

Sep 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

쿠팡



“쿠팡 리츠 온다”... 물류센터 유동화 소식에 부동산 투자시장 들썩

- 쿠팡은 알파자산운용과 함께 리츠 자산관리회사 설립을 추진하며, 물류센터 자산 유동화를 통해 3~4조원 규모의 자금 조달을 계획 중이다.
- 쿠팡이 임차한 물류센터는 안정적인 임대 수익이 기대돼 투자자들에게 매력적인 유동화 자산으로 평가받고 있다.
- 이번 거래는 쿠팡의 첫 리츠 유동화 사례로, 부동산 투자기관들의 높은 관심을 받고 있다.
- **FMCG Focusing**
쿠팡의 물류 리츠 진출은 FMCG 기업들이 물류 인프라를 자산화해 유동성을 확보하고, 공급망 경쟁력을 강화하는 전략적 전환점이다.

Source: https://www.investchosun.com/site/data/html_dir/2025/08/20/2025082080234.html

네이버·컬리



네이버컬리 동행 스케줄 임박...쿠팡과 새벽배송 격전 예고

- 네이버와마켓컬리의 협업이 올해 하반기 ‘컬리N마트’로 본격 시작될 예정이며, 새벽 배송 시장에 큰 변화를 예고했다.
- 서비스 개시 시점은 9월이 유력했지만, 일정 부담과 변수 대비로 인해 하반기 내로 조정되었다.
- 양사는 협업을 통해 커머스 생태계 확장과 실적 개선을 노리고 있으며, 특히 네이버는 앱 활성화와 멤버십 연계를 통해 경쟁력을 강화할 계획이다.
- **FMCG Focusing**
네이버와마켓컬리의 협업은 FMCG 시장에서 디지털 플랫폼과 프리미엄 물류 인프라의 결합을 통해 소비자 접점을 극대화하려는 전략적 시도이다.

Source: <https://news.einfomax.co.kr/news/articleView.html?idxno=4370526>

롯데마트



롯데마트, 구독형 배송서비스 ‘제타패스’ 론칭

- 제타패스는 월 2,900원으로 만 오천원 이상 구매 시 무제한 무료배송을 제공. 기존 무료배송 기준(4만 원)보다 낮아 자주 소량 구매하는 고객에게 유리하다.
- 신선식품 중심으로 당일/예약배송에 콜드체인 시스템을 적용하여, 고객 맞춤형 쇼핑 편의성과 신선도 유지에 초점을 맞췄다.
- AI기반 플랫폼 ‘제타’는 스마트 카트 기능과 함께 5% 할인 혜택 및 1개월 무료 체험을 제공, 고객의 소비 패턴을 분석해 자동 장보기를 지원한다.
- **FMCG Focusing**
제타패스는 고빈도, 소량 구매가 많은 FMCG 소비 패턴에 최적화된 구독형 배송서비스로, 구매 장벽을 낮추고 반복 구매를 유도할 수 있는 전략이다.

Source: <https://www.inews24.com/view/1878102>

카페24



카페24 스토어, 앱 100만 다운로드 돌파... “이커머스 생태계 성장”

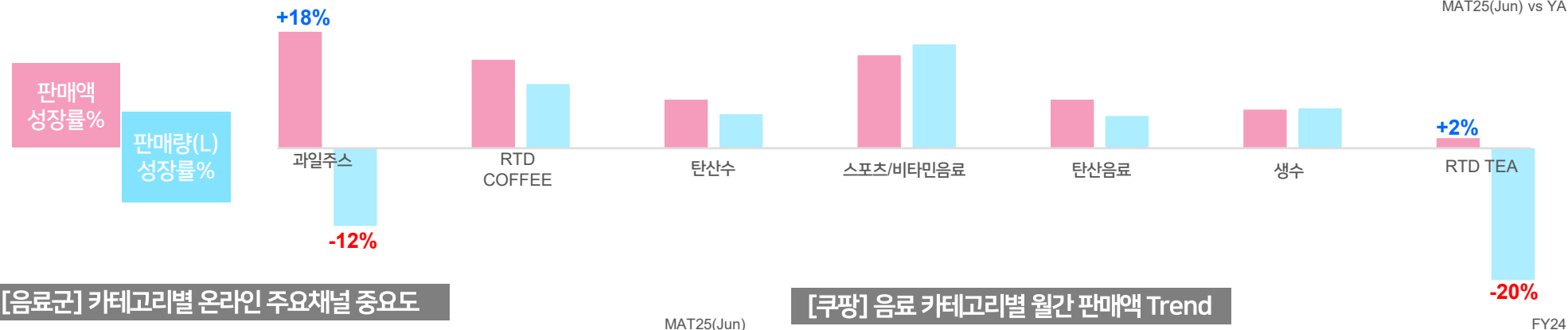
- 카페24 스토어의 누적 앱 다운로드 수가 100만 회를 돌파했으며, 올해 상반기 거래액은 전년 동기 대비 약 80% 증가하는 등 빠르게 성장하고 있다.
- AI 기술이 적용된 앱이 전체의 약 20%를 차지하며, 개발 비용 절감과 기술 진입 장벽 완화로 신규 파트너 개발사들의 참여가 활발해지고 있다.
- 카페24는 API와 SDK 제공을 통해 개발 생태계를 확장하고 있으며, 앱 수는 전년 대비 50% 이상 증가했다.
- **FMCG Focusing**
AI 기반 앱을 통한 맞춤형 추천과 프로모션 자동화는 FMCG 브랜드의 온라인 전환과 소비자 리텐션을 가속화하는 핵심 동력이다. 이는 앞으로 자사몰(D2C) 비즈니스 확대에도 중요성이 대두 되고 있다.

Source: <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2025082013000540321>

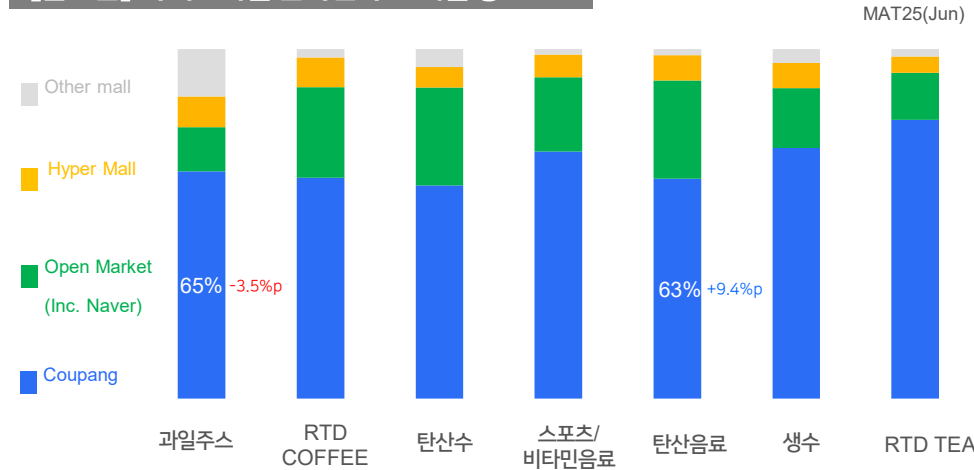
음료군 (Beverages)

- 온라인 음료군 대부분 카테고리의 판매액과 판매량(LIT)이 고르게 성장하는 가운데, **과일주스** 및 **RTD Tea** 카테고리는 판매량 대비 판매액(LIT)성장률이 상대적으로 낮게 나타남. 이는 제품의 가격 상승과 함께 구매자의 소용량·프리미엄 제품에 대한 선호 확대, 그리고 다이어트 및 웰빙 중심 선호 등 복합적인 소비 트렌드가 반영된 결과로 해석할 수 있음.
- 온라인 음료군 시장 역시 쿠팡 채널의 중요도가 지속적으로 확대되고 있는 가운데, 전년대비 탄산음료는 가장 높은 비중 상승을 보인 반면, 유일하게 과일주스만 쿠팡 채널 비중이 감소하는 추이를 보임.
- 쿠팡 채널에서의 24년도 월별 트렌드를 보면, 대부분의 카테고리가 8월에 성장세를 보였으며, 특히 **스포츠/비타민음료** 카테고리는 계절 수요에 힘입어 폭발적으로 성장함. 반면 **과일주스** 카테고리는 유일하게 역성장하며, 계절 수요에 영향을 거의 받지 않는 '비탄력적 소비' 성향을 볼 수 있음. 이는 과일주스가 타 카테고리 대비 낮은 소비자 니즈 변화에 직면해 있음을 나타냄.

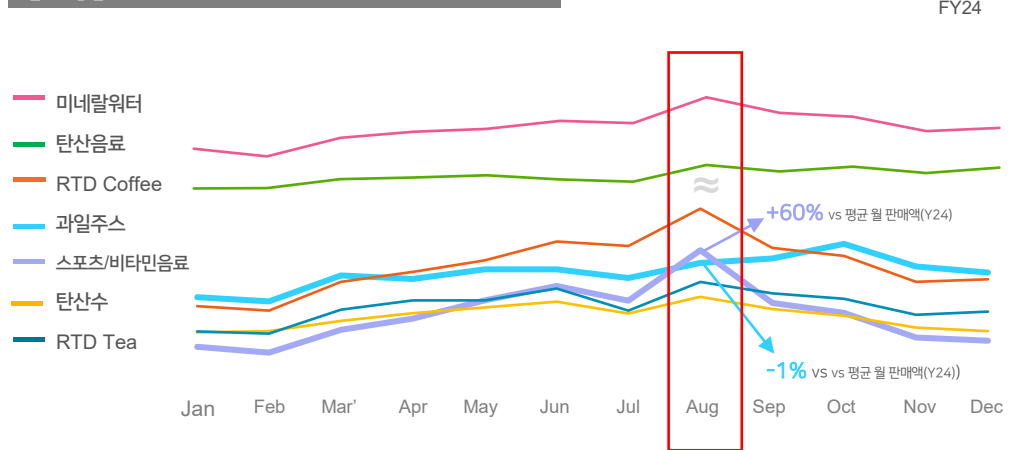
[음료군] 카테고리별 온라인 판매액 및 판매량(LIT) Trend



[음료군] 카테고리별 온라인 주요채널 중요도



[쿠팡] 음료 카테고리별 월간 판매액 Trend



Source: NIQ eCom Index (Online), 음료군 카테고리, Total Online 및 주요채널, 판매액 및 점유율(%), MAT24-25(Jun) & FY24

음료군 (Beverages)

- 과일주스 카테고리의 전년 동기간 대비 가장 성장한 제품(TOP Growing SKU)을 보면, TOP3 브랜드 리스트에 없는 ‘올바른 유기농 레몬즙’ 제품이 3위를 기록함.
이는 소비자들이 단순한 가격보다 원재료의 품질 및 유기농 인증 등을 중요시하는 소비 성향이 강화되고 있음을 나타내며, 프리미엄 제품에 대한 소비자 니즈를 고려한 전략이 필요함.
- RTD Tea 카테고리에서는 ‘하늘보리, 블랙보리, 옥수수 수염차 등’ 기존 강세 제품들이 여전히 TOP 브랜드를 차지하고 있으며, 그 중 ‘립톤 아이스티 복숭아 제로’ 제품이 오픈 마켓 채널에서는 1위에 위치함.
또한, 가장 성장한 제품에서도 1위를 차지함. 이는 온라인에서 티베이스 제품 뿐만 아니라 ‘제로’ 콘셉트의 제품에 대한 니즈의 수요가 확대되고 있음을 보여줌.

[과일주스]

TOP3 브랜드 MAT25(Jun)				
	전체 온라인	쿠팡	오픈마켓	대형마트 온라인몰
TOP1	홀베리	테일러	네이처드림	델몬트
TOP2	테일러	홀베리	홀베리	미닛메이드
TOP3	돈시몬	아침에주스	델몬트	카프리 썬

TOP Growing SKU MAT25(Jun) vs YA



	전체 온라인
1	홀푸드코리아 홀베리 1일1레몬 유기농 레몬즙 레몬 100% 14포 280GX14S
2	네이처드림 네이처드림 리얼 유기농 레몬즙100 레몬 100% 14포 STK 280GX6S
3	올바른 올바른 유기농 레몬즙 착즙 100 레몬 100% 14포 STK 200GX6S

[RTD TEA]

TOP3 브랜드 MAT25(Jun)				
	전체 온라인	쿠팡	오픈마켓	대형마트 온라인몰
TOP1	하늘보리	하늘보리	립톤	옥수수 수염차
TOP2	옥수수 수염차	옥수수 수염차	하늘보리	하늘보리
TOP3	블랙보리	블랙보리	옥수수 수염차	블랙보리

TOP Growing SKU MAT25(Jun) vs YA



	전체 온라인
1	롯데칠성 립톤 아이스티 복숭아 제로 CAN 355MLX24S
2	광동제약 V라인 옥수수 수염차 P.BTL 1.5LITX12S
3	일화 호박팥차 P.BTL 500MLX20S

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 등*	- 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 (종합몰/홈쇼핑몰/버티컬몰 등)
- N 네이버쇼핑* - G G마켓* 11 11번가 - A 옥션 - 인터파크	coupania 쿠팡*	- e 이마트 - LOTTE Mart 롯데마트 - Homeplus 홈플러스 - EMART TRADING 트레이더스	- LOTTE ON 롯데온 - 롯데홈쇼핑 - 올리브영 - GS SHOP - AK몰 - 마켓컬리 - CJ 온스타일 - NS NS홈쇼핑 - 위메프 - 현대Hmall - 홈&쇼핑 - 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 (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 하반기 발간 일정

JUL	세제류 (Detergent)
AUG	제지류 (Tissues)
SEP	음료군 (Beverages)
OCT	제과류 (Confectionery)
NOV	냉동식품(Frozen Foods)
DEC	TBA

* 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.