

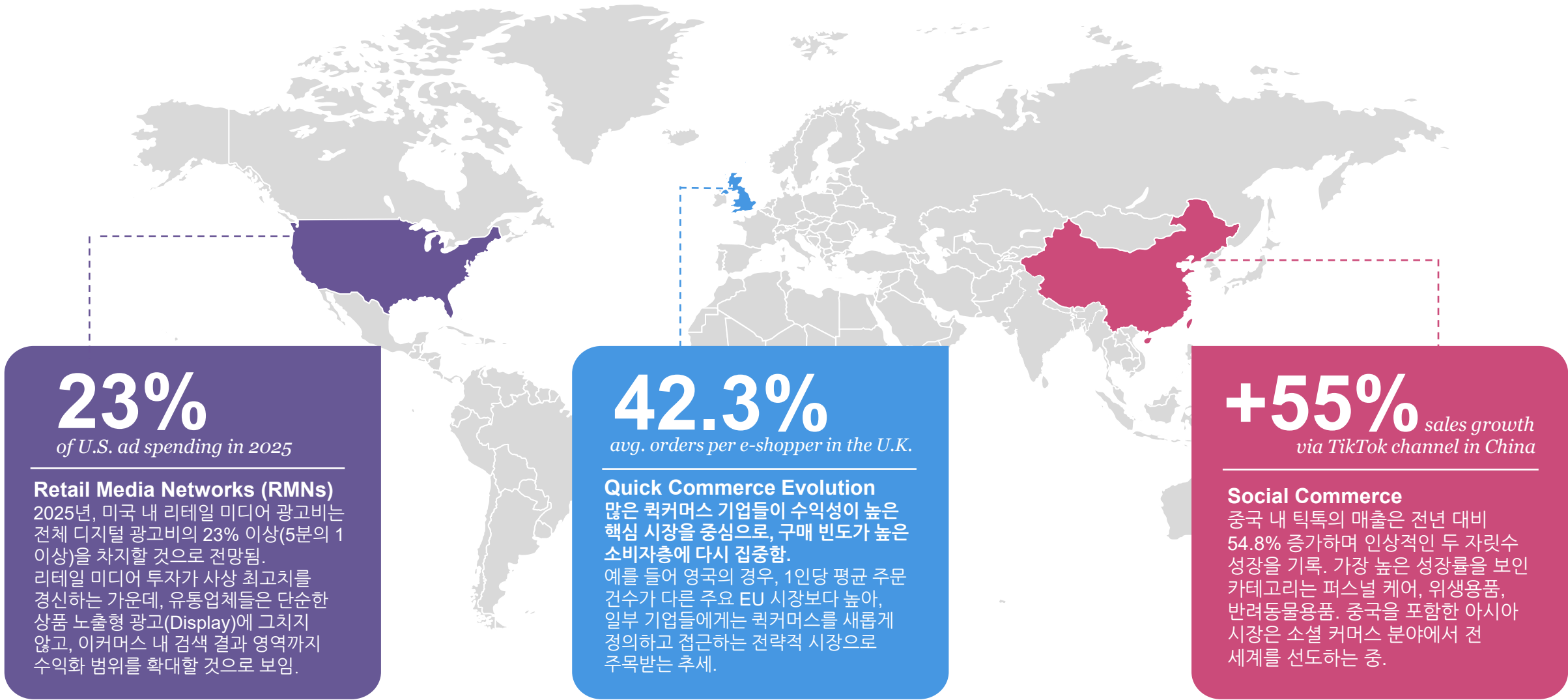
NielsenIQ

한국 이커머스 스냅샷 리포트 2025

닐슨아이큐코리아
2025년 7월

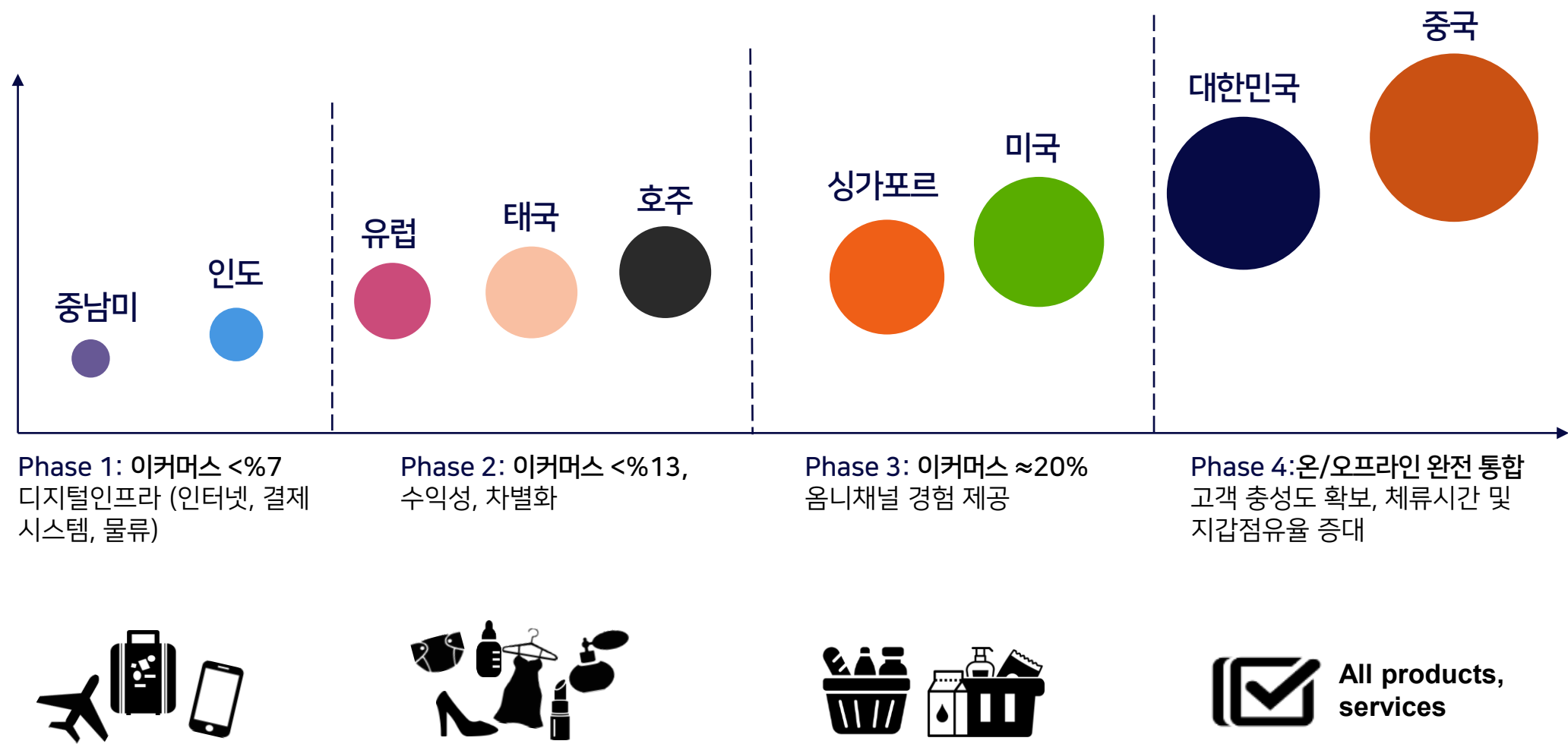


전세계 온라인 커머스의 다양한 면모



Source: NIQ Analysis & Insight

한국, 가장 진화된 eCommerce 소비자 집단



Source: NIQ Analysis & Insight

인플레이션으로 인한
성장 둔화 현상 지속

FMCG 소비자 Online 채널만 유일하게 지속 성장 중

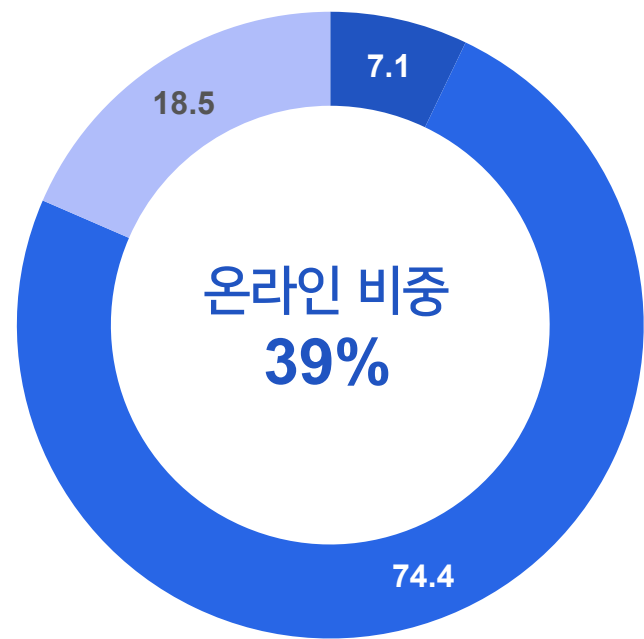
Growth % vs.YA – Y24

		Value	Unit	Price
FMCG	Offline	-0.2%	-5.0%	+5.0%
	Online	+11.0%	+4.5%	+6.2%
TECH & DURABLE	Offline	-4.2%	-5.7%	+1.7%
	Online	-7.7%	-4.0%	-3.9%

Source : NIQ / GfK Analyses & Insights

옴니 채널 중요도 – 쿠팡&네이버, 편의점 중요도 확대

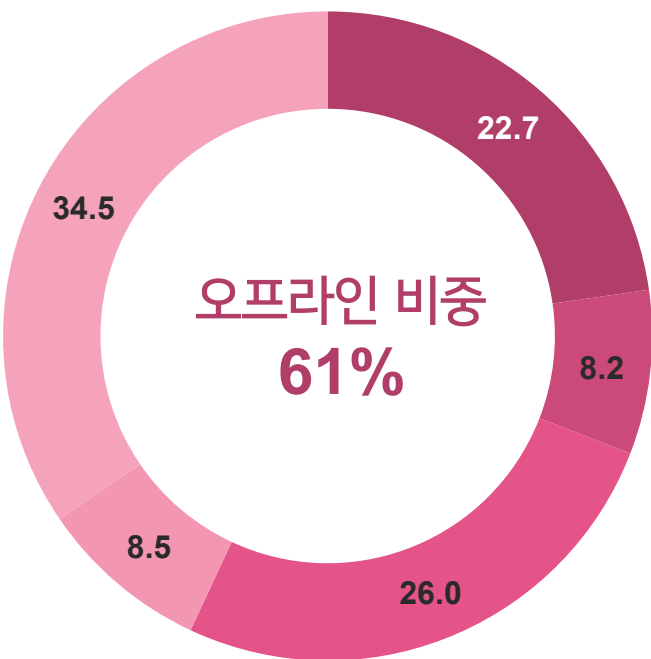
Online 채널 중요도 – MAT25



■ 대형마트몰 ■ 쿠팡&네이버쇼핑 ■ 기타온라인몰

전년비 변화 ▼ P ▲ P ▼ P

Offline 채널 중요도 – MAT25



■ 대형마트 ■ 체인수퍼 ■ 편의점 ■ 조합마트 ■ 개인수퍼(식자재포함)

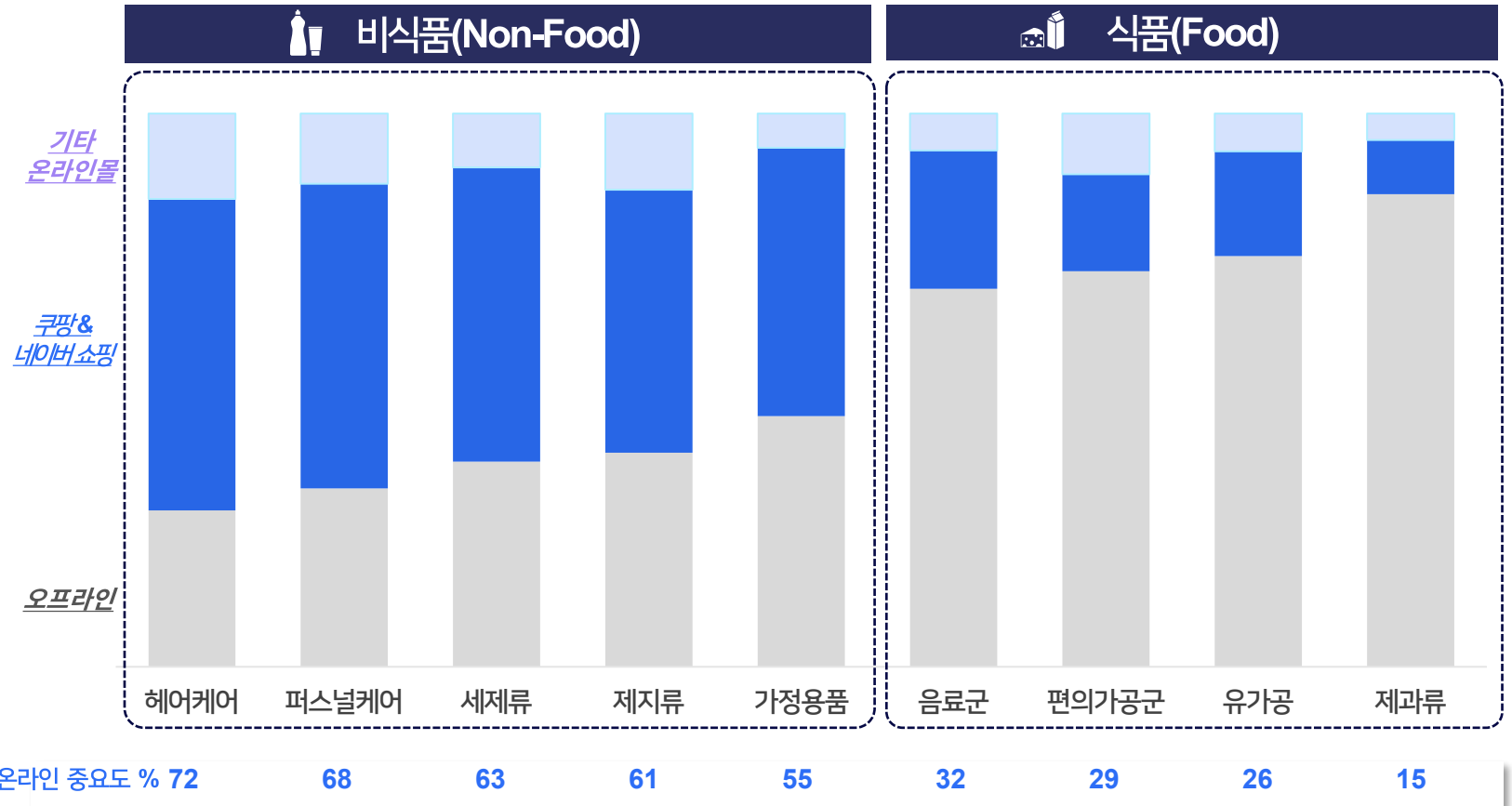
전년비 변화 ▼ P ▲ P ▲ P ▲ P ▼ P

(▼ 감소 , ▲ 0~2%p , ▲ 2%p <)

Source: NIQ Market Track, Ecom, MAT: Year ending April

쿠팡+네이버 = 온라인 내 50~75% 비중까지 상승

제품군별 온/오프라인 채널 포트폴리오- MAT25
(온/오프 유효 카테고리 기준)



전체 소비자내 온/오프라인 채널 비중 - MAT25
(온/오프 유효 카테고리 기준)



Source: NIQ Market Track, Ecom, MAT: Year ending April

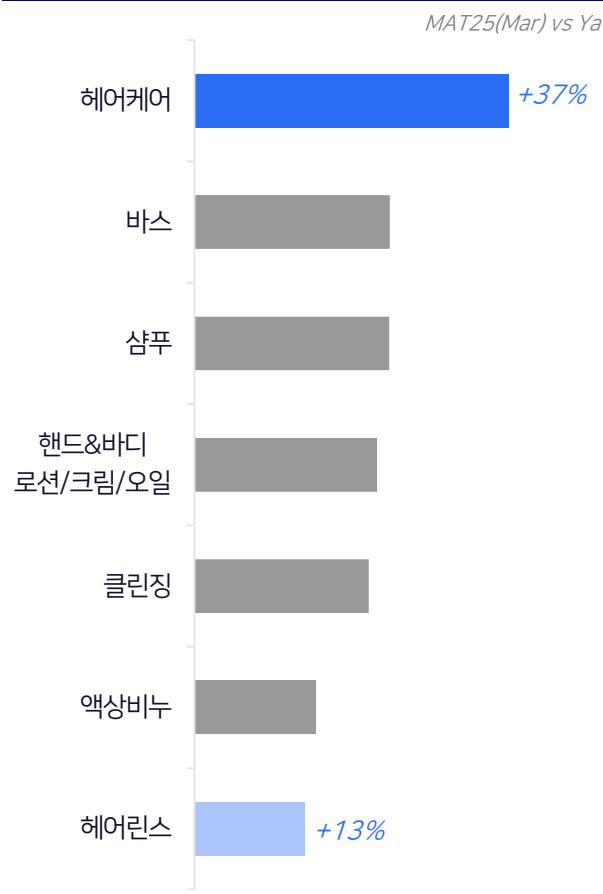
Category Snapshot



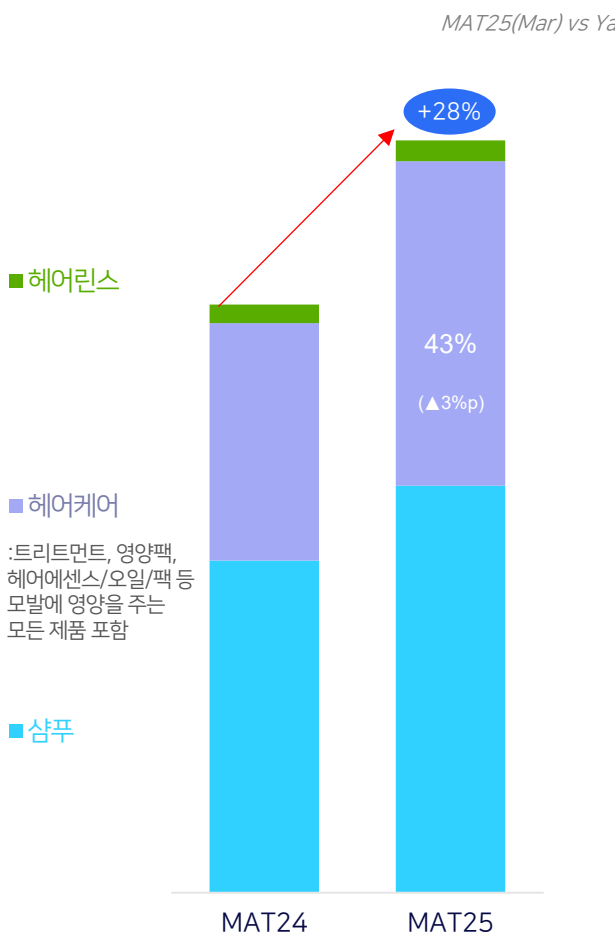
퍼스널 케어 (Hair & Body+)

- 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

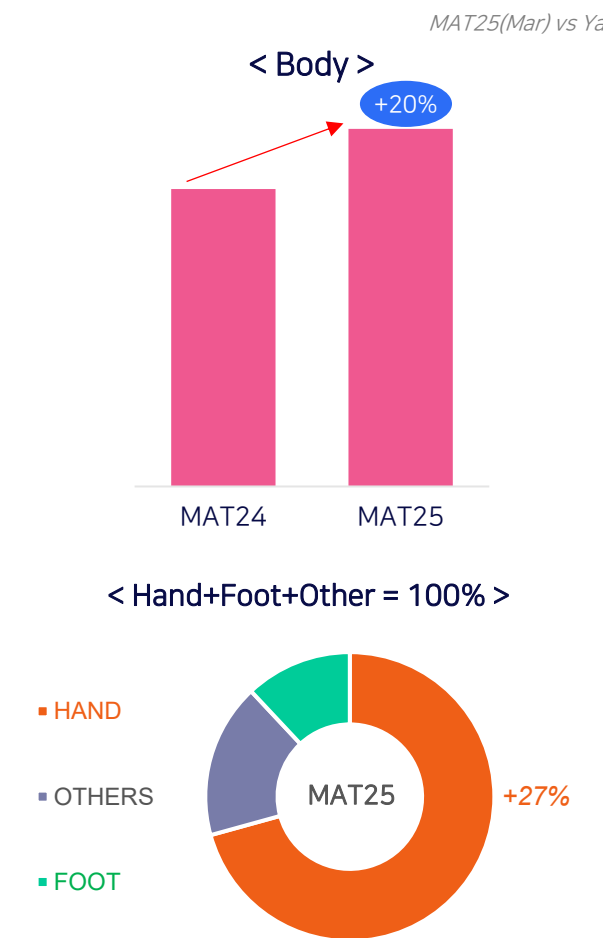
[카테고리별] 온라인 판매액 성장률(%)



[헤어케어] 온라인 판매액 트렌드



[바디케어] 온라인 판매액 트렌드

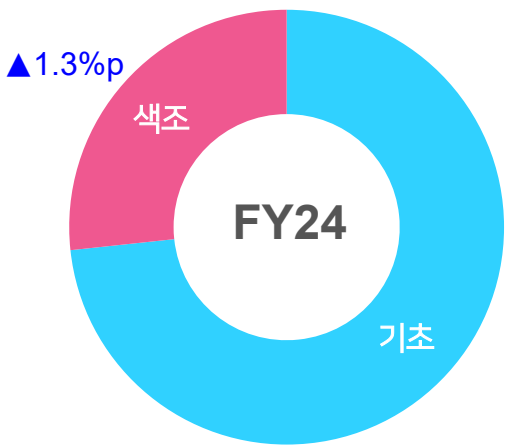


Source: NIQ eCom, 온라인 퍼스널케어 카테고리, 판매액(및 비중%), 전년비 판매액 성장률(%), MAT25(Mar)

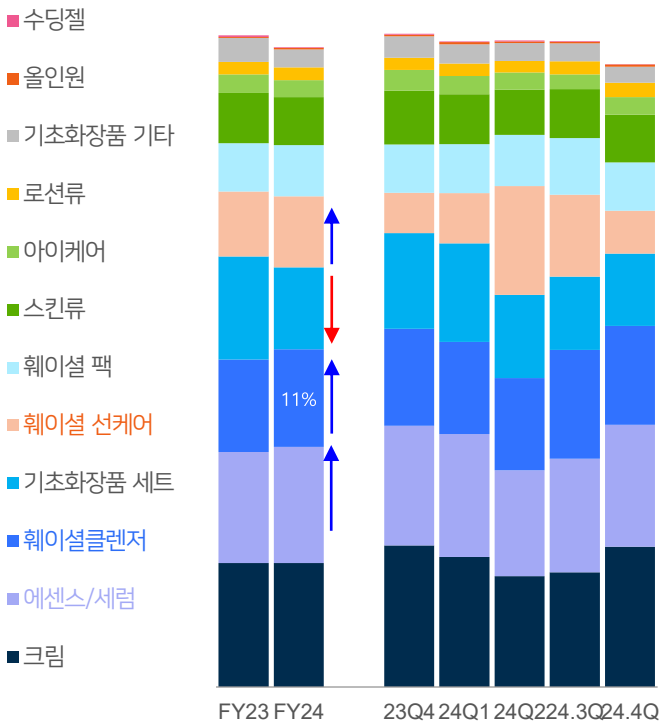
여성 화장품 (Women Cosmetics)

- 화장품 시장 내 비중은 **페이스/립** 유형의 성장이 빨라지면서 **색조 비중 상승**
- 기초 화장품 내에서는 기초 화장품 세트의 비중 감소 vs **에센스/세럼, 클렌저, 선케어** 제품의 비중 상승

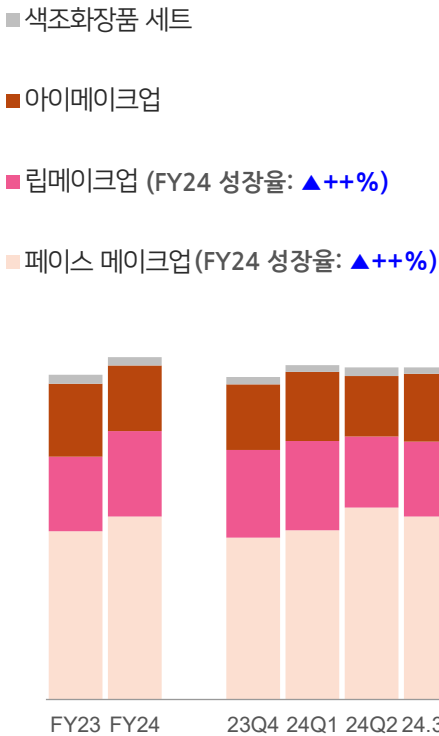
온라인 전체 판매액 비중%



기초화장품 (Skin Care)



색조화장품(Make up)

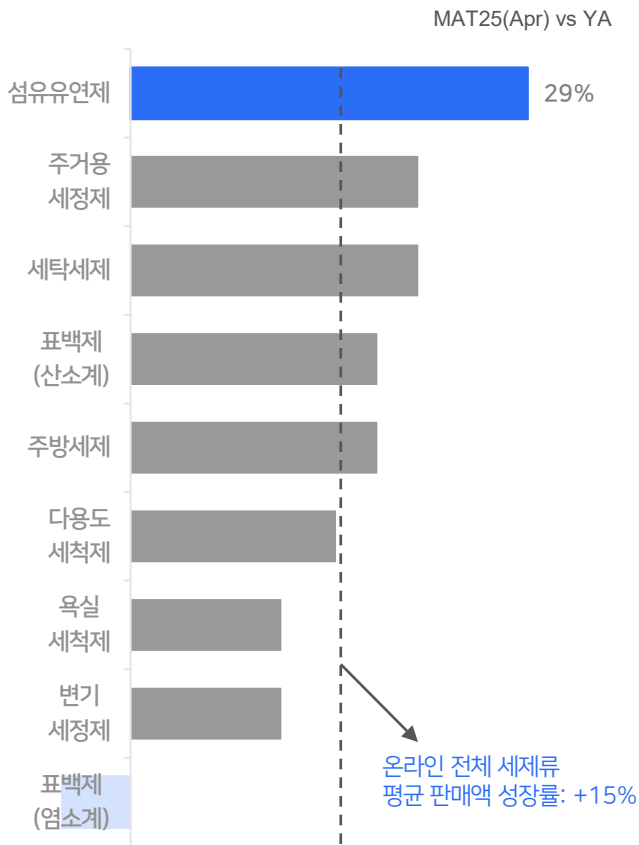


Source: NIQ NIQ eCom, 전체 여성화장품=100%, 판매액 비중(%), 전년비 판매액 성장율(%), FY24(Dec)

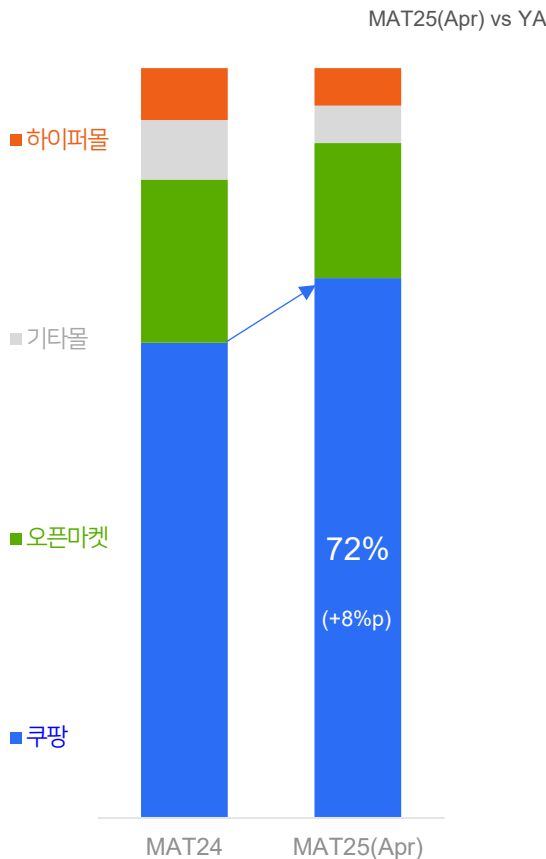
세제류 (Detergent)

- 온라인 세제류 시장은 전년대비 대부분의 카테고리에서 지속적인 판매액 성장을 증가를 보이고 있으며, 가장 높은 성장률을 기록한 **섬유유연제** 카테고리에서 유독 **시트** 제형의 성장률(+35%)이 돋보임.
- 최근 온라인 세제류 시장에서 쿠팡의 채널 중요도가 72%까지 상승하였으며, 전년대비 +8%p의 비중 확대로 더욱더 쿠팡의 판매 중요도가 높아지고 있음.

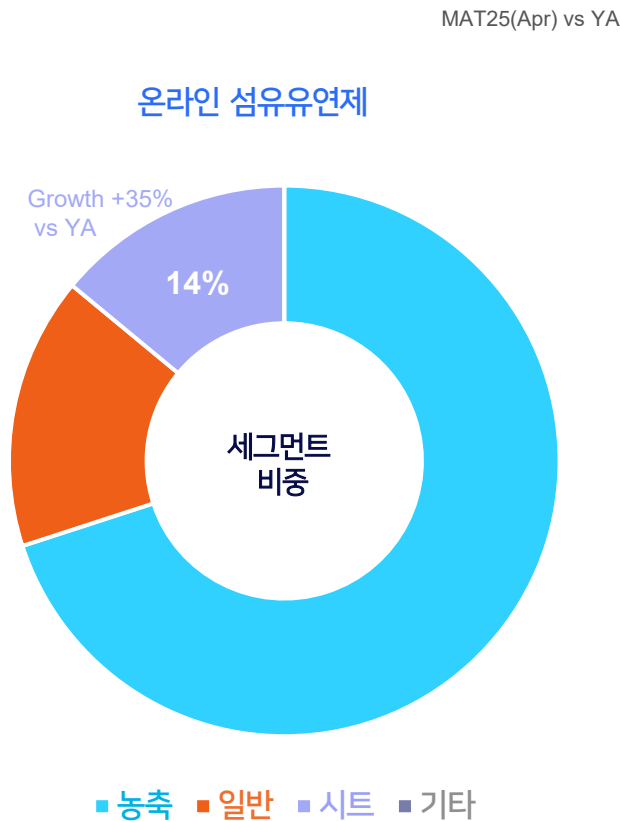
[카테고리별] 온라인 판매액 성장률



[세제류] 온라인 채널 트렌드



[섬유유연제] 세그먼트 비중 및 성장률

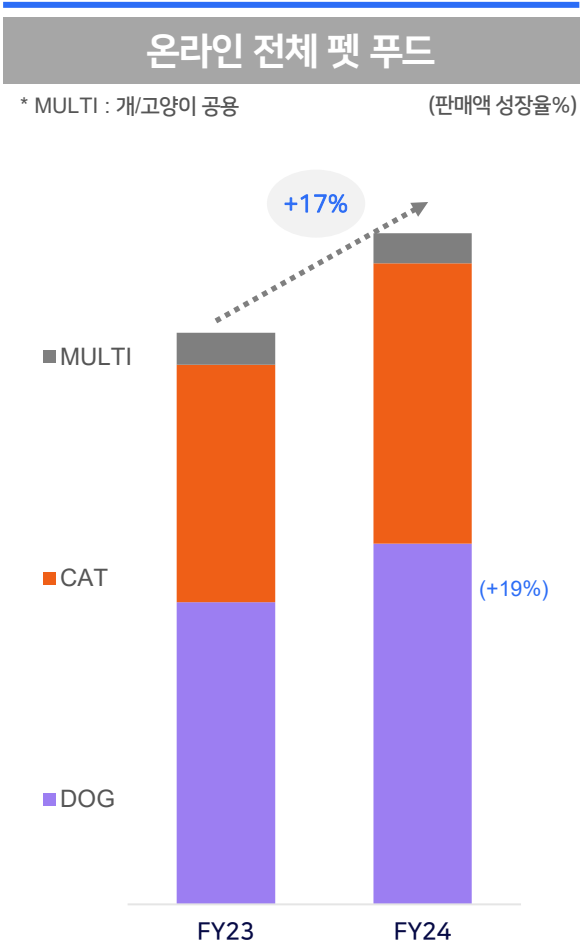


Source: NIQ eCom Index, 전체 세제류=100% 및 섬유유연제 카테고리, Total online 및 주요채널, 세그먼트, 판매액 비중(%), 판매액 성장률(%), MAT-2425(APR)

펫푸드 (Pet Food)

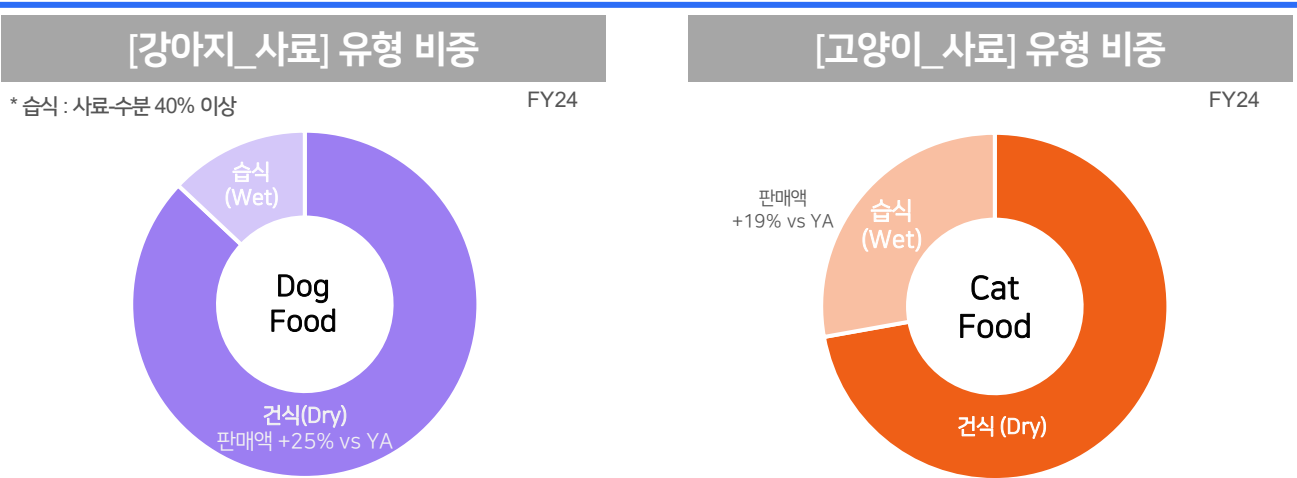
- 온라인 펫푸드 카테고리(고양이 & 강아지)는 전년대비 지속적으로 높은 판매액 성장률을 보이며, 사료(Food) 세그먼트내 트렌드는 강아지는 건식, 고양이는 습식이 전년 대비 더 많이 성장
- 온라인 펫푸드 카테고리 Top5 제조사의 월간 판매액 추이를 보면 전반적으로 우상향 하고 있지만, 특정 시즌별 제조사별로 상대적인 편차가 나타남

카테고리 성장률 (판매액 기준)

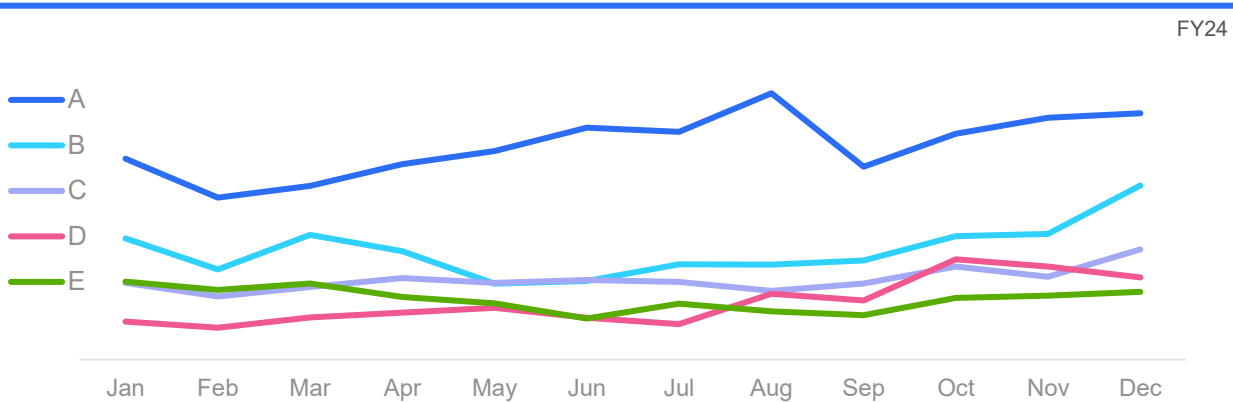


* Source : eCom Index, 온라인 펫푸드 전체, 판매액 성장률%, FY23-24

사료(Food) 세그먼트 비중



[FY24] 전체온라인 펫푸드(고양이) TOP5 제조사 월별 판매액 추이

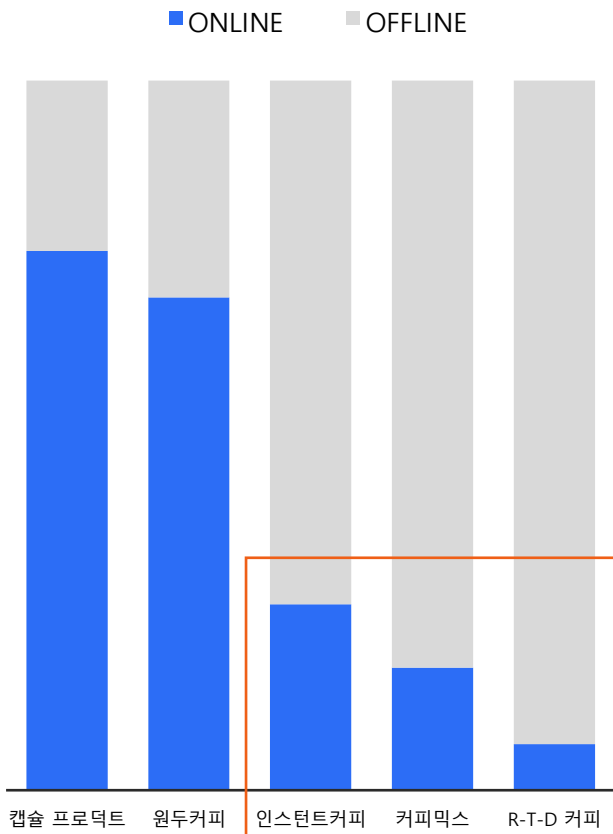


* Source : eCom Index, 온라인 펫푸드 전체 및 세그먼트 별 / 판매액 트렌드, 비중 및 성장률%, FY23-24

커피류 (Coffee)

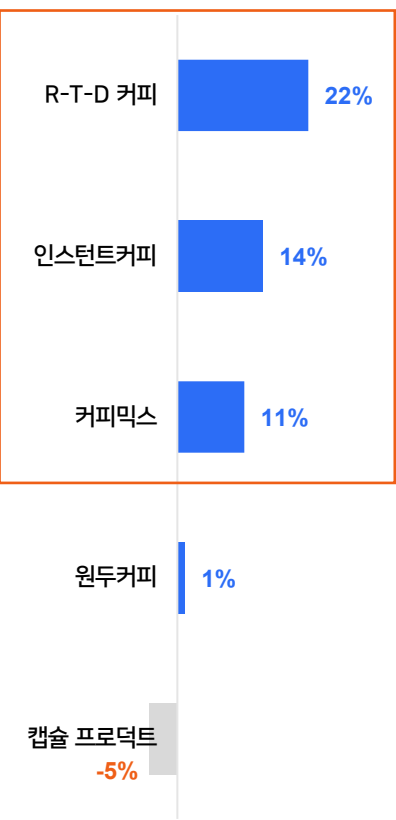
- 'RTD 커피, 인스턴트 커피, 커피믹스'는 온라인 대비 오프라인 판매액 비중이 여전히 높으나, 온라인으로 침투하는 뚜렷한 성장을 보이고 있음.
- RTD 커피는 쿠팡, 원두커피는 네이버 채널에서 가장 높은 채널 중요도(%)를 보이고 있음.

커피류 카테고리별 온&오프라인 판매액 비중(%)

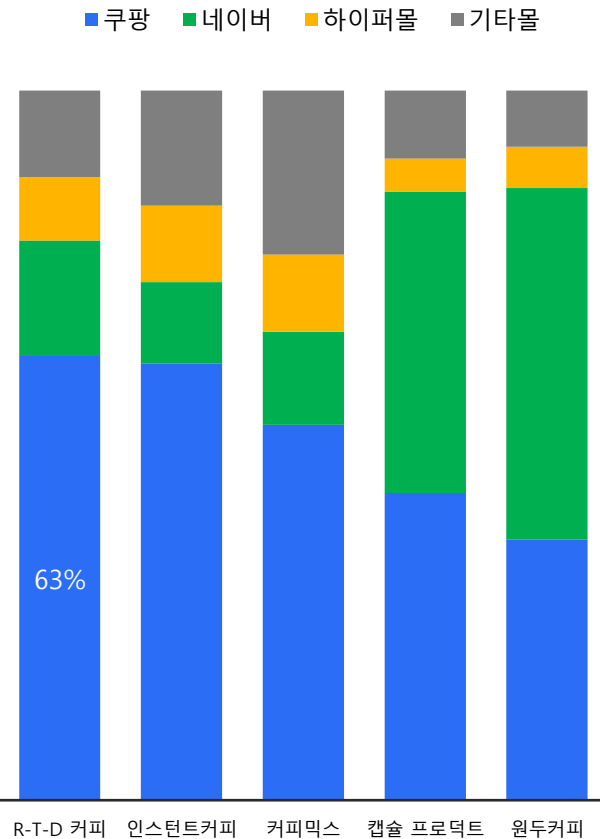


커피 온라인 Trend

온라인 판매액 성장률(%)



커피류 카테고리별 채널 중요도(%)



* Source: NIQ Market Track (Offline), NIQ eCom Index (Online), Total Offline & Online, Sales value, MAT25(JAN) vs YA

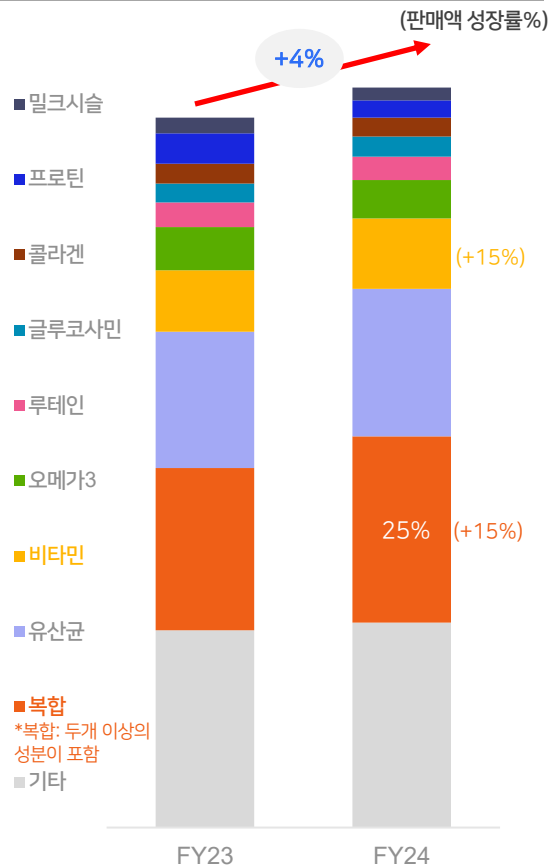
* Source : eCom Index(Online), Total online by channels, Sales value%, MAT25(JAN)

건강기능식품 (Health Functional Food)

- 건강기능식품의 유형별로는 '복합' 및 '비타민' 판매액 성장률이 높은 트렌드를 보이며, 여전히 쿠팡이 Top 비중을 차지하고 있으며 작년도 가장 높은 성장률을 보임.
- 세그먼트별 트렌드를 보면 비타민 유형은 -> '비타민C', 복합(두개 이상 성분이 결합된)유형은 -> '멀티비타민+기타(성분)'의 조합이 Top 비중 및 높은 성장률을 나타냄.

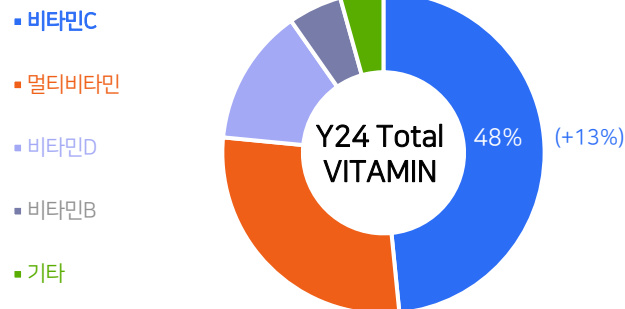
카테고리 트렌드 (판매액 기준)

(유형별) 건강기능식품 성장률

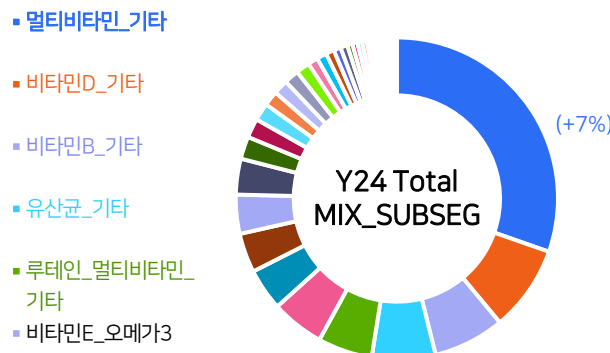


세그먼트 트렌드

[비타민] Top 세그먼트 비중

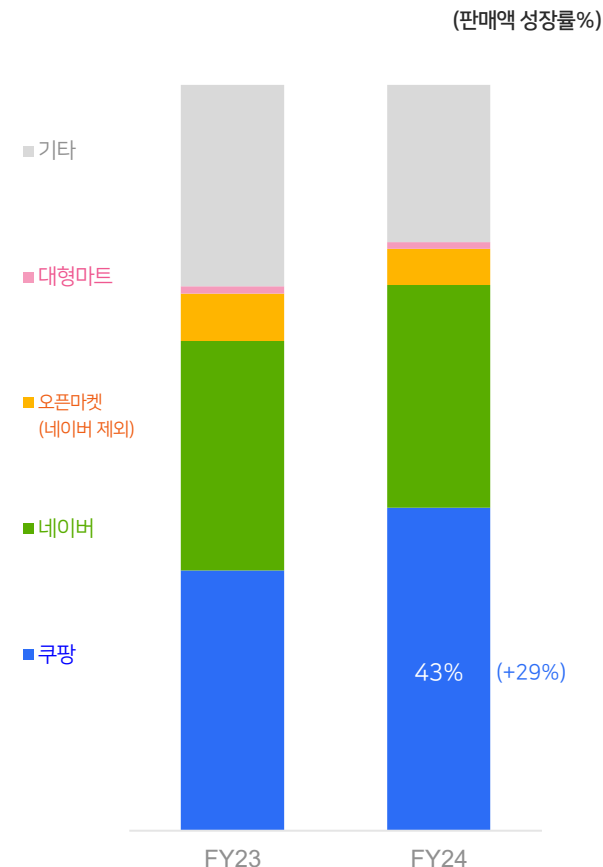


[복합] Top 세그먼트 비중



채널 트렌드

채널 비중 트렌드



* Source: NIQ Market Track (Offline), NIQ eCom Index (Online), Total Offline & Online, Sales value, MAT25(JAN) vs YA

* Source: eCom Index, 온라인 건강기능식품 전체 및 세그먼트별 / 채널별, 판매액 비중 및 성장률%, FY23-24

NIQ KOREA eCommerce Solutions deliver *the Full View*TM

온라인 채널별 판매 성과 진단 및 기회

KPI 성과 진단

온라인 전체 시장규모 및
유통사별 시장규모

경쟁현황 진단

유통사별 자사 VS 경쟁사
관계 진단

SKU 포트폴리오 진단

세그먼트/제품별(SKU)
성과 진단

Key Business Questions?

NIQ 이커머스 솔루션은 데이터 기반의 분석을 통해 주요 전략 채널 내 궁금증을 함께 해결해 드릴 수 있습니다.



KPI 성과 진단



온라인 전체 시장규모 및 유통사별 시장규모

- 자사의 브랜드/제품(SKU)의 판매 성과는?
- 자사의 제품(SKU)에 대한 성장 가능성은?



경쟁현황 진단



유통사별 자사 VS 경쟁사 관계 진단

- 제조사/브랜드/제품(SKU)별 온라인 성과 흐름 진단 (판매액/수량/점유율)
- 자사와 경쟁사 동향 파악 (성장 기회요인 파악)



SKU 포트폴리오 진단%



세그먼트/제품별(SKU) 성과 진단

- 제품(SKU)의 성장/감소하는 온라인 유통사는?
- TOP 제품(SKU) 및 신제품 성과 분석을 통한 판매 프로모션 전략수립
- 각 유통사의 제품별(SKU) 성과 비교를 통한 포트폴리오 진단

닐슨아이큐코리아 이커머스 채널 커버리지

온라인 내 성장하는 채널에 대한 커버리지 확대를 지속적으로 하고 있으며, 자료 수집 및 데이터 적용이 가시화 될 시점에 Data enhancement를 통해 보다 더 개선된 데이터를 제공 하고 있습니다.

2025 이커머스 수집채널 (약20개 이상)

오픈마켓	쿠팡	대형마트물	기타물 (종합몰/홈쇼핑몰/버티컬몰 등)
 네이버쇼핑*  G마켓  11번가  옥션  인터파크	 쿠팡*	 이마트  롯데마트  홈플러스  트레이더스	 롯데온  롯데홈쇼핑  올리브영  GS SHOP  AK몰  마켓컬리  CJ온스타일  NS홈쇼핑  위메프  현대Hmall  홈&쇼핑  티몬

※ 불포함 채널 (직영몰, 자사몰, 폐쇄몰 등)

*개별 e-Retailer level 제공 가능
(카테고리별 제공여부상이)

직영몰	전문몰/기타
 LG Heathy & Beautiful  Dongwon F&B  MomQ  The hyundai.com  Galleria Mall  SSF SHOP	 Pororo Mall  Daengi meori Mall  Aritaum  Memebox  Hwahae  Mpoint Mall

eCommerce Index 데이터 제공 범위

온라인 전체 시장 x 채널별 x 세조사 / 브랜드 / 세그먼트 / 아이템(SKU, Projected factor)별 판매지표를 제공합니다.

Data Source

- 신용카드 거래 데이터
- 인구통계 데이터



ePOS
데이터

- 온라인 Mega 패널 데이터
- 신용카드 페이먼트 데이터

Data Processing

- 전체 온라인 시장내 판매액 & 수량 규모 추정을 위해 확대계수 (Projection) 방법론 적용
- 단, 아이템(SKU) 지표는 판매액 점유율 % (Projected Value Share%) 데이터로만 제공

Data Scope

Market

- 온라인 전체
- 쿠팡
- 오픈마켓
- 대형마트 온라인몰
- 기타몰
- + 개별 온라인 유통사*
(네이버쇼핑)

Product

- 전체 카테고리
- 제조사
- 브랜드
- 세그먼트*
- Top SKU
(판매액 점유율% 지표만 제공가능)

Fact

- 판매액
- 판매수량
- 판매량

Period

- 월간 데이터
- 최근 2-3 년
- 데이터 형식:
Topline Snap-shot
Report (Excel)

*카테고리별 제공여부 상이



eCommerce Index 유효 카테고리 현황

약 80여개 소비재(FMCG) 온라인 카테고리를 제공하며, 구독 시점 과거 2년치 데이터도 제공 가능합니다.

*25년 하반기 셋업 예정 카테고리

식품 (40개 카테고리)									
제과류	신선/조미군	유가공	음료군		편의가공군			커피&차	기타
비스킷&케익	김치	두유	미네랄워터(생수)	과일 주스	만두	냉동 후라이	냉동 국탕짜개	커피믹스	건강기능식품
초콜렛	액상소스*	요구르트	스포츠음료&비타민 음료	R-T-D커피	라면	냉동 핫도그	밀키트	인스턴트 커피	홍삼
스낵		치즈	R-T-D TEA	곡물음료*	레토르트	냉동 패티	시리얼	원두 커피	
		우유	탄산음료	야채 주스*	미곡 레토르트	냉동 피자		캡슐 프로덕트	
		이유식/분유	탄산수	에너지 드링크*	냉동까스	냉동 양념육			

비식품 (40개 카테고리)									
가정용품		세제류		오랄케어	제지류	퍼스널케어	헤어케어	여성 화장품	기타
페브릭 스프레이	젓병&젓꼭지	세탁세제	표백제(산소계)	구강청정제	생리대	바스	헤어 린스	여성 기초 화장품	애완견푸드
살충제	플라스틱 밀폐용기	주방세제	표백제(염소계)	치솔	주방용타올	면도기+면도날	헤어케어	여성 색조 화장품	
수세미	공기청향제	섬유유연제	욕실 세척제	치약	두루마리화장지	액상비누	샴푸		
백스푸드	유리 밀폐용기	변기세정제	다용도 세척제		일회용기저귀	클린징	염모제*		
막대걸레	쿡웨어	주거용 세정제			물티슈	핸드&바디 로션/크림/오일			
бат데리									

eCommerce Index 고객사제공서비스예시

고객사 니즈에 맞춰 (1) 데이터 서비스 (2) 데이터 + 분석 서비스 형태로 제공 가능하며, 세부 서비스 구조는 사전 논의 후 확정합니다.



(1) 데이터 서비스

- 카테고리별 전반적인 시장 현황 및 경쟁관계 파악을 위해 사전 협의된 형태에 맞춰 데이터만 제공하는 서비스
- 정형화된 형태로 성과를 측정하는데 용이하며, 자사 성과 변화 및 주요 경쟁 성과를 파악하는데 주요함
- 자료 제공 형태는 NIQ Discover Snapshot(or Excel Topline)로 제공 가능



(2) 데이터 + 분석 서비스

- NIQ 에서 제공하는 데이터를 기반으로 NIQ 전문 분석 팀에서 각 카테고리에 대한 시장 현황, 주요 경쟁 상황 및 채널 동향 등에 대한 분석을 추가로 제공하는 서비스
- 고객사 내부적으로 가지고 있는 비즈니스 이슈에 대해 NIQ 전문 분석 팀과 사전 미팅을 통해 니즈를 파악하고 2~3개의 비즈니스 이슈를 세부 분석 서비스를 통해 제공
- 자료 제공 형태는 PPT 양식이며, 별도 발표 서비스도 함께 제공 가능

Expected Output

Topline snap-shot report delivery

- NIQ Discover 플랫폼을 통한 Topline Snap-shot Report 송부 (or Excel format)

NIQ Discover 비즈니스 모니터링 내 데이터 분석 내 작업 찾기 더 많은 도구 살펴보기

eCommerce Index_Snap-shot Topline Report_sample

판매액 의 1 Products, 모두 USAGE, 모두 TYPE, 모두 SUBTYPE, 모두 M... 에서 Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver 동안 6 Calendar Month ...

표-1

							판매액	판매액	판매액
PC	Markets	USAGE	TYPE	SUBTYPE	MANUFACTURER	BRAND	↓ Jan 24 - w/e 31/01/24	Feb 24 - w/e 29/02/24	Mar 24 - w/e 31/03/24
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	DOG	FOOD	습식	로알케닌코리아	로알케닌	로알케닌 로알케닌 가스트로 안테스타 캔 개 사료 400GX6S		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	CAT	FOOD	건식	로알케닌코리아	로알케닌	로알케닌 로알케닌 인도어 27 고양이 사료 4KG		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	DOG	FOOD	건식	펫츠코	노스포	펫츠코 노스포 랍스터 LB 개 11.4KG		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	CAT	FOOD	습식	로알케닌코리아	로알케닌	로알케닌 로알케닌 데칼 위드 피쉬 파우치 고양이 85G		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	CAT	FOOD	습식	에버플라즈	굿발란스	에버플라즈 굿발란스 짜먹는 고양이간식 참치 12GX30S+치킨 12...		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	MULTI	SNACK	NONMILK	동해안푸드	애기미	동해안푸드 애기미 동결건조 닭가슴살 트릿 멀티 500G		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	DOG	SNACK	NONMILK	펫더맨	7베게검	펫더맨 7베게검 우유밀크검 개 간식 5S		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	CAT	FOOD	건식	대주산업	캐츠랑	대주산업 캐츠랑 전연령 75%이상 닭&참치 고양이 20KG		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	CAT	FOOD	건식	밀레펫	몬지	밀레펫 몬지 비아월드 로우그레인 어덜트 멀치 고양이 1.5KG		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	CAT	FOOD	건식	사조산업	옐토	사조산업 옐토 프라임캣 전연령 고양이 20KG		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	CAT	FOOD	습식	로알케닌코리아	로알케닌	로알케닌 로알케닌 마더&베이비캣 울트라 소프트 무스 캔 고양이 ...		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	DOG	FOOD	건식	에이팩스	로우즈	에이팩스 로우즈 밀프리 드라이푸드 연어&치킨&화이트피쉬 개 9...		
(E)애완견푸드	Total Korea Ecommerce (Incl. Naver)/E Naver	DOG	FOOD	건식	라이언펫	몬트인섹트	라이언펫 몬트인섹트 하이포알라지 전연령 개 1.2KG		

내보내기

형식
☒ 엑셀
☐ 파워포인트

콘텐츠
☒ 편집 가능한 개체
☐ 정적 이미지

카드 정렬
☐ 보고서에 표시된 바와 같이
☒ 별도로

☐ Beta advanced images

Some table features are not yet supported in exported files. They will be exported as basic tables.

취소 **내보...**

(1)Market & Category Dynamic Trend

2024 화장품 트렌드 키워드



화장품 주요 카테고리 별 OVERVIEW



NIQ

온라인 전체 화장품 시장 규모

- 전체 온라인 화장품 시장은 2023년 전년대비 14.7% 성장한 것으로 나타났다.
- 가장 높은 성장률을 보인 온라인 화장품 카테고리는 '섀도우'로, 전년 대비 21.1% 성장했다.
- 섀도우는 온라인 화장품 시장에서 20.2%의 점유율을 차지하고 있다.



NIQ

색조 화장품 | MARKET ACTIVATION

- 색조 화장품은 전체 화장품 시장에서 2023년 전년대비 14.7% 성장한 것으로 나타났다.
- 가장 높은 성장률을 보인 색조 화장품 카테고리는 '섀도우'로, 전년 대비 21.1% 성장했다.
- 섀도우는 색조 화장품 시장에서 20.2%의 점유율을 차지하고 있다.



NIQ

(2)Channel & Key Player Portfolio Trend



(3) Business Issue & Deep Dive Analysis (*사전 협의 필요)

[에센스/세탁] 채널 중요도 및 지속 노화 트렌드

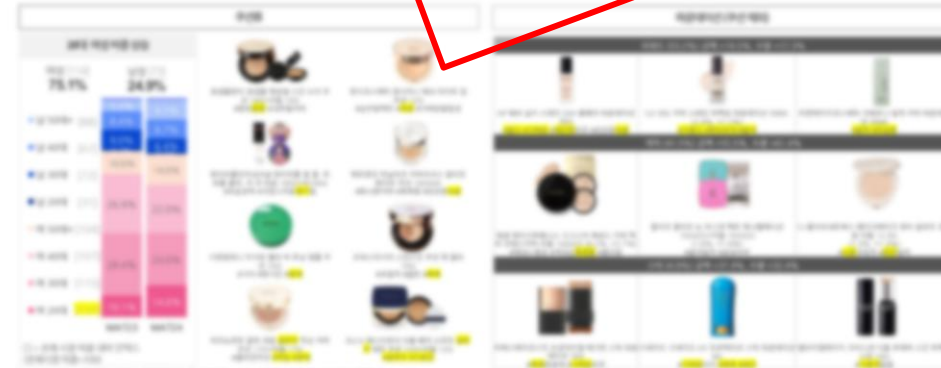
- 채널 측면에서 유통처별과 유통처 중요도가 높아졌으며 두 채널은 인지도 상승 40% 이상 늘리며 기대효과가 심화됨
- 유통처는 지속 노화 트렌드가 확산되며 모공, 잡티, 광채 등 개인별 피부 고민에 집중하고 인기 상품을 활용한 제품이 많음
- 특히, 천연에센스+아미노, 저자극성, 모공미세화+수분보습 기능성 제품의 비중이 두 가지 수 상승
- 또한 유통처는 채널 기능의 확대, 커스텀 그리고 유통 기능의 PC/MN을 활용한 제품의 판매력이 크게 증가



NIQ

[페이스] 초밀착/가볍고 매끈한 피부 표현_베이스 메이크업

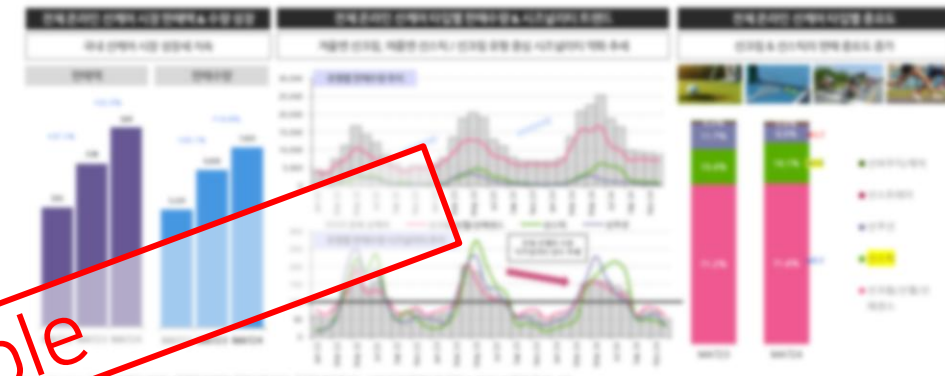
- 베이스 메이크업의 중요도가 높아졌으며, 특히 20대부터 30대 초반까지의 연령층에서 기대효과가 심화됨
- 도광+베이스 메이크업의 영향으로 광채, 피부톤 등 자연스럽고 밝아 보이는 제품이 인기
- 자연스러운 피부 표현, 저자극, 스킨 등 다양한 유통처가 성과를 기대하며, 특히, 수분보습 기능의 중요도가 높아졌으며 피부 표현을 위한 제품이 많아짐



NIQ

[선헤어] 전체 시장 및 타입별 성장 트렌드

- 전체 선헤어 시장은 저자극성 제품 연구 증가에 따라, 전체 광채와 수분 유출이 증가하고 있으며, 특히 선헤어 제품을 증가가 확대됨
- 또한 저자극성 제품을 구매 증가하는 제품과 저자극성, 저자극성 선헤어, 저자극성 선헤어+수분보습의 제품들이 두드러짐
- 전체적으로 시장규모가 크게 확대되고 있으며, 특히 선헤어+수분보습, 저자극성 등 다양한 제품이 많이 팔리며 시장 규모가 크게 확대됨



NIQ

[립 메이크업] 속속함과 자연스러운 강조하는 립 트렌드

- 립 메이크업의 중요도가 높아졌으며, 특히 20대부터 30대 초반까지의 연령층에서 기대효과가 심화됨
- 특히 립 메이크업의 중요도가 높아졌으며, 특히 20대부터 30대 초반까지의 연령층에서 기대효과가 심화됨
- 립 메이크업의 중요도가 높아졌으며, 특히 20대부터 30대 초반까지의 연령층에서 기대효과가 심화됨
- 립 메이크업의 중요도가 높아졌으며, 특히 20대부터 30대 초반까지의 연령층에서 기대효과가 심화됨



NIQ

Example

NIQ는 시장과 소비자에 대한 이해와 인사이트를 통해 *Full View*TM를 제공합니다.

NIQ는 소비자 구매 데이터, 소비자 조사 등 소비자를 둘러싼 다양한 데이터 소스와 인사이트를 바탕으로 과학적인 분석방법과 플랫폼을 통해 더욱 명확하고 구체적인 인사이트를 전달합니다.

The Full ViewTM

WHAT IS HAPPENING

소비자의
행동과 구매

WHY IT'S HAPPENING

소비자가
생각하고 느끼는 것

WHAT TO DO ABOUT IT

기회의 활용과
위험의 완화

위축된 시장을 돌파할 인사이트가 필요하신가요?

데이터에 기반한 전략적 의사결정을 가능하게 하는
닐슨아이큐의 옴니채널 인텔리전스를 확인해 보세요.

[문의하기 →](#)



NielsenIQ