



INCROSS  
MEDIA  
DATA CLIPPING @

2019년 1월 인크로스 미디어 데이터 클리핑 <이커머스> 편

-2019. 1-

## INDEX

- I. 국내 이커머스 애플리케이션 및 사이트 이용 현황
- II. 국내 이커머스 매체력 평가
- III. 국내 이커머스 디바이스별 이용 행태
- IV. 국내 주요 이커머스 데모 프로파일
- V. 국내 주요 이커머스 트래픽 현황

## INDEX

- I. **국내 이커머스 애플리케이션 및 사이트 이용 현황**
- II. 국내 이커머스 매체력 평가
- III. 국내 이커머스 디바이스별 이용 행태
- IV. 국내 주요 이커머스 데모 프로파일
- V. 국내 주요 이커머스 트래픽 현황

## 주요 이커머스 순방문자 수 1위 앱은 '쿠팡'... 그러나 실행 횟수 및 체류시간은 여전히 저조

- 2018년 12월 이커머스 이용 현황 분석 결과, 순 방문자 앱 부문 1위는 '쿠팡(약 809만 명)'인 것으로 나타남. 웹 부문에서는 '지마켓(약 952만 명)', '11번가(약 912만 명)', '옥션(약 870만 명)' 등 오픈마켓이 주를 이룸
- 평균 실행 횟수가 가장 높았던 앱은 '당근마켓'으로 월 평균 85.2회 정도 이용하며, 위메프, '티몬', '지마켓' 등이 그 뒤를 이어나 1위와의 격차 존재함. 웹 부문에서는 '뽐뿌'가 평균 144.0회로 매우 높게 나타나고 '예스24', '다나와' 등 전문몰들이 순위권에 있는데, 이는 디바이스 간 사용 차이를 나타내 주목할 필요 있음
- 이커머스 평균 체류시간의 경우, 앱 부문에서는 '당근마켓(264.1분)', 웹에서는 '뽐뿌(75.5분)'가 1위를 차지했으며, 나머지 브랜드 대비 높게 나타남
- 쿠팡의 순 방문자 수가 증가했으나 실행 횟수 및 체류 시간은 타 브랜드 比 여전히 저조하여 명확한 원인 분석 요구 됨

이커머스 순 방문자 수 TOP 10\*

(Unit: 만 명)

APP			WEB		
1	쿠팡	809.0	1	지마켓	951.6
2	11번가	758.0	2	11번가	912.4
3	위메프	652.6	3	옥션	870.3
4	티몬	477.4	4	위메프	665.3
5	지마켓	440.4	5	인터파크	657.5
6	홈쇼핑	424.2	6	쿠팡	566.3
7	옥션	396.8	7	티몬	441.8
8	씨제이몰	334.7	8	쓱닷컴	441.1
9	지에스샵	320.0	9	지에스샵	294.9
10	현대H몰	289.0	10	다나와	294.8

이커머스 평균 실행 횟수 / 페이지뷰 TOP 10\*

(Unit: 회)

APP			WEB		
1	당근마켓	85.2	1	뽐뿌	144.0
2	위메프	56.1	2	옥션	60.8
3	티몬	37.0	3	예스24	40.7
4	지마켓	31.4	4	지마켓	31.3
5	11번가	30.3	5	다나와	29.8
6	옥션	29.5	6	롯데아이몰	28.3
7	쿠팡	28.0	7	11번가	25.9
8	지그재그	27.5	8	쿠팡	25.8
9	지에스샵	25.9	9	롯데닷컴	25.5
10	하이마트	24.8	10	티몬	25.2

이커머스 평균 체류시간 TOP 10\*

(Unit: 분)

APP			WEB		
1	당근마켓	264.1	1	뽐뿌	75.5
2	위메프	144.0	2	옥션	31.3
3	옥션	117.7	3	위메프	19.2
4	티몬	100.6	4	지마켓	19
5	지마켓	97.4	5	티몬	18.5
6	지그재그	96.1	6	쿠팡	17.8
7	지에스샵	88.3	7	11번가	17.1
8	쿠팡	78.5	8	다나와	15.9
9	11번가	75.3	9	예스24	15.6
10	롯데닷컴	44.4	10	씨제이몰	14.1

\*2018.12 데이터 기준

## INDEX

- I. 국내 이커머스 애플리케이션 및 사이트 이용 현황
- II. 국내 이커머스 매체력 평가**
- III. 국내 이커머스 디바이스별 이용 행태
- IV. 국내 주요 이커머스 데모 프로파일
- V. 국내 주요 이커머스 트래픽 현황

국내 이커머스 매체력 평가

# 이커머스 매체력 평가 1위 앱은 '위메프', 웹 부문에서는 '옥션'이 1위를 차지

- 2018년 12월 이커머스 매체력 평가 결과, 앱 부문에서는 '위메프'가 61.4%로 1위를 차지했으며 '쿠팡(58.2%)'과 '11번가(54.9%)'가 그 뒤를 이음
- 세부 속성 평가 중 노출력은 '쿠팡(38.7%)>'11번가(36.2%)' 순으로 높게 나타나나, 유지력 및 탐색력은 '위메프'가 10% 이상을 유지 중임
- 사이트 부문에서는 '옥션'이 64.1%로 가장 높고, 그 다음은 '지마켓(58.6%)', '11번가(54.3%)' 순임
- 사이트 노출력은 '지마켓(44.3%)>'11번가(42.4%)>'옥션(40.5%)' 순으로 나타나며, 탐색력 및 유지력은 옥션이 가장 높게 나타남

이커머스 매체력\* 평가\_Top3\*\* 이커머스 애플리케이션\*\*\*

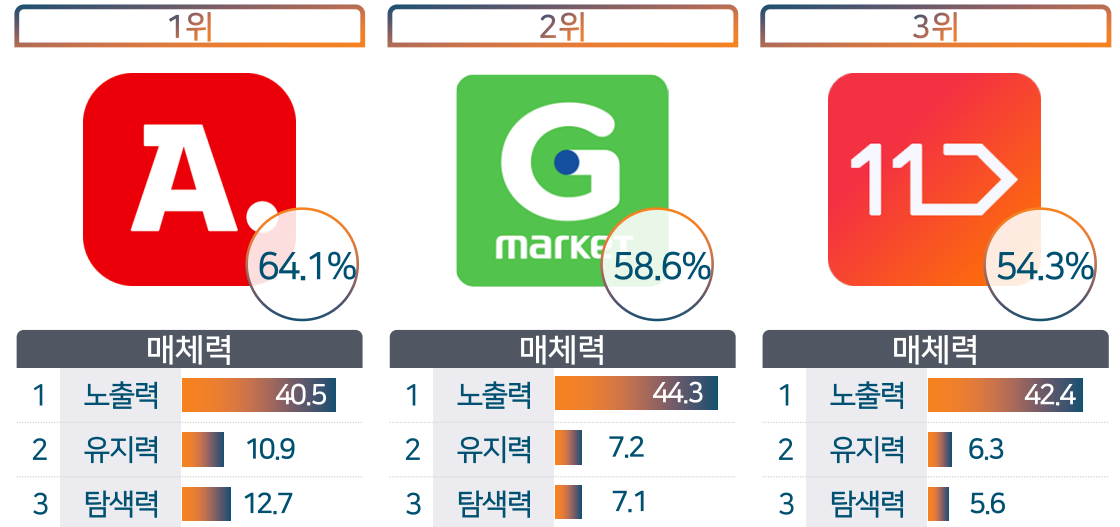
(Unit: %, 중복 이용)



(이커머스 앱 순 이용자 N=2090만 명, 총 이용 시간 N=634만 분, 총 실행 횟수 N=238만 회)

이커머스 매체력 평가\_Top3\*\* 이커머스 사이트\*\*\*

(Unit: %, 중복 이용)



(이커머스 웹 순 방문자 N=2149만 명, 총 체류 시간 N=249만 분, 페이지뷰 N=417789만 회)

\*노출력, 유지력, 탐색력은 각 순방문자 수, 평균 페이지뷰, 평균 체류 시간 수치를 통해 산출함. 이용된 이커머스 카테고리 내 앱/웹을 모수로 하여 백분율로 나타냄  
 \*\*애플리케이션 및 웹 순위는 세 가지 평가 항목을 백분위로 나타냈을 때 합산한 값을 내림차순 함  
 \*\*\*2018년 12월 데이터 기준

## ① INDEX

- I. 국내 이커머스 애플리케이션 및 사이트 이용 현황
- II. 국내 이커머스 매체력 평가
- III. 국내 이커머스 디바이스별 이용 행태**
- IV. 국내 주요 이커머스 데모 프로파일
- V. 국내 주요 이커머스 트래픽 현황

# '옥션'은 PC로, '11번가'는 앱으로 바로 접속... '지마켓'의 경우 모바일로 앱 보다 모바일 웹 사용하는 경향 강해

- 2018년 11월 기준 이커머스 온라인 전체 순 방문자의 디바이스별 이용 행태 분석 결과, 상위 3개의 이커머스 브랜드 이용 행태가 각각 다르게 나타남
- 이커머스 전체 순 방문자수 1위는 '지마켓'으로, PC와 모바일 중 모바일 비중이 높고, 모바일 앱 보다 모바일 웹을 이용하는 비율이 높게 나타남
- 그 다음은 '11번가'이며, 모바일 앱에 바로 접속하여 이용하는 경향을 보임
- 옥션의 경우 PC 이용 비중이 높게 나타나며, 모바일에서도 웹을 통해 이용하고 있음

이커머스 온라인 전체 순 방문자(UV) 순위 및 디바이스별 이용 비중\*

#	브랜드	(Unit: 십만 명)			(Unit: %, 중복 이용)	
		전체 UV	PC	모바일	WEB	APP
1	지마켓	171.7	55.4	< 64.4	69.7	> 43.7
2	11번가	166.6	53.1	< 63.8	43.6	< 72.0
3	옥션	143.8	50.7	> 48.1	46.9	> 37.1
4	쿠팡	129.7	33.0	< 51.8	18.2	< 67.7
5	위메프	123.3	38.7	< 44.6	17.5	< 58.5
6	인터파크	102.9	38.3	> 28.7	24.0	≒ 24.4
7	쓱닷컴	95.7	25.7	< 35.8	33.5	> 27.6
8	티몬	94.2	25.7	< 35.8	15.1	< 45.1
9	씨제이몰	86.1	15.5	< 38.7	36.1	> 30.7
10	지에스샵	68.4	17.2	< 26.8	15.7	< 28.9

[참고] 디바이스별 이용 행태 차이에 따른 정황 예시\_Top3를 중심으로



**지마켓**  
모바일 웹  
포털 및 인터넷 앱내  
웹페이지에 노출된 광고 배너  
및 구좌 광고 통한 유입



**11번가**  
모바일 앱  
전용 애플리케이션으로  
바로 접속하여 상품 탐색



**옥션**  
PC/모바일 웹  
PC 인터넷을 통한 접속  
모바일에서도 포털 및  
인터넷 앱을 통한 유입

\*2018년 11월 데이터 기준 이커머스 앱/웹 전체 값 기준 내림차순 정렬  
[2019-1호] 인크로스 미디어 데이터 클리핑 <주요 이커머스 앱/웹 사용자 데이터 분석> 8



## ① INDEX

- I. 국내 이커머스 애플리케이션 및 사이트 이용 현황
- II. 국내 이커머스 매체력 평가
- III. 국내 이커머스 디바이스별 이용 행태
- IV. 국내 주요 이커머스 데모 프로파일**
- V. 국내 주요 이커머스 트래픽 현황

# 이커머스, '남성'과 '40대'를 공략하라! 트래픽 높은 '11번가'와 '지마켓' 內 남성과 40대 비율 높아

- 이커머스 애플리케이션 및 사이트의 순 이용자는 '11번가(1658만 명)'>'지마켓(1448만 명)'>'쿠팡(1408만 명)' 등의 순으로 높게 나타남
- 데모 분석 결과, 순 이용자 비중에서 각 1, 2위를 차지한 '11번가'와 '지마켓'의 경우 남성의 비율이 높음
- 이커머스 Top10 브랜드 내 주요 고객 연령은 40대로, 티몬을 제외한 Top10 이커머스 브랜드에서 다수를 차지함

국내 주요 이커머스 순 이용자 비중\*

(Unit: 십만 명(그래프), %(테이블))

		11번가	지마켓	쿠팡	옥션	위메프	인터파크	티몬	쓱닷컴	씨제이몰	지에스샵
		165.8	144.8	140.8	131.7	124.7	102.6	90.2	87.3	82.1	67.0
성별	남성	<b>52.7</b>	<b>52.3</b>	49.8	<b>54.6</b>	48.3	51.9	47.5	46.6	39.9	39.0
	여성	47.3	47.7	50.2	45.4	51.7	48.1	<b>52.5</b>	<b>53.4</b>	<b>60.1</b>	<b>61.0</b>
연령	10대	6.6	6.4	4.9	6.1	4.8	5.9	3.2	4.1	4.6	1.8
	20대	14.5	15.3	15.5	14.7	17.6	19.1	17.9	14.5	7.3	10.0
	30대	24.6	23.8	24.7	23.1	<b>26.5</b>	<b>25.4</b>	<b>30.8</b>	24.2	20.6	24.8
	40대	<b>26.7</b>	<b>27.5</b>	<b>26.1</b>	<b>28.3</b>	<b>26.6</b>	<b>25.7</b>	26.6	<b>30.0</b>	<b>32.4</b>	<b>32.6</b>
	50대	20.6	19.6	21.3	21.0	18.6	17.8	16.3	21.0	26.7	23.8
	60대	6.9	7.4	7.5	6.9	5.9	6.2	5.1	6.2	8.3	6.9

\*2018년 12월 데이터 기준. 이커머스 앱/웹 전체 값 기준 내림차순 정렬  
 [2019-1호] 인크로스 미디어 데이터 클리핑 <주요 이커머스 앱/웹 사용자 데이터 분석> 10

## INDEX

- I. 국내 이커머스 애플리케이션 및 사이트 이용 현황
- II. 국내 이커머스 매체력 평가
- III. 국내 이커머스 디바이스별 이용 행태
- IV. 국내 주요 이커머스 데모 프로파일
- V. 국내 주요 이커머스 트래픽 현황**

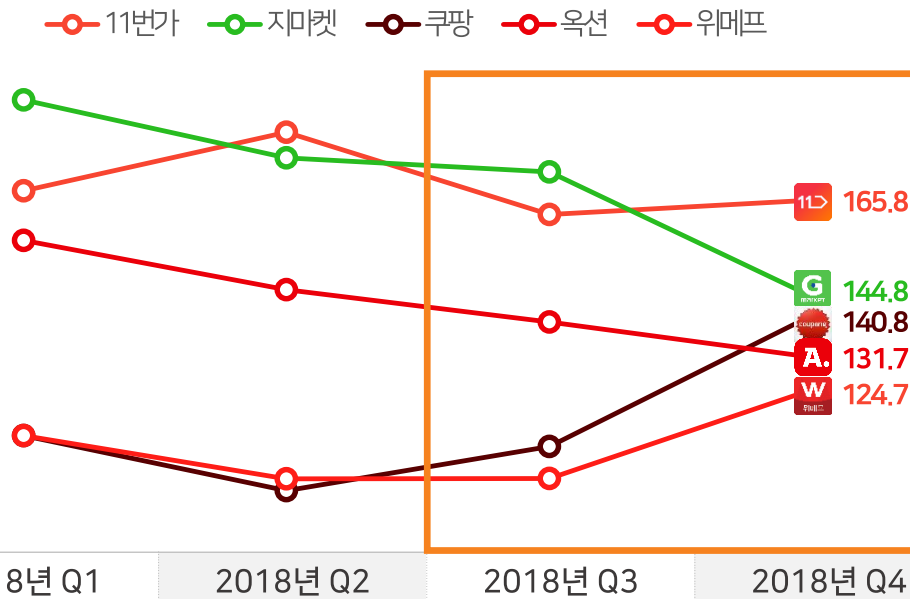
국내 주요 이커머스트래픽현황

# 2018년 4분기 '쿠팡' 트래픽 전 분기 比 20.2% 증가... 지마켓·옥션은 마이너스 기록

- 최근 1년 주요 이커머스의 추이를 살펴 봤을 때 지난해 4분기에 '11번가'가 '지마켓'을 앞지르고, '쿠팡'과 '위메프'는 3분기 比 4분기에 높은 트래픽 성장률을 보임. 그중 '쿠팡'의 성장 폭이 가장 큰데(20.2%), 이는 투자 이후 전향적 사업 추진의 결과일 가능성 큼
- '11번가'는 3분기에 마이너스 성장률을 보였으나, 4분기에는 1.9% 증가하였고, '지마켓'과 '옥션'은 하락세인데, 그중 '옥션'은 전 분기 4위였던 '쿠팡' 보다 낮은 수치를 기록함

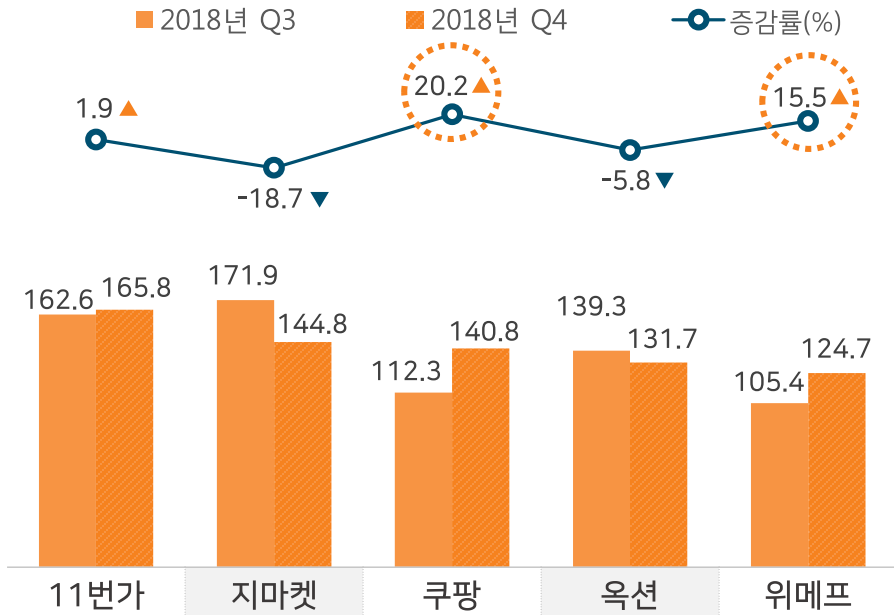
최근 1년 주요 이커머스트래픽 추이

(Unit: 십만 명)



전분기 대비 이커머스 순 방문자 증감 추이

(Unit: 십만 명)




\*2018년 12월 데이터 기준. 이커머스 앱/웹 전체 값 기준 내림차순 정렬  
 [2019-1호] 인크로스 미디어 데이터 클리핑 <주요 이커머스 앱/웹 사용자 데이터 분석> 12

## E.O.D

본 리포트에 대해 궁금한 점이 있으시면 언제든지 연락 주시기 바랍니다.

미디어랩사 인크로스(주)

정기 구독 및 리포트 관련 문의  마케팅 기획팀 [media@incross.com](mailto:media@incross.com)

**incross**

© 2019 Incross - All rights reserved.

This document constitutes the exclusive property of Incross. Incross retains all copyrights and other rights over, without limitation, Incross' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Incross. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs and the needs of its affiliated companies as the case may be only for the purpose of evaluating the document for services of Incross. No other use is permitted.