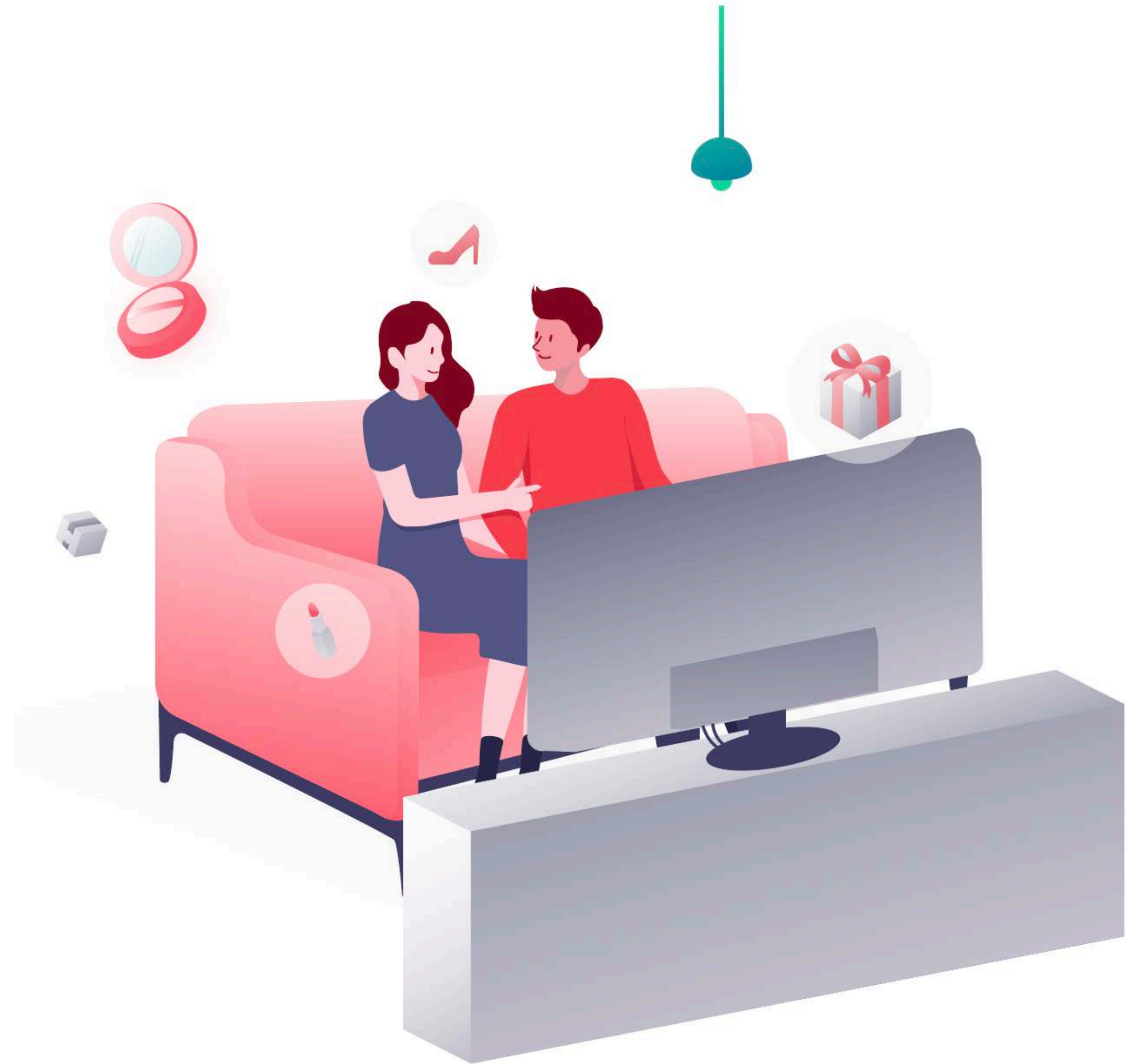


모아리포트

2020.7
Special Issue

2020 3분기 예상 인기 상품군

지난 5년간의 데이터에 기반한
3분기 인기상품군을 분석합니다.



구매수량 트렌드

- 월별 구매수량 트렌드
- 분기별 구매수량 점유율

월별 구매수량 트렌드

- 3분기 주요 구매수량 상위 1차 카테고리
- 3분기가 중요한 1차 카테고리

카테고리별 구매수량 트렌드

- 의류, 식품, 뷰티, 생필품/주방 구매수량, 비율 분석
- 카테고리별 3분기 인기상품군

부록

* 3분기 전체 구매수량 TOP30

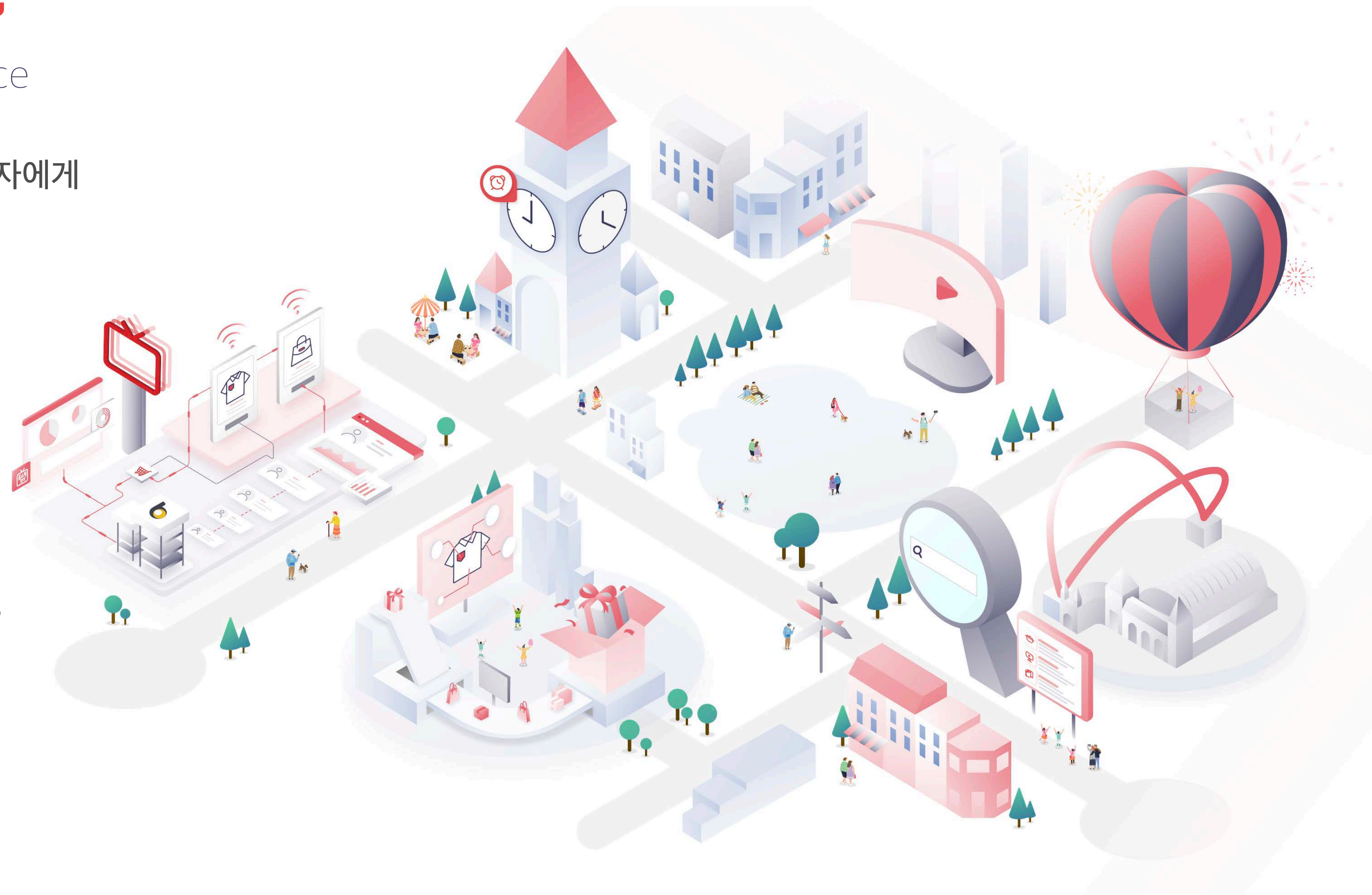


모아리포트

Mobile Home Shopping Big Data Service

모아리포트는 홈쇼핑, 벤더사 등 홈쇼핑 업계 종사자에게
유의미한 상품 및 사용자 분석 데이터를 제공하는
국내 유일 모바일 홈쇼핑 빅데이터 서비스입니다.

국내 모든 홈쇼핑 및 T커머스가 모여있는
홈쇼핑모아의 빅데이터를 활용해
현재의 홈쇼핑을 분석하고,
앞으로의 홈쇼핑을 예측하는데 기여하고 있습니다.





1,000 만
다운로드

WAU

60 만
주간 UV

MAU

100 만
월간 UV



3 만
월간 취급상품수



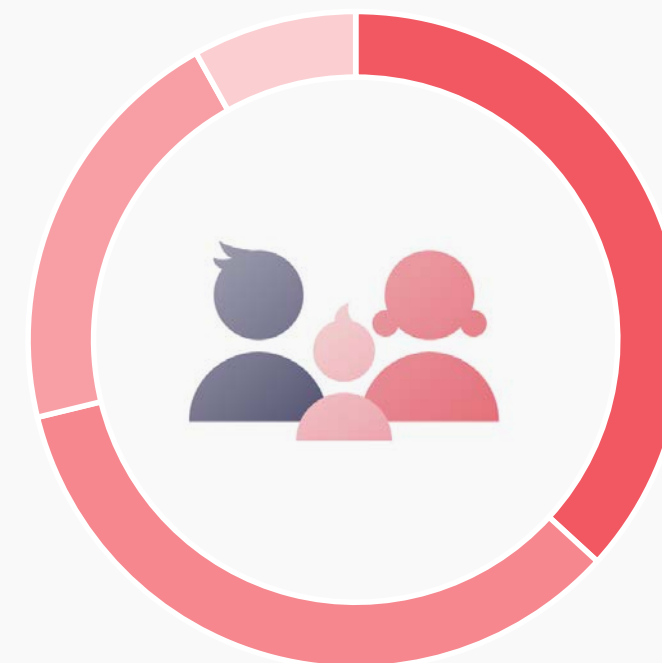
71 만
월간 알람설정수



190 만
월간 구매클릭수



● 여성 85%
● 남성 15%



● 40대 36.8%
● 50대 이상 34.4%
● 30대 20.7%
● 20대 이하 8.1%



2020년 3분기 인기상품군

본격적인 여름을 맞이하며 3분기로 접어들었습니다.

모아리포트에서는 지난 5년간의 데이터를 토대로
전통적으로 3분기에는 어떤 상품군이 많이 판매되며,
또 어떤 상품군이 3분기에 구매비율이 증가하는지를 분석해 보았습니다.



3분기를 준비하시는 분들께 도움이 되길 바랍니다.

3분기는 2분기보다 구매수량이 소폭 하락하는 시기

지난 5년(2015~2019)간 월별 구매수량 트렌드를 종합한 결과 입니다.

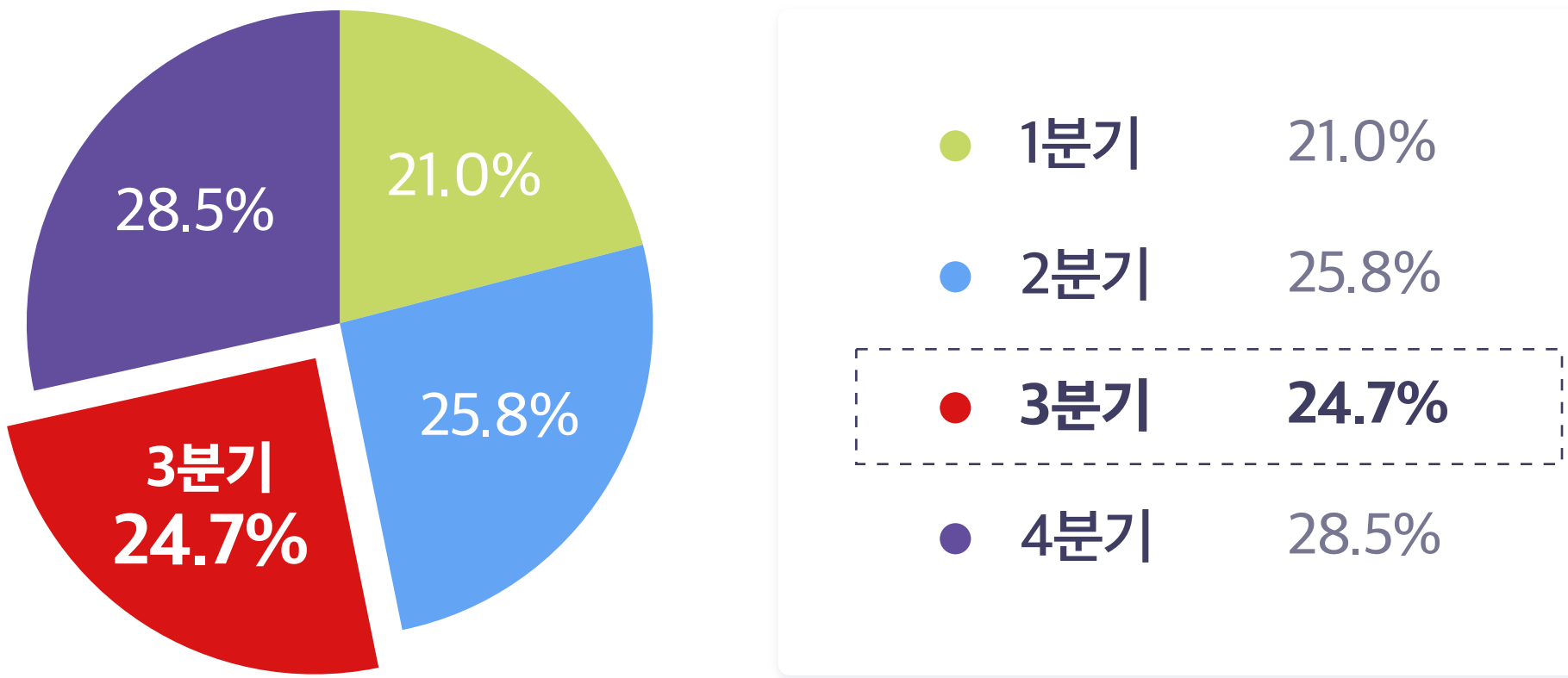
평균적으로 1~2월에는 소비가 둔화되는 경향이 있으며
2분기들어 점점 상승세를 이어갑니다.
하지만 3분기들어(7,8,9월) 소비 수요는 2분기 대비 약 1% 감소하는 경향이 보입니다.

3분기에는 홈쇼핑 메인 카테고리 중 하나인 의류 카테고리의 구매수량 하락하며
전체 구매수량에 영향을 미쳤을 것으로 예상됩니다.

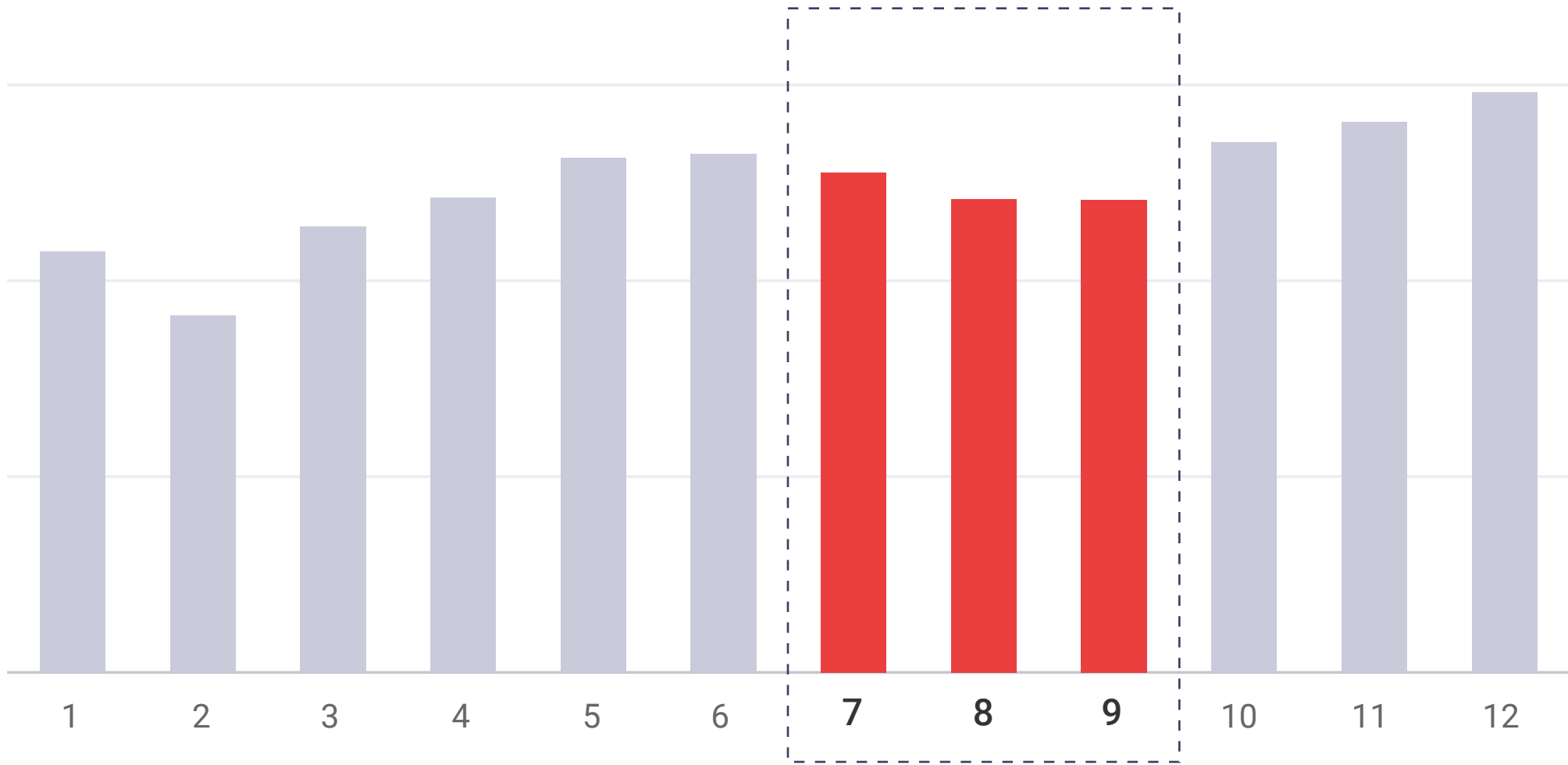
의류 품목은 여름을 대비해 2분기에 많은 구매가 이루어지고 3분기에 들어서는
여름용 계절 가전이나 생필품/주방 위주의 쇼핑으로 전환되는 시기라고 생각합니다.

카테고리별로 어떤 변화가 있는지 더 자세히 알아 보겠습니다.

분기별 구매수량 점유율



월별 구매수량 트렌드



3분기 구매점유율이 높은 카테고리 : 의류, 식품, 뷰티

3분기에는 **의류**가 전체 카테고리에서 23.3%로 가장 높은 구매수량 점유율을 차지합니다. 2분기 대비 6% 하락은 했지만 홈쇼핑의 주요 카테고리인만큼 높은 점유율을 차지하고 있습니다

반면 **식품**의 경우 2분기 대비 3분기에 약 3.5%의 구매수량 점유율 상승을 기록하며 의류 다음으로 가장 높은 구매수량 점유율을 기록합니다.

생필품/잡화의 경우 3분기 구매수량 점유율은 2분기 대비 소폭 상승하나 10% 정도 수준을 보입니다.

3분기 구매비율이 높은 카테고리 : 생필품/주방, 뷰티

생필품/주방은 3분기 구매점유율(차트1) 자체는 10% 이하로 낮았지만 3분기 구매 비율이 31.5%까지 상승하며 1년 중 3분기에 가장 잘 팔리는 상품군이라는 걸 알 수 있습니다. 이는 모든 카테고리 중 가장 높은 비율입니다.

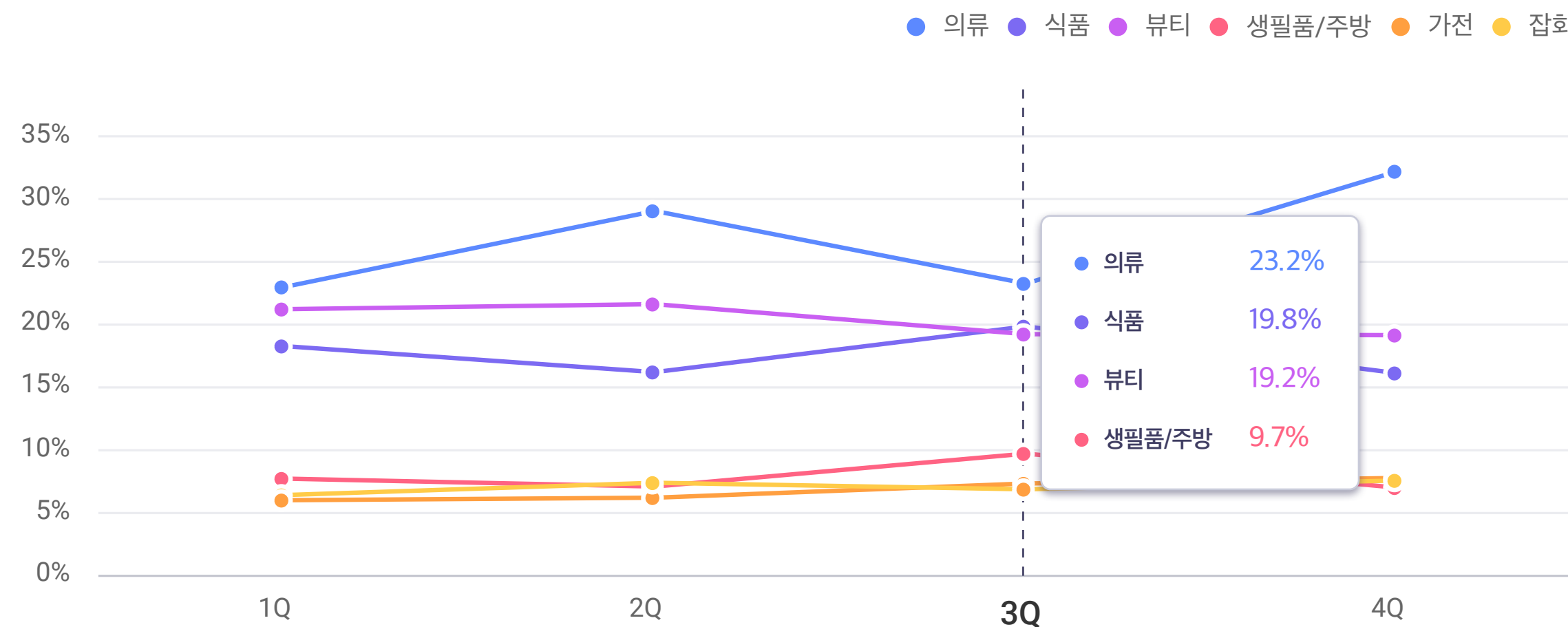
뷰티의 3분기 구매점유율은 2분기 대비 약 2% 하락 합니다. 차트 1

하지만 3분기 구매비율은 약 29%로 1년 중

3분기에 가장 많은 판매를 하고 있는 것으로 나타났습니다.

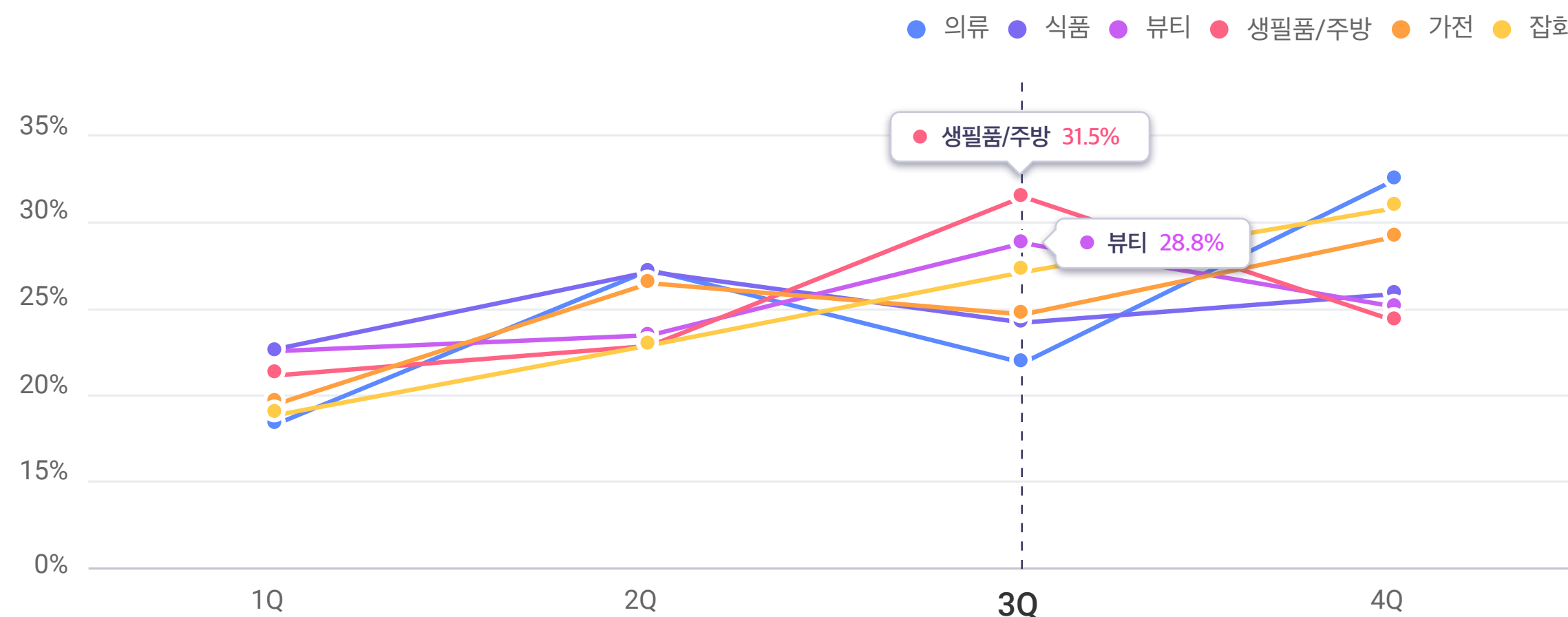
구매수량은 하락하지만 3분기가 뷰티에겐 가장 중요한 기간이라고 할 수 있습니다.

차트 1 분기별 구매수량 점유율



* 본 차트는 해당 분기에 각 카테고리별 구매수량이 얼마나 차지하는지 나타낸 점유율 차트입니다.

차트 2 분기별 구매비율 트렌드 (1년중 해당 분기 비율)



* 본 차트는 각 카테고리들의 1~12월 전체 구매수량을 분기별 비율로 나타낸 차트입니다.

3분기 구매점유율이 높은 카테고리 : 여성의류, 언더웨어

3분기 **여성의류**는 점유율이 점차 상승하는 시기입니다.
 7월 구매점유율 42%로 시작하지만 9월 가을/겨울 의류 판매에 힘입어 70%까지 상승합니다.

언더웨어는 2분기부터 상승세가 시작되어 7월 최대 구매점유율(45.5%)을 기록합니다

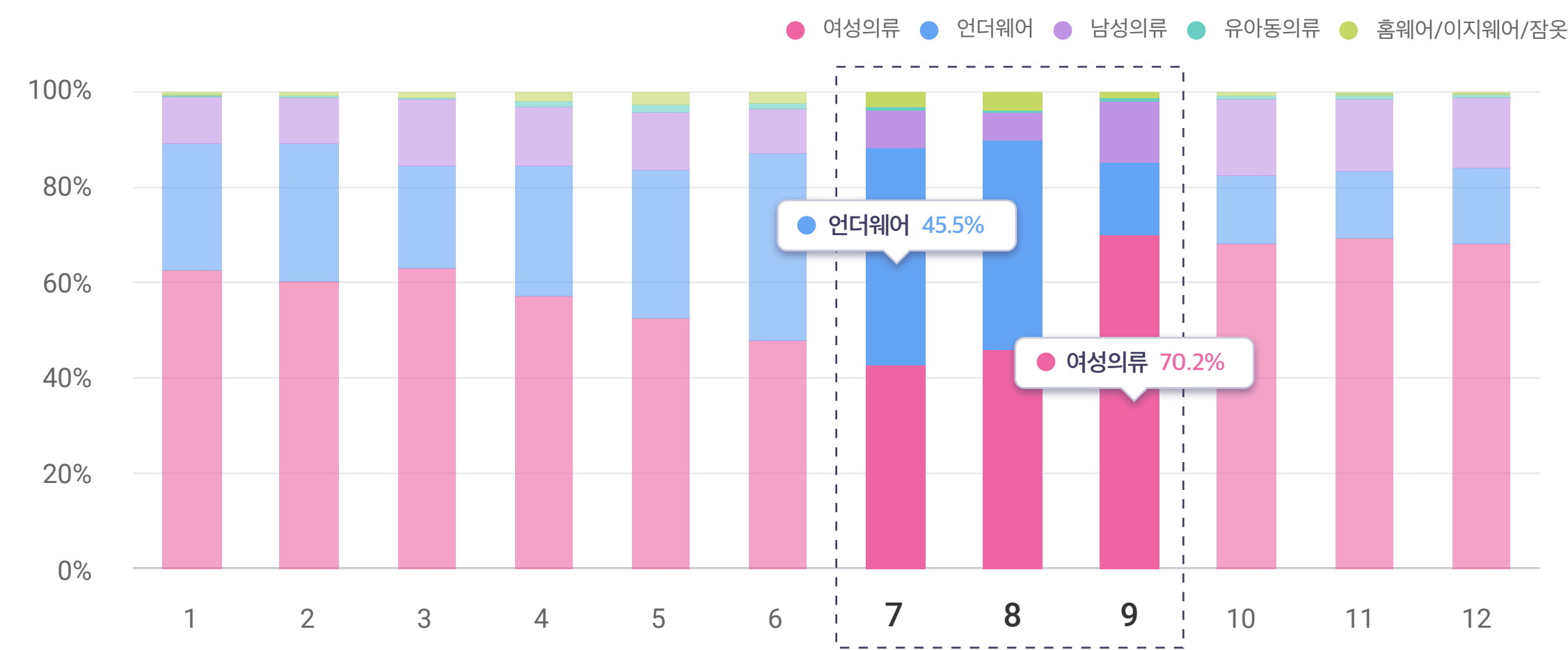
3분기 구매비율이 높은 카테고리 : 홈/이지웨어, 언더웨어

구매점유율이 낮은 **홈/이지웨어**는 5~8월이 가장 중요한 기간입니다.
4개월간의 구매비율이 65%를 넘을 정도로 집중된 소비 패턴을 보여
 해당 기간의 판매량이 1년을 좌우한다고 볼 수 있습니다.

언더웨어는 3분기(7~9월)에 구매점유율도 높고 구매비율도 30%까지 상승하여
 1년 중 가장 수요가 집중되는 시기입니다.

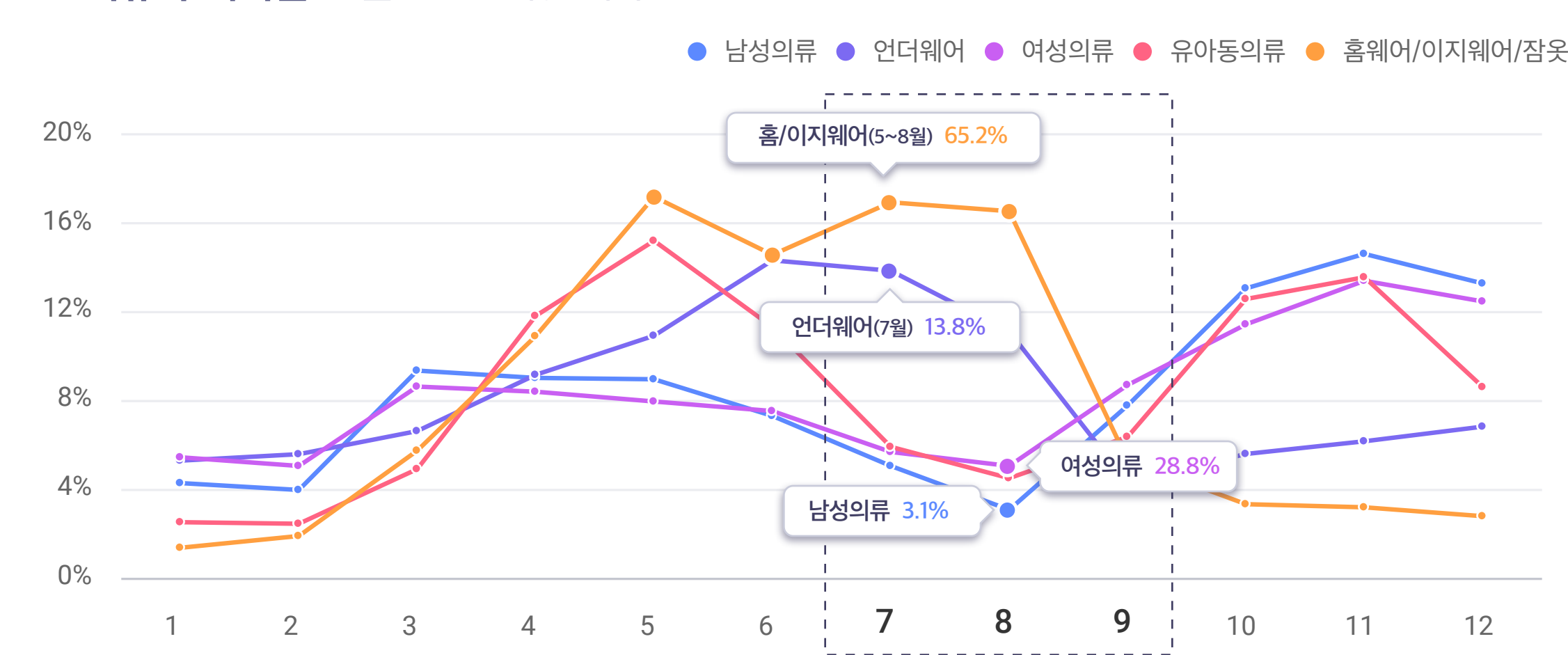
유아동, 여성, 남성의류는 모두 2분기에 비교적 높은 구매비율을 보이다가
 3분기에 동반하락 합니다.
 일반 의류는 2분기에 준비를 끝내는 것으로 보이며 더워지는 여름에는
보정속옷, 심리스, 홈웨어 등과 같은 상품군에 수요가 집중되는 것으로 풀이 됩니다.

차트 1 의류 구매수량 점유율



* 본 차트는 해당 분기에 각 카테고리별 구매수량이 얼마나 차지하는지 나타낸 점유율 차트 입니다.

차트 2 의류 구매비율 트렌드 (1년중 해당 분기 비율)




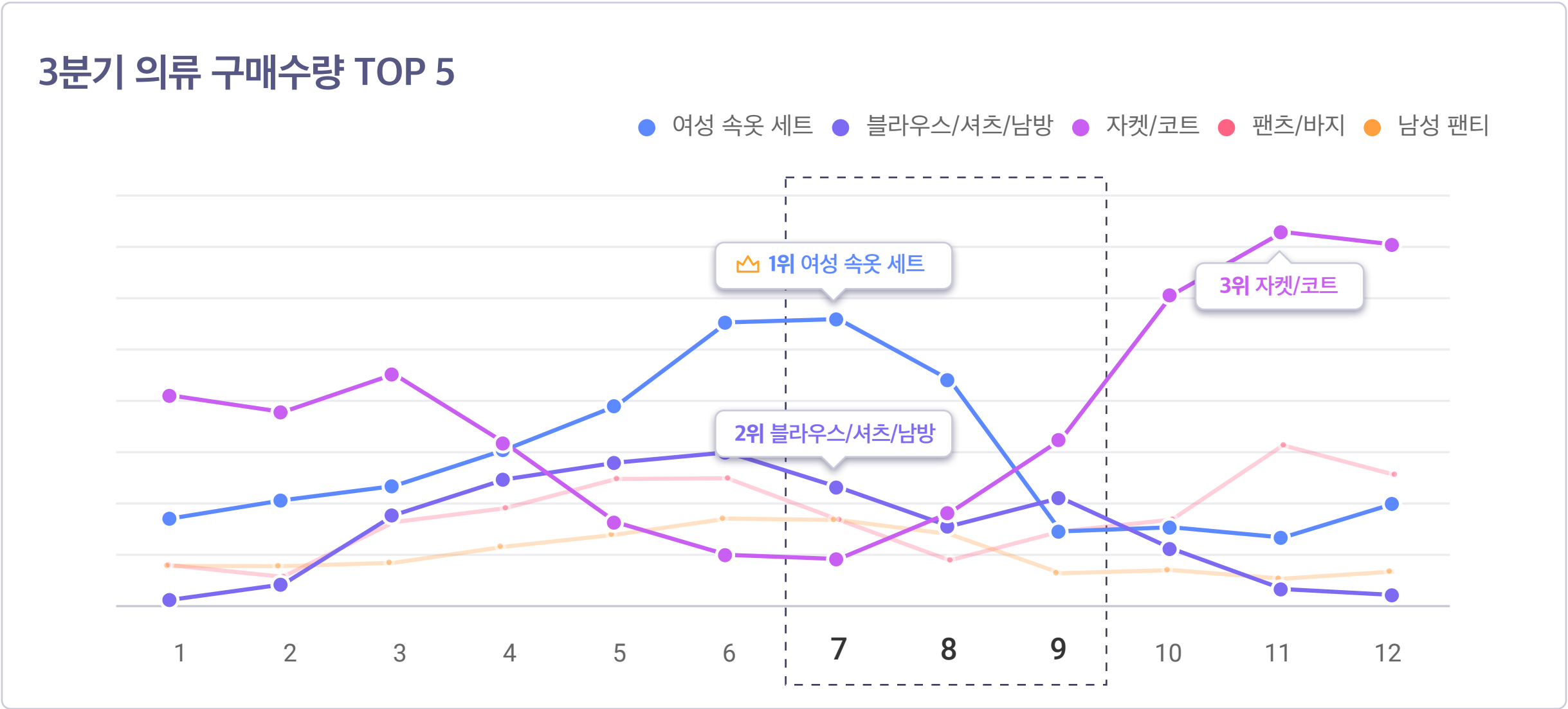
* 본 차트는 각 카테고리의 1~12월 전체 구매수량을 분기별 비율로 나타낸 차트 입니다.

3분기 의류 카테고리의 구매수량 1위는 ‘여성 속옷 세트’ 입니다. 7~8월 높은 구매수량을 기록하며 9월 하락을 메이크업 하였습니다.

꾸준히 잘 팔리는 ‘블라우스’ 계열의 상품군은 3분기 고른 판매량을 보여 구매수량 2위를 차지하였습니다.

‘자켓/코트’는 3분기 시작(7월)에는 저조한 구매수량을 기록했으나 가을 시즌을 앞두고 큰 폭으로 상승하여 3위에 랭크 되었습니다.

순위	Category 2	Category 3
 1	언더웨어	여성 속옷 세트
2	여성의류	블라우스/셔츠/남방
3	여성의류	자켓/코트
4	여성의류	팬츠/바지
5	언더웨어	남성 팬티
6	여성의류	청바지/진
7	여성의류	티셔츠
8	여성의류	원피스
9	언더웨어	보정/다이어트 속옷
10	여성의류	니트/스웨터



3분기 구매점유율이 높은 카테고리 : 신선식품

식품 카테고리는 3분기에 전체적인 구매점유율이 증가합니다.(7p 참고)

특히 신선식품의 경우 7월부터 시작된 구매점유율 상승은 9월 50.8%로 최고치를 기록합니다.

건강식품의 경우 1,2분기 상승세를 이어오다가 3분기 들어 하락세로 전환되고 9월에는 3분기 최저치인 24.4%를 기록하고 10월 반등합니다.

3분기 구매비율이 높은 카테고리 : 가공식품

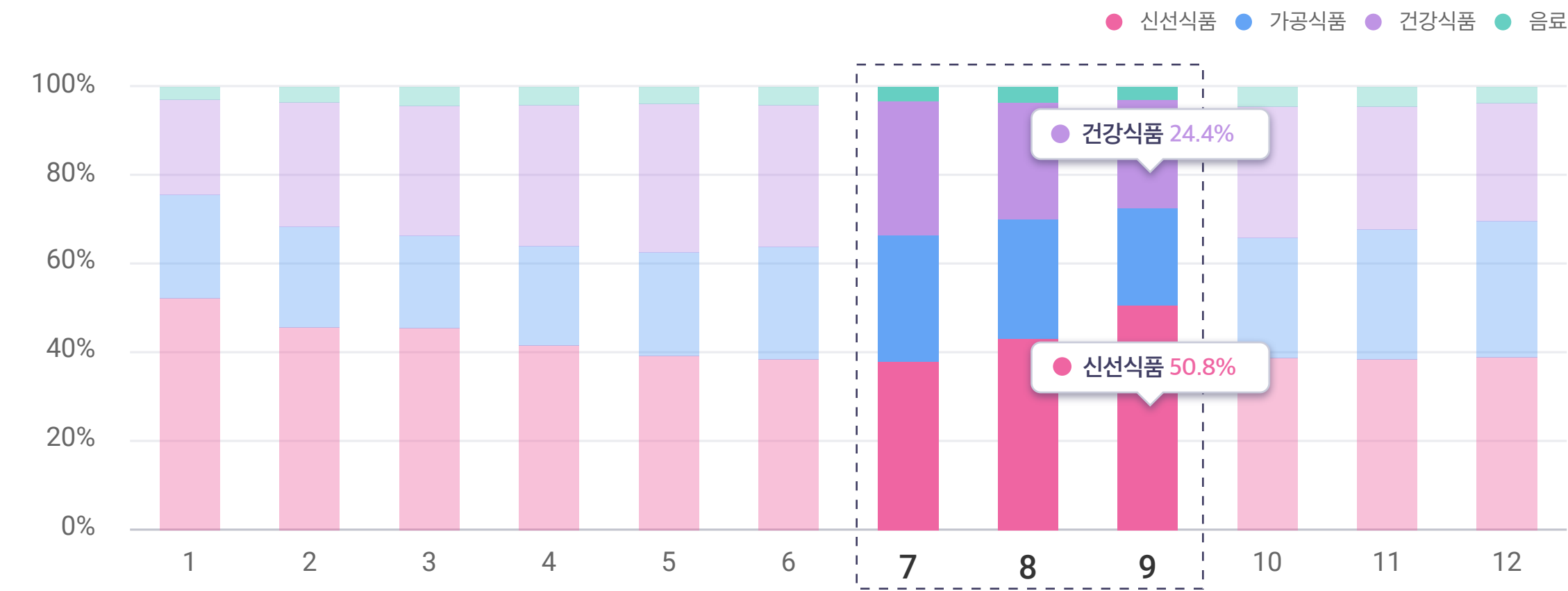
신선식품은 3분기 최다 구매점유율을 기록한 것과 마찬가지로 3분기의 구매비율이 가장 높았습니다.

특히 9월에는 구매비율 최고치인 12.3%를 기록하며 1년 중 가장 많은 구매비율을 보였습니다.

3분기 구매비율의 대표는 가공식품 입니다.

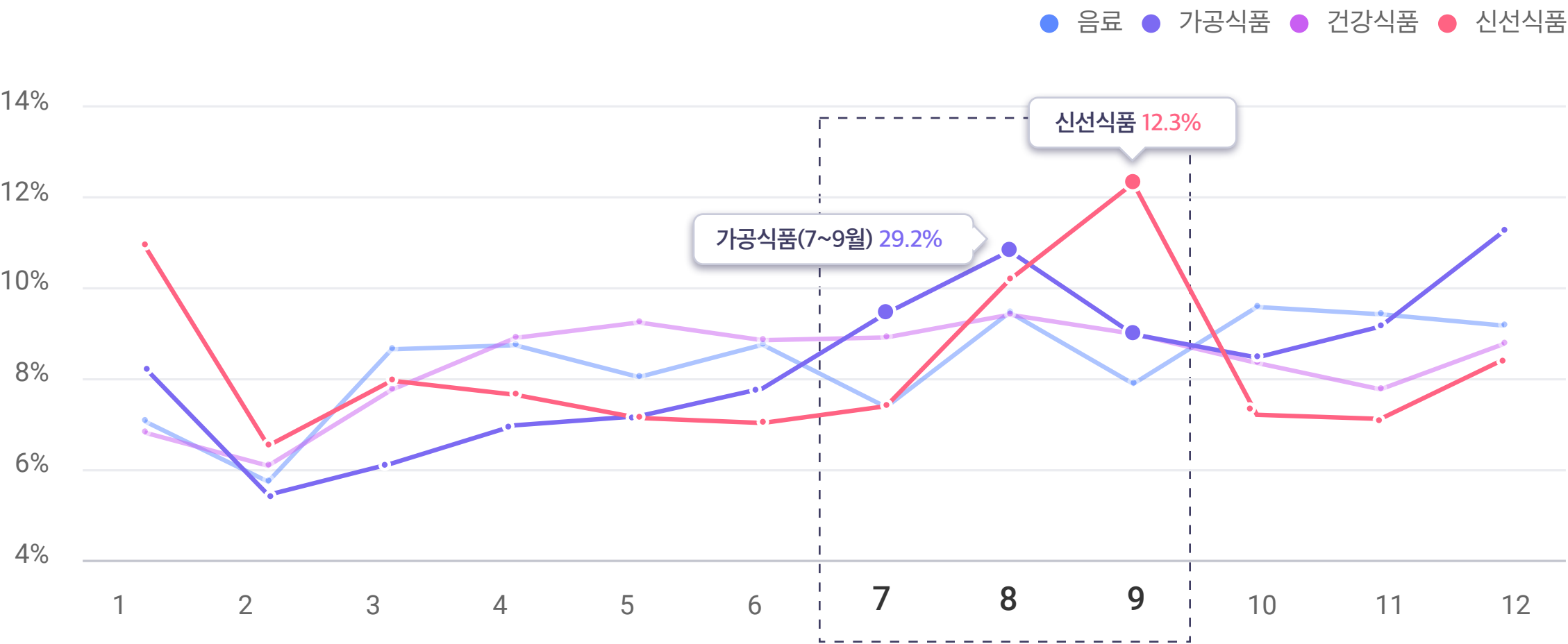
3개월(7~9월)동안의 구매 비율은 약 30%로 1년 중 가장 많은 상품이 구매되는 기간입니다. 여름철 먹기 편한 가공식품들은 지속적인 인기를 이어오고 있습니다.

차트 1 식품 구매수량 점유율



* 본 차트는 해당 분기에 각 카테고리별 구매수량이 얼마나 차지하는지 나타낸 점유율 차트 입니다.

차트 2 식품 구매비율 트렌드 (1년중 해당 분기 비율)



* 본 차트는 각 카테고리들의 1~12월 전체 구매수량을 분기별 비율로 나타낸 차트 입니다.

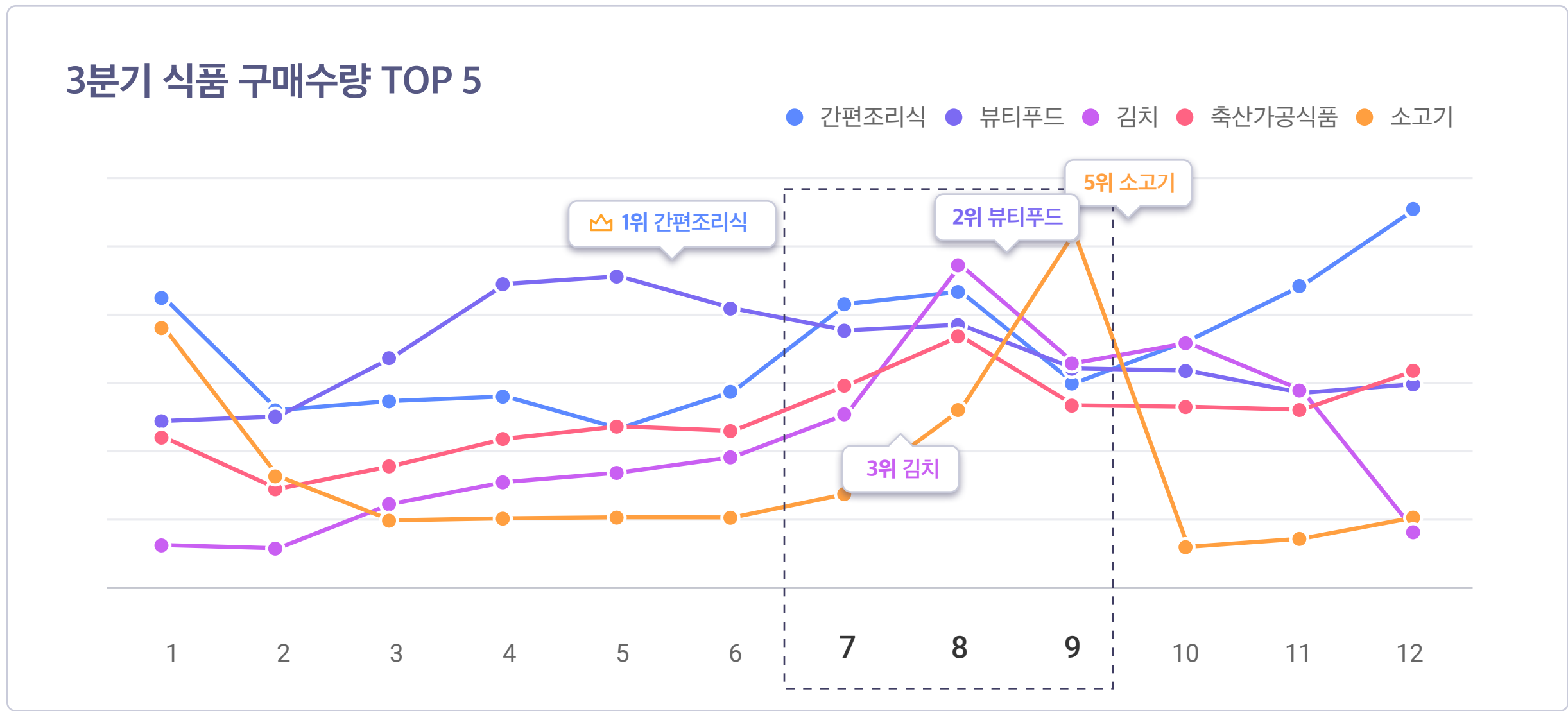
3분기 식품 카테고리의 구매수량 1위는 '간편조리식' 입니다. 여름철 구매비율이 높아지는 건강식품의 대표 카테고리 답게 7~8월 집중된 구매수량을 기록했습니다.

다이어트, 미용 등을 위한 '뷰티푸드'는 2분기 보다는 하락하였으나 3분기에도 꾸준한 구매가 유지되어 2위를 기록했습니다.

'김치'의 경우 1년 중 8월에 가장 많은 구매가 이루어 집니다. 여름철에 특화된 김치 종류의 수요가 증가한 것으로 예상됩니다.

'소고기'의 경우 3분기에 급격한 상승을 보이며 9월에는 가장 구매가 많이 되는 상품군 이었습니다.

순위	Category 2	Category 3
1	가공식품	간편조리식
2	건강식품	뷰티푸드
3	신선식품	김치
4	가공식품	축산가공식품
5	신선식품	소고기
6	건강식품	개별인정 건강식품
7	신선식품	생선류
8	신선식품	과일
9	신선식품	해산물
10	건강식품	과즙/건강즙



3분기 구매점유율이 높은 카테고리 : 메이크업, 스킨케어

메이크업은 3분기 최다 구매 상품군으로 7월 기준 41.2%까지 구매점유율이 상승하고 이는 1년 중 최고치 입니다.

스킨케어의 경우 1분기 이후 지속적인 하락세를 이어오지만 3분기들어 큰 폭의 상승세로 전환되고 겨울까지 이어집니다.

특히 9월에는 구매점유율 36.7%를 기록하여 뷰티 카테고리 중 구매점유율 1위를 기록합니다.

헤어케어의 경우 스킨케어와 함께 3분기에 상승 전환되는 카테고리 입니다.

3분기 구매비율이 높은 카테고리 : 네일케어

네일케어는 3분기 구매비율이 40.5%까지 상승하여

1년 중 가장 많은 구매가 이루어지는 시기 입니다.

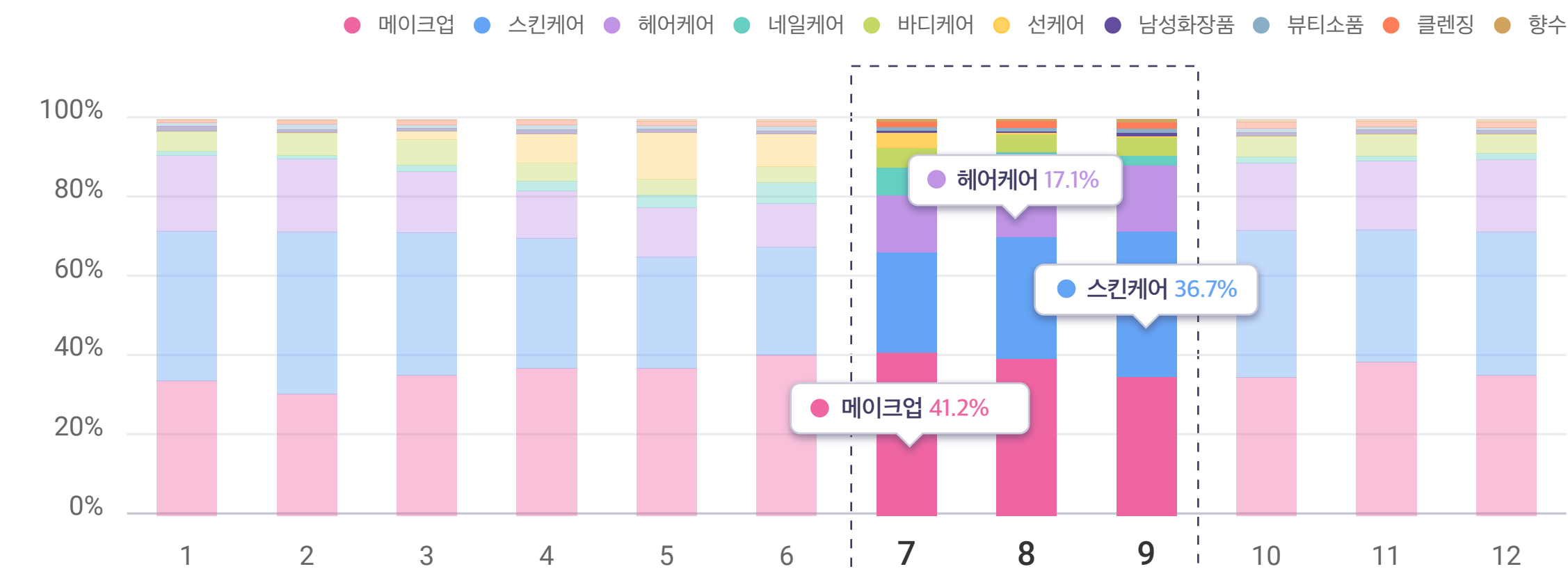
간편한 스티커형 네일 제품들의 인기는 2분기부터 시작되어 7월에 구매비율 최고치(21.1%)를 기록하고 점차 하락합니다.

썬케어의 경우 여름이 오기전이 피크기간입니다.

3월부터 시작된 상승세는 5월 36.2%를 기록 후 점차 하락합니다.

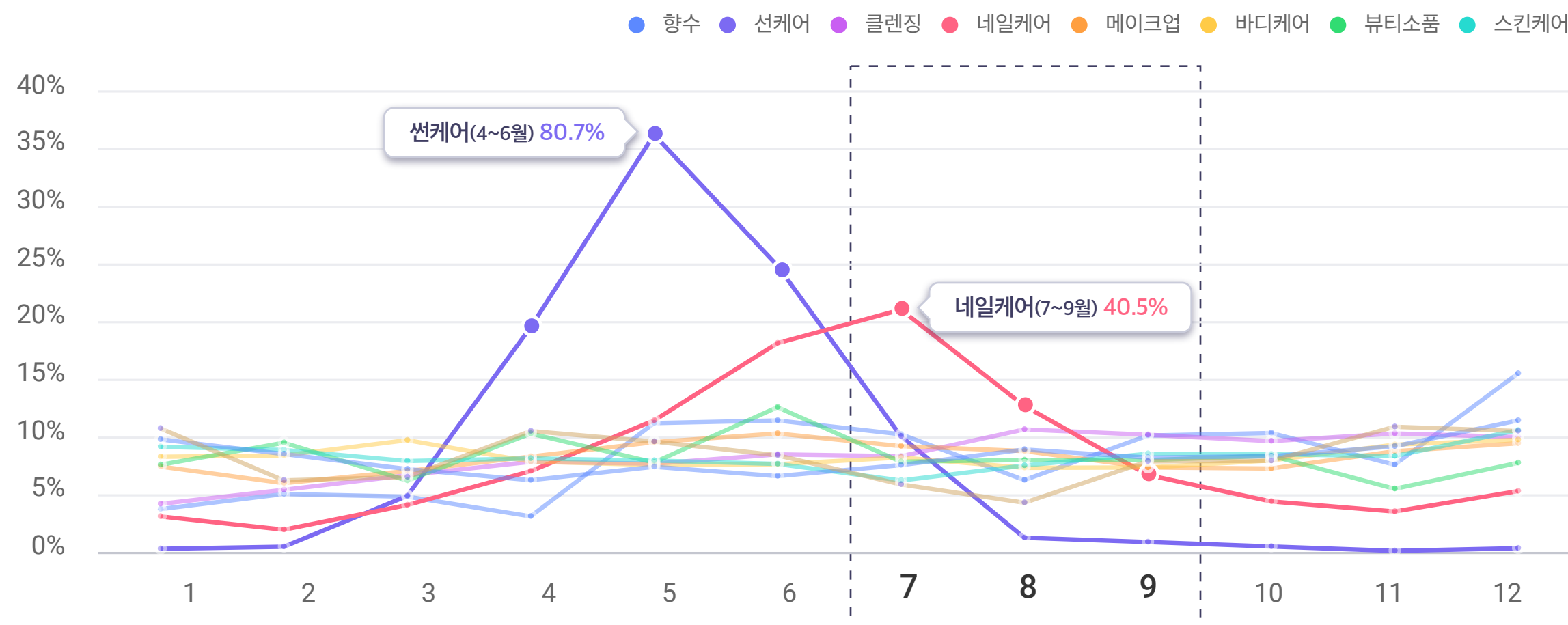
대표적인 여름 아이템이지만 본격적인 여름이 시작 되기 전인 2분기에 1년 구매량의 80%를 책임집니다.

차트 1 뷰티 구매수량 점유율



* 본 차트는 해당 분기에 각 카테고리별 구매수량이 얼마나 차지하는지 나타낸 점유율 차트 입니다.

차트 2 뷰티 구매비율 트렌드 (1년중 해당 분기 비율)



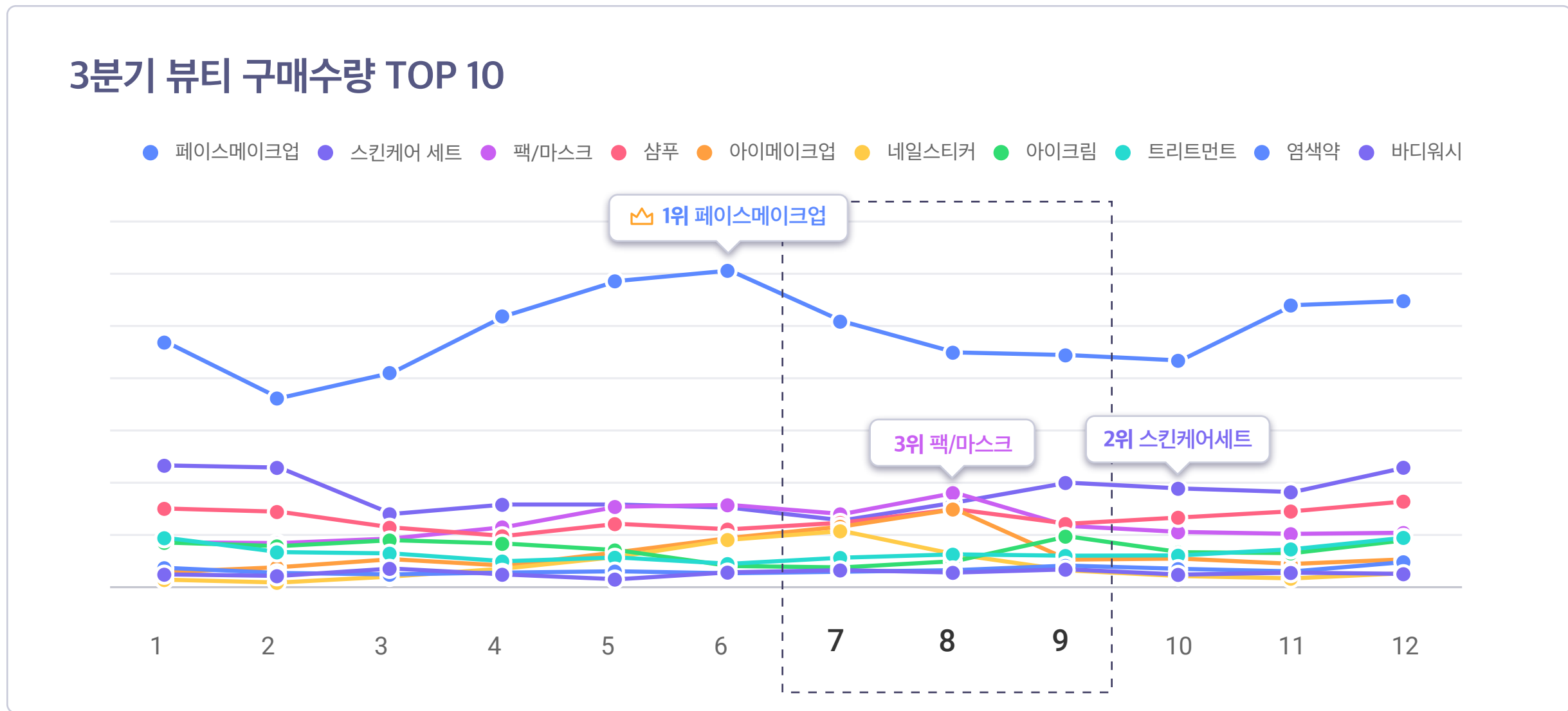
* 본 차트는 각 카테고리들의 1~12월 전체 구매수량을 분기별 비율로 나타낸 차트 입니다.

3분기 뷰티 카테고리의 구매수량 1위는 '페이스 메이크업' 입니다. 3분기 구매수량이 하락세이긴 하지만 타 상품군 대비 압도적인 구매수량을 유지하고 있습니다.

'스킨케어 세트'가 2분기 대비 3분기 상승세로 전환되며 2위를 기록했습니다.

여름철 수요가 증가하는 '팩/마스크' 상품군이 8월 높은 상승세를 보이며 3위에 랭크 되었습니다.

순위	Category 2	Category 3
1	메이크업	페이스메이크업
2	스킨케어	스킨케어 세트
3	스킨케어	팩/마스크
4	헤어케어	샴푸
5	메이크업	아이메이크업
6	네일케어	네일스티커
7	스킨케어	아이크림
8	헤어케어	트리트먼트
9	헤어케어	염색약
10	바디케어	바디워시



3분기 구매점유율이 높은 카테고리 : 주방용품, 세제

주방용품은 1년 평균 구매점유율이 40% 이상일 정도로 가장 구매가 많이 되는 상품군으로 9월 44.7% 구매점유율을 기록하며 3분기 최다 구매 상품군으로 나타났습니다.

세제는 1년 동안 꾸준히 구매점유율을 유지하고 있으며 3분기에는 약간의 구매점유율 상승을 보였습니다.

3분기 구매비율이 높은 카테고리 : 욕실용품, 세제, 생활용품

생활품/주방의 대부분 상품군은 3분기 구매비율이 증가합니다.

특히 8월에는 모든 카테고리에서 최대 구매비율을 나타내고 있으므로 1년 중 가장 집중해야 할 시기입니다.

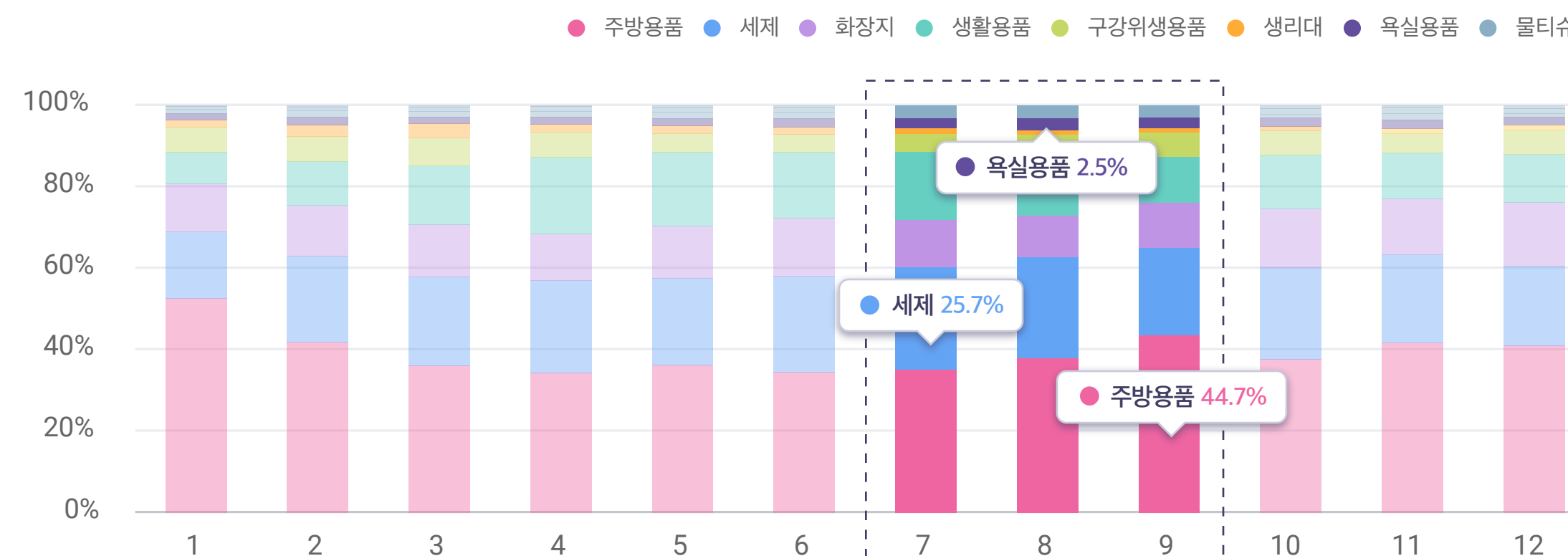
욕실용품의 구매점유율 자체는 평균적으로 낮은 편입니다. 차트 1

하지만 3분기 욕실용품에 대한 수요는 급격히 상승합니다.

3분기(7~9월)동안 약 40%의 구매비율을 보이며 1년 구매량을 책임집니다.

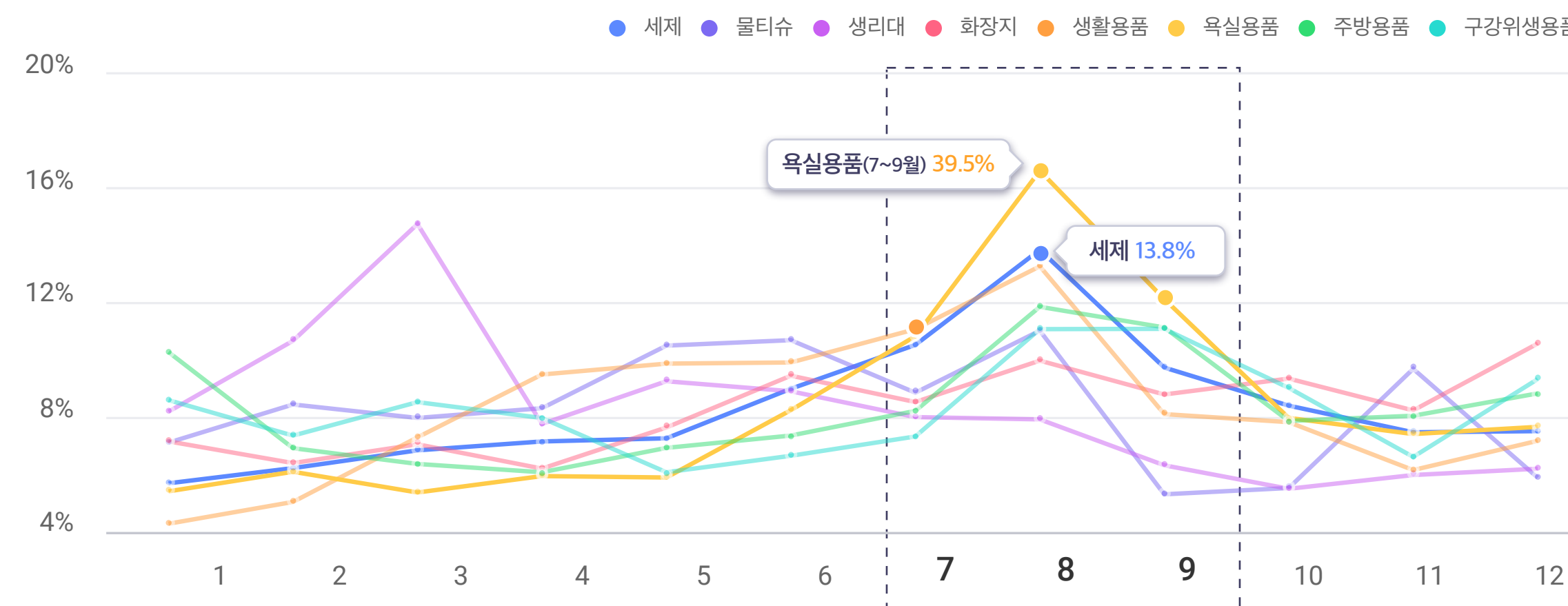
세제는 연중 고르게 구매가 되는 상품군으로 보이지만 구매비율 트렌드를 보았을때 8월을 비롯한 3분기가 가장 구매가 많이 되는 시기 입니다.

차트 1 생활품/주방 구매수량 점유율



* 본 차트는 해당 분기에 각 카테고리별 구매수량이 얼마나 차지하는지 나타낸 점유율 차트입니다.

차트 2 생활품/주방 구매비율 트렌드 (1년중 해당 분기 비율)




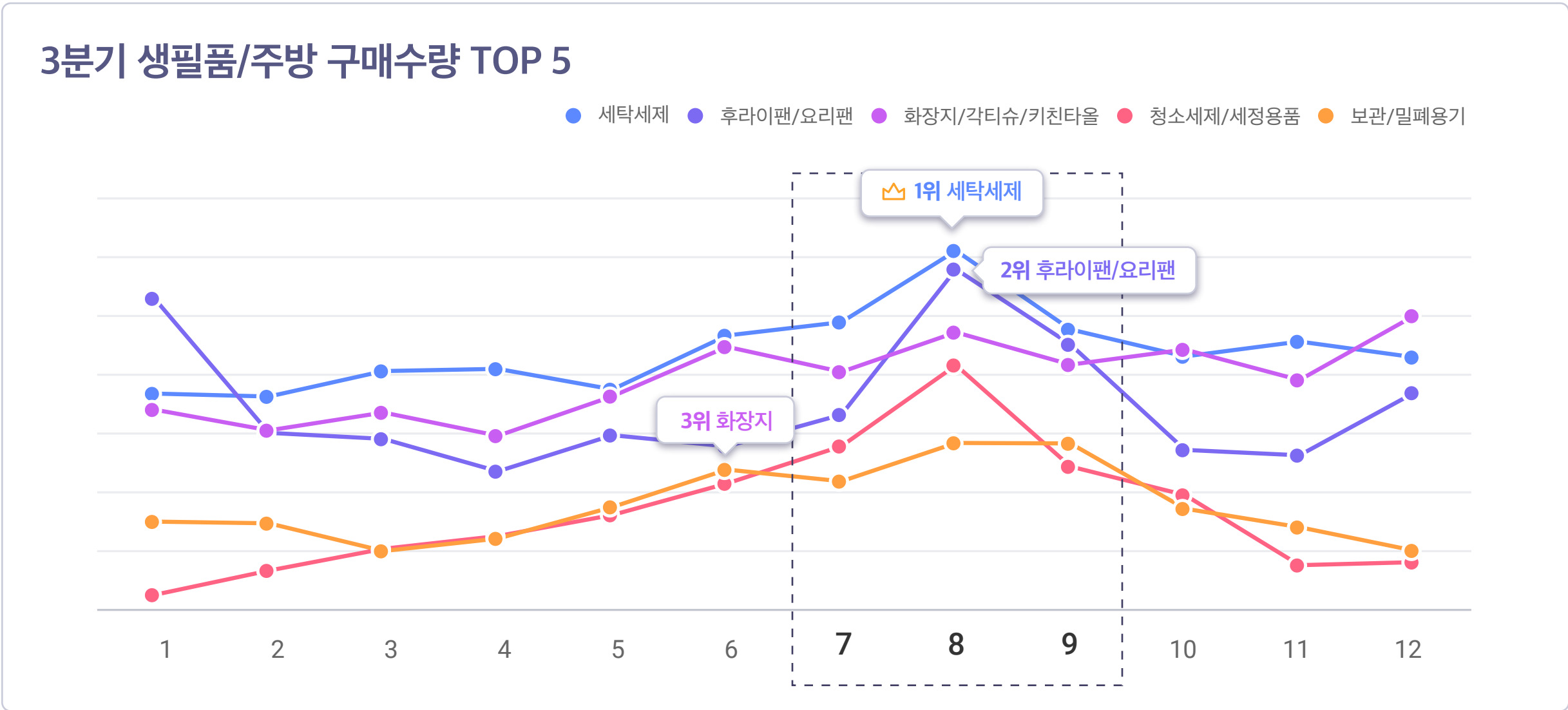
* 본 차트는 각 카테고리들의 1~12월 전체 구매수량을 분기별 비율로 나타낸 차트입니다.

3분기 생필품/주방 카테고리의 구매수량 1위는 ‘세탁세제’ 입니다. 세제 상품군은 3분기 구매비율이 증가하는 대표적인 카테고리이고, 특히 세탁세제의 구매수량은 1년중 8월이 가장 높았습니다.

‘후라이팬/요리팬’은 3분기에 구매수량이 대폭 상승하여 1년 중 가장 많은 구매가 되는 시기 입니다. 8월은 세탁세제와 비슷한 수준까지 상승하여 2위를 기록했습니다.

‘화장지/각티슈/키친타올’은 1년 내내 상승세를 이어가는 상품군으로 3분기에도 구매수량이 유지되었습니다.

순위	Category 2	Category 3
 1	세제	세탁세제
2	주방용품	후라이팬/요리팬
3	화장지	화장지/각티슈/키친타올
4	세제	청소세제/세정용품
5	주방용품	보관/밀폐용기
6	생활용품	테이프클리너/청소용품
7	구강위생용품	구강/오랄케어/치약/칫솔
8	주방용품	냄비
9	주방용품	주방선반/수납용품
10	주방용품	식기/홈세트



3분기(7~9월) 구매수량이 높은 상품군 30개 입니다. 1년 중 3분기에 40% 이상 구매되는 3분기 주요 상품군은 총 5가지 입니다.

순위	Category1	Category2	Category3	3분기 구매비율
1	뷰티	메이크업	페이스메이크업	23.87%
2	의류	언더웨어	여성 속옷 세트	32.81%
3	의류	여성의류	블라우스/셔츠/남방	32.81%
4	의류	여성의류	자켓/코트	13.41%
5	뷰티	스킨케어	스킨케어 세트	22.67%
6	식품	가공식품	간편조리식	26.92%
7	뷰티	스킨케어	팩/마스크	30.41%
8	식품	건강식품	뷰티푸드	26.25%
9	식품	신선식품	김치	41.49%
10	의류	여성의류	팬츠/바지	18.94%
11	뷰티	헤어케어	샴푸	25.01%
12	식품	가공식품	축산가공식품	31.02%
13	의류	언더웨어	남성 팬티	30.28%
14	식품	신선식품	소고기	43.60%
15	식품	건강식품	개별인정 건강식품	29.03%

순위	Category1	Category2	Category3	3분기 구매비율
16	잡화	여성신발	샌들	48.27%
17	식품	신선식품	생선류	34.11%
18	뷰티	메이크업	아이메이크업	40.07%
19	생필품/주방	세제	세탁세제	29.86%
20	가구/인테리어	침구	침구세트	21.14%
21	식품	신선식품	과일	20.48%
22	의류	여성의류	청바지/진	20.48%
23	여행	여행	해외여행	19.89%
24	생필품/주방	주방용품	후라이팬/요리팬	32.45%
25	생필품/주방	화장지	화장지/각티슈/키친타올	27.44%
26	의류	여성의류	티셔츠	23.86%
27	의류	여성의류	원피스	33.89%
28	의류	언더웨어	보정/다이어트 속옷	19.01%
29	뷰티	네일케어	네일스티커	40.85%
30	가전	생활가전	스팀/물걸레 청소기	36.62%

마무리

- 1 지난 5년간의 데이터 분석 결과 3분기는 2분기 대비 구매수량이 소폭(1.1%) 하락하는 시기입니다.
- 2 특히 의류 품목은 2분기 대비 3분기 구매수량이 6% 하락하였습니다.
- 3 반면 언더웨어는 7~8월에 가장 구매수량이 높고 연중 구매비율도 높은 기간입니다.
- 4 홈/이지웨어는 5~8월 4개월간 구매비율이 65%를 넘을 정도로 집중된 소비패턴을 보입니다.
- 5 간편조리식을 앞세운 신선식품은 1년 중 8월에 가장 높은 구매비율을 보입니다.(12.3%)
- 6 네일케어는 전체 구매량의 40%가 3분기에 집중되며 1년 구매량을 책임집니다.
- 7 생필품/주방의 3분기 차지하는 구매수량 비중은 10% 수준으로 낮지만, 1년 중 3분기에 가장 구매가 많이 되는 카테고리 입니다.(31.5%)
- 8 특히 욕실용품은 3분기에 약 40% 수준의 구매비율을 보여 1년 중 가장 구매가 많이 되는 시기입니다.
- 9 3분기 전체 구매수량 1위는 페이스메이크업 제품입니다.
- 10 3분기에만 1년 전체 구매수량의 40% 이상을 책임지는 상품군은 김치, 소고기, 샌들, 아이메이크업, 네일스티커 입니다.

contact

광고 · 제휴 · 구독신청

모아리포트 담당자

담당자 천재화 과장
전화번호 02-882-6787
이메일 chen@buzzni.com
주소 서울 관악구 남부순환로 1832, 11층

광고 담당자

담당자 문한솔 과장
전화번호 02-585-6784
이메일 sol@buzzni.com
주소 서울 관악구 남부순환로 1832, 11층



무료 구독신청

광고 문의하기