '위클리딜' 과 자주 구매하는 필수 식품을 저렴하고 편리하게 구입할 수 있는 '우리집 냉장고 필수 쟁여템' 등

FMCG Focusing

국내 온라인 식품 시장 내에서 알리의 이번 카테고리 확장 전략이 다른 경쟁사 (쿠팡/컬리/하이퍼몰 등)에 미칠 영향은?

Source : <https://www.newsway.co.kr/news/view?uid=2024100209280252137>

G마켓



G마켓, "프랑스 직구시대 열렸다"
파리지앵 드럭스토어 공식 입점

- G마켓이 프랑스 최대 드럭스토어인 '까레오페라'가 공식 입점한다고 23일 발표
- G마켓과 까레오페라는 국내 판매활성화를 위한 전략적 파트너십을 맺고, 공동 마케팅활동과 서비스 협력을 진행
- 레오페라는 파리 9구역 중심에 있는 150년 전통의 파리지앵 드럭스토어다. 뷰티, 건강식품, 헤어·바디 등 다양한 상품을 취급하는 파라샵(Para Shop) 형태로 파리 여행 필수 관광코스인 입소문 난 지역

FMCG Focusing

이번 공식 입점을 통해 3,000여개 이상의 현지 인기 제품을 선보이며, 비오템, 라로슈포제, 달팡, 바이오더마, 녹스, 유리아주 등 인기 브랜드 제품을 다양하게 마련

Source : <https://www.money.co.kr/article/2024102309020991748>

SSG닷컴



SSG, 업계 최초 '탄소중립포인트' 도입,
"친환경상품 구매 시 페이백"

- 이커머스 업계 최초로 SSG닷컴이 '탄소중립포인트'를 도입
- 환경부와 한국환경공단이 운영하는 '탄소중립포인트'는 민간 기업의 친환경 활동에 동참하는 고객에게 실적에 따라 인센티브를 지급하는 제도
- SSG닷컴과 탄소중립포인트제 모바일 앱 (카본페이)에 가입한 고객은 SSG닷컴에서 환경부 인증 친환경 제품 2,000원 이상 구매 시, 주문 건당 1,000원의 인센티브 제공

FMCG Focusing

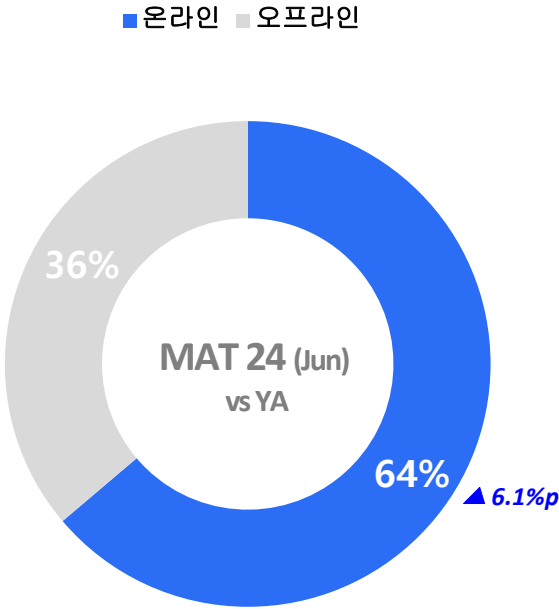
이번 ESG 콘텐츠를 활용한 마케팅 효과가 이커머스 업계에서도 영향을 미칠지 주목

Source : <https://www.ajunews.com/view/2024102130805876>

제지류 (Tissues)

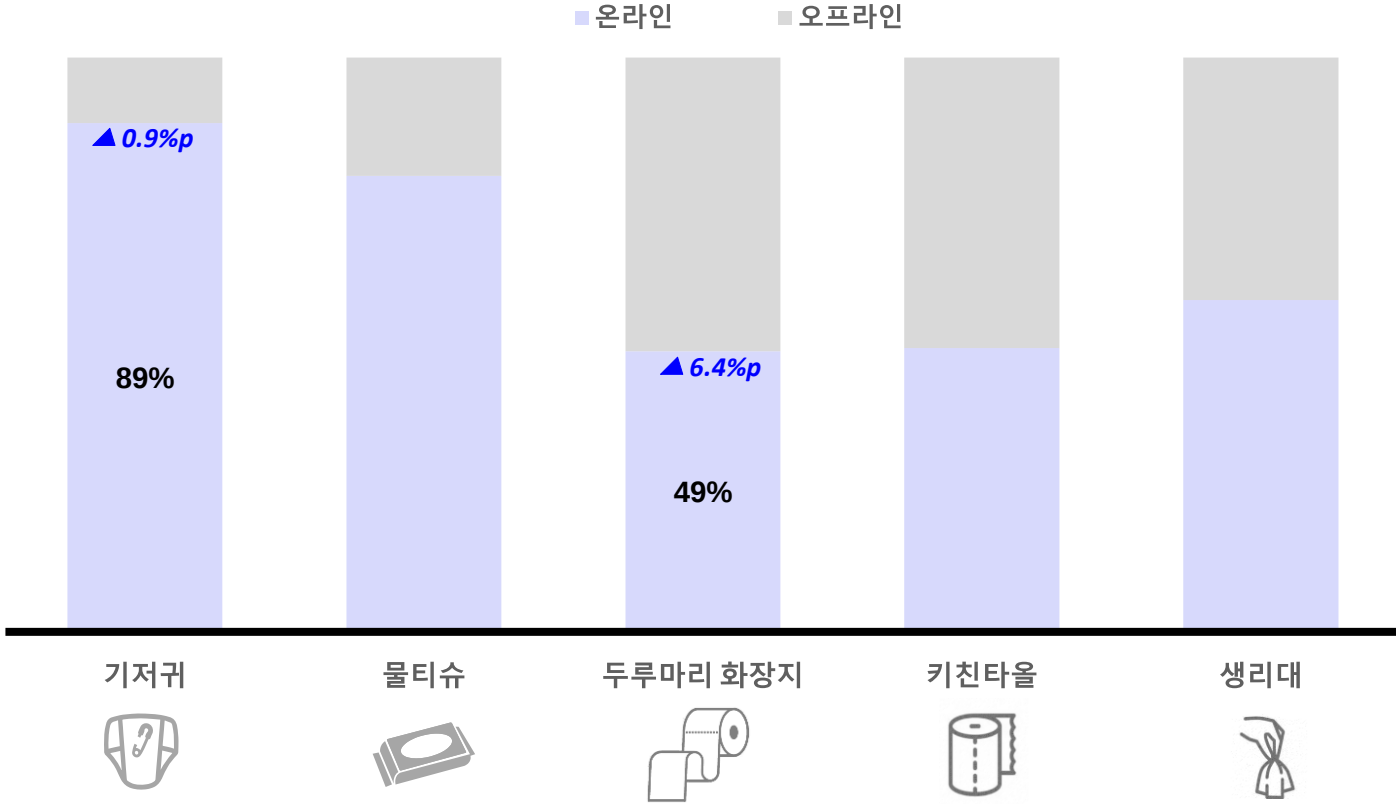
- MAT24 (6월 끝나는) 기준 온라인 비중은 약 64%로 전년 대비 6.1%p 큰 폭으로 상승한 반면 오프라인 중요도는 하락함
- 여전히 기저귀는 온라인 비중이 가장 높게 차지하는 제지류 카테고리며, 두루마리 화장지도 동기간 대비 +6.4%p 온라인 비중이 큰 폭으로 상승

전체 제지류 시장
온 & 오프라인 비중(%)



제지류 (Tissues) 포함 카테고리 =

제지류 세부 카테고리별 온 & 오프라인 채널 중요도(%)



Source: NIQ Market Track (Offline), NIQ eCom Index (Online), 전국(오프라인), Total 온라인, MAT24 채널 중요도(%), 전년 대비 중요도 변화(%p), MAT24(End to Jun) VS Ya

제지류 (Tissues)

- 제지류 카테고리 특성 상, 전통적인 강세 브랜드가 여전히 점유율의 가장 높은 순위를 차지하고 있으나, 세부 채널별로 보면 특정 브랜드의 Top 2~3 점유율 순위가 상이하게 나타남
대표적으로 기저귀 카테고리에서는 '모모래빗'(in 네이버), '마미포코'(in 하이퍼몰) 브랜드가, 두루마리 화장지에는 '착한 화장지'(in 네이버) 브랜드가 높은 순위에 있음

[일회용 기저귀]

Top 3 Brand MAT24 (Jun)			
	전체 온라인	네이버	하이퍼몰
TOP1	하گی스	하گی스	하گی스
TOP2	팜퍼스	팜퍼스	마미포코
TOP3	킨도	모모래빗	킨도

[두루마리 화장지]

Top 3 Brand MAT24 (Jun)			
	전체 온라인	네이버	하이퍼몰
TOP1	크리넥스	크리넥스	크리넥스
TOP2	스토아브랜드(PB)	깨끗한나라	스토아브랜드(PB)
TOP3	깨끗한나라	착한화장지	깨끗한나라

* Source : eCom Index, 온라인 제지류(기저귀, 두루마리 화장지), 각 채널(네이버, 하이퍼몰)별, Top3 브랜드 판매액 기준, MAT24 (End to Jun)

Top growing SKU in 하이퍼몰 온라인

일회용 기저귀



YK 하گی스 맥스드라이 팬티 5단계 특대형 34S



YK 하گی스 네이처메이드 썸머팬티 5단계 특대형 40S



YK 하گی스 맥스드라이 팬티 6단계 점보형 29S

Top growing SKU in 네이버쇼핑

두루마리 화장지



YK 크리넥스 데코&소프트 더블소프트 엠보싱 3겹 (28MX24S)X2S



쌍용 C&B 코디 순수 데코 엠보싱 3겹 30MX30S



깨끗한나라 깨끗한나라 순수 프리미엄 롱 3겹 33MX30S

MAT24(Jun) VS YA

* Source : eCom Index, 온라인 제지류(기저귀, 두루마리 화장지), 각 채널(네이버, 하이퍼몰)별, Top3 Growing 브랜드 판매액 기준, MAT24 (End to Jun) vs YA

1) eCommerce Index

NIQ eCommerce

Retailer Trend

Category Trend

Sample report

eCom Solution 소개



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 panel을 바탕으로 수집된 자료이기 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 / G마켓 등	- 전체 카테고리 - 제조사 - 브랜드 - 세그먼트* - Top SKU* (*Projected share% 점유율 지표만 제공가능)	- 판매액 - 판매수량 - 판매액 점유율% - 판매량*	- 최근 2-3년* - 월간 지표

(*카테고리별 상이)

* Delivery: 닐슨 Discover Snap-shot 혹은 Topline Report 송부

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

2) 2024 Online Market Coverages (e-Retailers +20개 이상 채널 수집)

2024 eCommerce 포함 e-retailers (약 20개 이상)



* 개별 e-Retailer level 제공



성장하는 새로운 e-retailer에 대한 커버리지 확대는 지속 검토 중이며, 자료 수집 및 제공이 가시화 될 시점에 enhancement로 진행됩니다.

4) Expected Output (Insight)



구매 문의

NielsenIQ 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

2024년 하반기 발간 일정

Aug	바디 케어 (Body care)
Sep	제과류 (Confectionery)
Oct	여성화장품 2 (Women Cosmetics)
Nov	제지류 (Tissues)
Dec	냉동식품 (Frozen Foods), 예정
Jan	TBD

* 예상 일정이며, 관심있는 FMCG카테고리를 알려주시면 해당 카테고리의 최신 동향에 대해 우선적으로 다뤄드립니다.

Thank you

관심있는 국내 온라인 유통사 및 카테고리를 알려주시면
해당 카테고리의 최신 동향에 대해 다뤄드립니다.

