

# 모바일 쇼핑 최강자는 쿠팡... 네이버·11번가·위메프 순

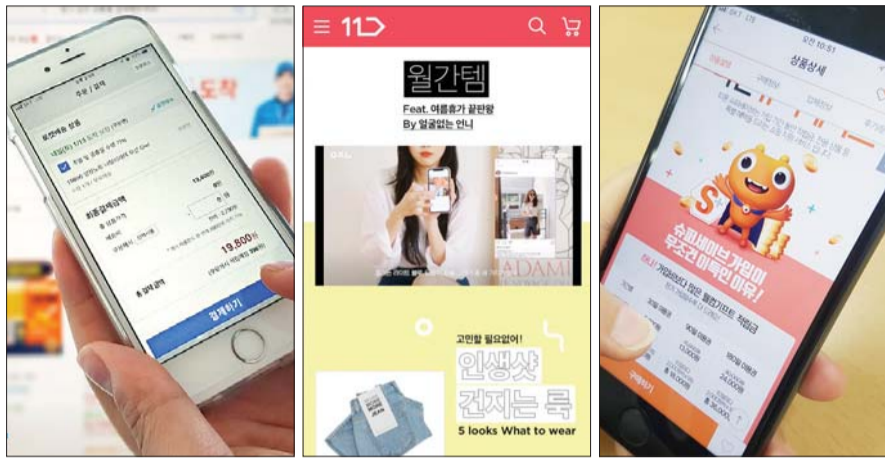
## 모바일 쇼핑 트렌드 리포트 2019

남성 88%, 여성 94.6% 경험 유  
생필품 39.8%, 패션잡화 36.5%  
오프라인 쇼핑품목 상위 '식품품'

'1위' 쿠팡, 사용 이유 '빠른배송'  
네이버쇼핑은 '간편결제·다양성'

잡자기 전에 주문하면 아침 일찍 물건이 도착하는 시대다. 모바일 쇼핑 경험률이 94%로 일상화되면서 필요 시, 필요한 만큼만 제품을 구매하는 합리적 구매 태도가 증가하고 있다.

12일 모바일 리서치 오픈서베이의 '모바일 쇼핑 트렌드 리포트 2019'에 따르면, 모바일 쇼핑은 남성(88.0%)보다 여성층의 경험률(94.6%)이 상대적으로



/쿠팡

/11번가

/티몬

높은 것으로 조사됐다. 하지만 연령별로는 이용률 차이가 없다는 것을 알 수 있었다. 남성은 주로 PC를 이용한 온라인 쇼핑 경험률이 많았다. 이번 조사 응답표본은 20~49세 남녀 1000명이다.

오프라인 대비 온라인과 모바일 구입

증가 품목으로는 가정용 생활용품이 39.8%, 패션잡화가 36.5%, 패션 의류가 35.5%로 높다. 반면 오프라인 쇼핑 품목 상위는 식품품인 것으로 나타났다. 3개월 내 구입 경험률은 81.7%였다. 오프라인 구매를 선호하는 이유는

상품을 직접 눈으로 확인하고, 즉시 수령할 수 있다는 점, 그리고 의류의 경우 착용해볼 수 있다는 점을 꼽았다.

온라인과 모바일로 구매하는 이유로는 '편리성'과 '가격/가치'를 장점으로 꼽았다. 응답자수의 56.4%가 '언제 어디서나 구매할 수 있다는 편리함'을 가장 큰 이유로 들었다. '만족스러운 가격'(55.7%)을 그 뒤를 이었다.

모바일 쇼핑 앱 주이용률은 쿠팡, 네이버쇼핑, 11번가, 위메프 등의 순으로 나타났다. 쿠팡을 주요 사용하는 이유로는 '빠른 배송'이었고, 네이버쇼핑은 '간편한 결제'와 '상품 다양성' '앱 편리성'이 긍정적으로 작용했다.

11번가는 '다양한 혜택·이벤트', 위메프와 G마켓은 '저렴한 가격'과 '다양한 혜택·이벤트'가 주된 이용이유로 나타났다. 쿠팡, 11번가, G마켓은 '생활

용품·주방용품'이 주 구매 품목인 반면, 네이버쇼핑은 '의류·패션 잡화'가 구매율이 높았다.

유료 쇼핑앱 멤버십을 이용하는 비중은 29%로, 아메이코리아의 '스마일클럽'과 쿠팡의 '로켓와우'를 주로 이용한다고 응답했다. 쿠팡의 유료멤버십 '로켓와우클럽'은 다른 이커머스 업체와 다르게 '배송'에 초점을 맞췄다. G마켓과 옥션, G9를 운영하는 이베이코리아는 '스마일클럽'을 운영한다.

업계 관계자는 "온라인·모바일 쇼핑객이 꾸준히 늘고 있고, 유료 멤버십제는 연회비 이상의 다양한 혜택을 제공해 충성 고객을 잡아두는 '록인(Lock-in)' 효과와 회원 활성도를 더욱 높이는 효과가 있기 때문에 유료 멤버십 혜택은 더욱 풍성해질 것"이라고 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



이마트, 호주 문구 브랜드 '스미글' 출시  
(Smiggle) 제품을 홍보하고 있다. 이마트는 오는 15일부터 전국 50개 매장에서 스미글 필통, 가방, 물통 등 총 46개 품목을 판매한다.

12일 오전 서울 성동구 이마트 성수점에서 모델들이 호주 문구 브랜드 '스미글' 제품을 홍보하고 있다.

/이마트

## “예비부부에 구매액 최대 7% 돌려드려요”

롯데백, 16일부터 '롯데 웨딩페이'  
9개월 합산 5~7% 상품권으로 지급  
티파니·볼가리 등 20개 브랜드 참여

롯데백화점이 예비 신혼부부를 겨냥한 차별화된 마케팅을 전개한다. 롯데백화점 전점에서는 오는 16일부터 25일까지 10일간 '롯데 웨딩페이'를 진행한다. 롯데백화점은 '롯데 웨딩멤버스'라는 제도를 통해 회원 가입 후 9개월 동안의 구매금액을 합산해 5~7%에 해당하는 금액을 상품권으로 돌려주는 '웨딩 마일리지' 제도를 운영하고 있다.

한 예로, 총 구매가 1000만원일 경우 환급 기준에 따라 총 금액의 6%인 60만원의 상품권을 받게 된다. 특히, '웨딩페이' 기간 중 주말에는 마일리지를 두 배로 적립해주는 '더블 마일리지' 혜택을 제공하기 때문에 많은 예비 부부 고객들이 손 꼽아 기다리는 백화점 행사이다.

이번 웨딩 페어 기간 동안에는 결혼 준비시 고객들이 가장 많이 이용하는 상위 20개 브랜드를 '더블 마일리지' 적립 브랜드로 선정했다. 티파니, 볼가리, 쇼파드, 피아제, 부쉐론, IWC, 예저르클르트, 브라이틀링, 태그호이어, 몽블랑, 골든듀의 11개 예물/시계 브랜드와 삼성전자, LG전자, 시몬스, 에이스, 텀퍼, 쉘리, 알레르방, 스메그, 드롱기



롯데백화점 소공동 본점 웨딩 센터를 방문한 고객.

/롯데백화점

의 9개 혼수 관련 리빙 브랜드가 더블마일리지 적립 대상 브랜드에 포함된다.

더불어 온라인 구매 고객이 증가함에 따라 롯데백화점 공식 쇼핑몰 '엘롯데'에 롯데 웨딩 멤버스 회원을 대상으로 행사 페이지를 신설하고 e-쿠폰북을 오픈하여, 무료 주차/음료 쿠폰, 문화센터 20% 할인 그리고 혼수 브랜드 특별 할인을 제공한다. 삼성, LG, 다이슨 등 가전의 경우 최대 40%, 나뚜찌, 한샘, 소프라운, 세사 등 가구/침구는 최대 50%, 휘슬러, 행켈, 태팔, 덴비 등 주방/식기 브랜드는 최대 65%까지 할인해준다. 롯데 웨딩멤버스 회원으로 가입하면 관련 온라인 링크를 문자로 받을 수 있다.

이외에도 백화점 MVG 고객 중 결혼 예정인 고객을 대상으로 'VIP 웨딩 행

사'를 진행한다. 8월 15일과 16일에는 오전 11시부터 8시까지 잠실에 위치한 롯데시그니얼 서울에서 VIP 고객 120쌍을 선정해 특별 행사를 진행한다. 분야별 전문가를 초청해 '풍수 지리 인테리어', '재테크 TIP', '메이크업 클래스' 등의 강의를 제공하고 해외명품과 가전 브랜드별 쇼룸에서 개인별 상담할 수 있는 기회 제공과 동시에 다양한 사은품을 증정한다.

롯데백화점 김대수 마케팅 본부장은 "이번 웨딩페어 행사는 기존 혜택인 더블 마일리지 적립 외에도 웨딩 회원 온라인 전용 혜택, 웨딩 VIP 행사 등 그 혜택을 확대했다"며 "많은 고객이 품격과 실속을 동시에 챙길 수 있는 웨딩페어 행사가 되길 바란다"고 말했다.

/신원선 기자

## 체내흡수 빠른 발효홍삼 '발휘' 3종

한국야쿠르트, 50년 유산균기술 집약

한국야쿠르트가 프리미엄 발효홍삼 '발휘'를 출시하며 시장 강화에 나섰다.

한국야쿠르트는 50년 유산균 발효기술을 바탕으로 체내 흡수가 탁월한 프리미엄 발효홍삼 '발휘' 3종을 선보인다고 12일 밝혔다.

제품에는 100% 유산균 발효홍삼 농축액을 적용해 일반홍삼 대비 빠른 흡수와 유지력이 뛰어난 것이 특징이다.

프리미엄 발효홍삼 '발휘'의 주원료인 에이치와이(HY) 발효홍삼 농축액은 100% 유산균으로 발효한 홍삼 유효성



프리미엄 발효홍삼 브랜드 '발휘'. /한국야쿠르트

분의 흡수와 유지 우수성을 인체시험으로 입증했다.

먼저 '발휘 발효홍삼 K'는 에이치와이(HY) 발효홍삼 농축액에 대보농축액 등 12종의 한방원료를 최상의 조건으로 배합해 효과 빠른 발효홍삼을 간편하게 섭취할 수 있다.

/박인용 기자 parkiu7854@

## 인천에 '배스킨라빈스 팝업스토어'

SPC그룹, 파라다이스시티에 오픈

SPC그룹이 운영하는 배스킨라빈스가 인천 파라다이스시티에 '세서미 스트리트' 콘셉트를 활용한 팝업스토어를 열었다고 12일 밝혔다.

인천 파라다이스시티 1층에 위치한 이번 팝업스토어는 오는 10월 중 오픈 예정인 배스킨라빈스 콘셉트 스토어 9호점 '파라다이스시티점' 오픈을 기념해 운영한다.

매장을 찾은 고객들이 세서미 스트리트 캐릭터들과 배스킨라빈스 트레일러를 타고 함께 여행을 떠나는 콘셉트로, '세서미 스트리트'에 등장하는 캐릭터들이 방문객을 반갑게 맞이하는 모습으로 공간을 꾸몄다.

8월 한 달간 운영되는 이번 팝업스토어에서는 블록처럼 쌓아 올릴 수 있는 형태의 '블록팩' 등 배스킨라빈스의 달콤한 아이스크림 메뉴들과 커피와 음료 등을 판매한다.

/박인용 기자

## SSG닷컴 추석 선물세트 1000여종 판매

민족 최대의 명절 추석을 맞아 SSG닷컴이 프리미엄 선물세트 판매에 본격적으로 나섰다.

SSG닷컴은 오는 9월 13일인 추석 당일까지 신세계몰에서 추석 선물세트 판매를 실시한다고 12일 밝혔다. 신세계백화점 상품부터, 온라인 몰에서만 구입할 수 있는 선물세트까지 약 1000여종을 준비했다.

SSG닷컴은 여러 종류의 선물세트를

한 눈에 살펴볼 수 있도록 '정담'이라는 테마로 전문관을 만들었다. 직접 백화점에 가기 어려운 경우에도 컴퓨터와 스마트폰으로 손쉽게 상품을 둘러본 후 원하는 배송지로 주문할 수 있다.

신세계백화점에서 판매하는 상품과 동일한 품목은 과일, 한우, 생선 등으로 약 500종이다. 백화점 바이어가 엄선한 상품을 온라인에서도 동일하게 구매 가능하다. 특히 우수 산지를 발굴해 최상



/SSG닷컴

품만을 선별한 세트가 눈길을 끈다. '과일연가 NEW 안동 사과 산주·나주 배 혼합 선물세트'를 비롯해, '명품 흥성한우 정육세트' 등이 대표적이다.

/신원선 기자