

## [대세! M커머스]①앱쇼핑은 블랙홀, PC 이어 TV까지 삼켰다

기사입력 2018-07-13 06:02 최종수정 2018-07-13 09:48

**GS샵, 모바일 매출 비중 TV 부문 추월...홈쇼핑 업계 사상 최초**  
온라인 시장선 이미 모바일 쇼핑 주력으로 굳혀  
온라인 중 모바일 거래 비중 62.2%...'조언에서 주연으로'

**GS샵, 모바일 매출 비중 TV 부문 추월...홈쇼핑 업계 사상 최초**  
온라인 시장선 이미 모바일 쇼핑 주력으로 굳혀  
온라인 중 모바일 거래 비중 62.2%...'조언에서 주연으로'



(그래픽=문승용 기자)

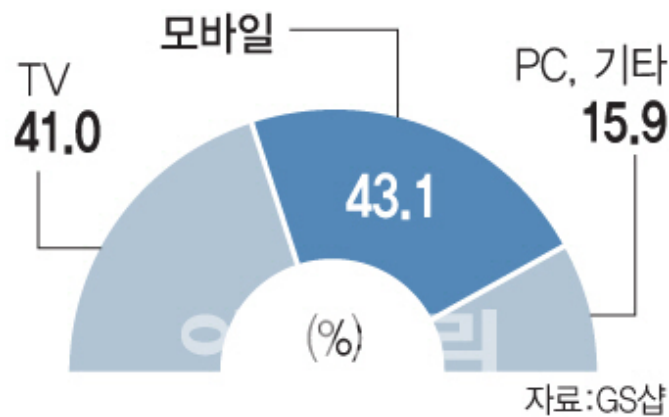
[이데일리 송주오 기자] 블랙홀처럼 빨아들이고 있다. 가로세로 약 1cm 남짓 크기의 애플리케이션(앱) 애기다. 엄지손가락만 한 앱은 온라인 쇼핑 시장에서 몇 배는 큰 마우스(이커머스)를 이기더니 이제는 수십, 수백 배 큰 TV(홈쇼핑)마저도 누를 기세다.

올해 홈쇼핑 업계는 모바일 전성시대를 맞이했다. 대표적인 곳이 GS샵(GS홈쇼핑)이다. GS샵의 1분기 취급액(상품 주문액)은 1조749억 원을 기록했다. 이는 전년 동기 대비 8.7% 신장한 수치다. 주목할 점은 부문별 비중이다. 모바일 주문액이 전년 동기 대비 31.3% 증가한 반면 TV홈쇼핑 주문액은 5.6% 감소했다.

특히 3월에는 전체 상품 주문액 중 모바일 비중이 43.1%에 달했다. 같은 기간 TV홈쇼핑 주문액 비중은 41.0%였다. PC를 통한 구매를 비롯한 기타 비중은 15.9%에 그쳤다. 모바일이 TV를 추월한 것은 올해가 처음이다. 4월과 5월에도 이 같은 기조가 이어져 2분기에는 분기 기준으로 모바일이 TV를 앞설 것으로 관측된다.

홈쇼핑 업계에서 모바일 매출이 TV를 추월한 곳은 GS샵이 유일하다. 롯데홈쇼핑이 35%로 모바일 비중이 그 다음으로 높고, 다른 업체들은 20% 중반대를 보이고 있다. 다만 홈쇼핑 업계는 모바일 부문이 빠르게 성장하고 있어 TV 부문을 추월하는 건 시간문제라고 보는 시각이 지배적이다.

### 올 3월 GS샵 채널별 주문액 비중



(그래픽=문승용 기자)

엄지족의 활약상은 이미 온라인 쇼핑 시장에서 확인됐다. 2016년 1월 온라인 쇼핑 거래액 중 모바일 비중이 처음으로 50%를 넘어서며 PC를 앞선 데 이어 그해 연간 기준 53.4%로 마감하며 조연에서 주연으로 발돋움했다. 모바일 시장의 비중은 계속 증가해 지난 5월에는 62.2%를 기록하며 역대 최고치를 세웠다.

모바일 시장이 가파른 성장세를 지속하고 있어 올해 60조원 규모로 성장할 것으로 업계 안팎에서 내다보고 있다. 이는 지난해와 비교해 약 25% 성장한 수치다. 이에 업계 일각에서는 온라인 시장을 대표하는 용어로 '이커머스' 대신 '모바일커머스'를 사용하고 있다.

유한익 티몬 대표 "이커머스는 PC가 앞에 있어야 한다는 물리적 한계가 있지만, 모바일은 시간, 장소의 구매를 받지 않는다"면서 "이런 특징 탓에 20~30대를 중심으로 모바일 커머스가 유통의 대세로 자리매김 하고 있다"고 말했다.

송주오 (juoh413@edaily.co.kr)

2030을 위한 알짜 정보가 가득 [\[스냅타임▶\]](#)

네이버 홈에서 '이데일리' [\[구독하기▶\]](#)

최신 웹툰이 매일 공짜. '웹툰' [\[감상하기▶\]](#)

< ©종합 경제정보 미디어 이데일리 - 무단전재 & 재배포 금지 >

---

이기사주소 <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LPOD&mid=etc&oid=018&aid=0004148627>

---