

빅데이터를 기반으로 한
쿠팡 / SSG닷컴 / G마켓 / 마켓컬리
등 4개 브랜드 기준 시장 동향 분석

2023. 11



CONTENTS

CHAPTER.1

SNS 언급량 추이 분석 : 브랜드별 비교

CHAPTER.2

WordCloud & SNA & MCA 분석 결과 정리

CHAPTER.3

브랜드별 **프로모션 위상** 비교 분석

CHAPTER.4

브랜드별 **멤버십 위상** 비교 분석

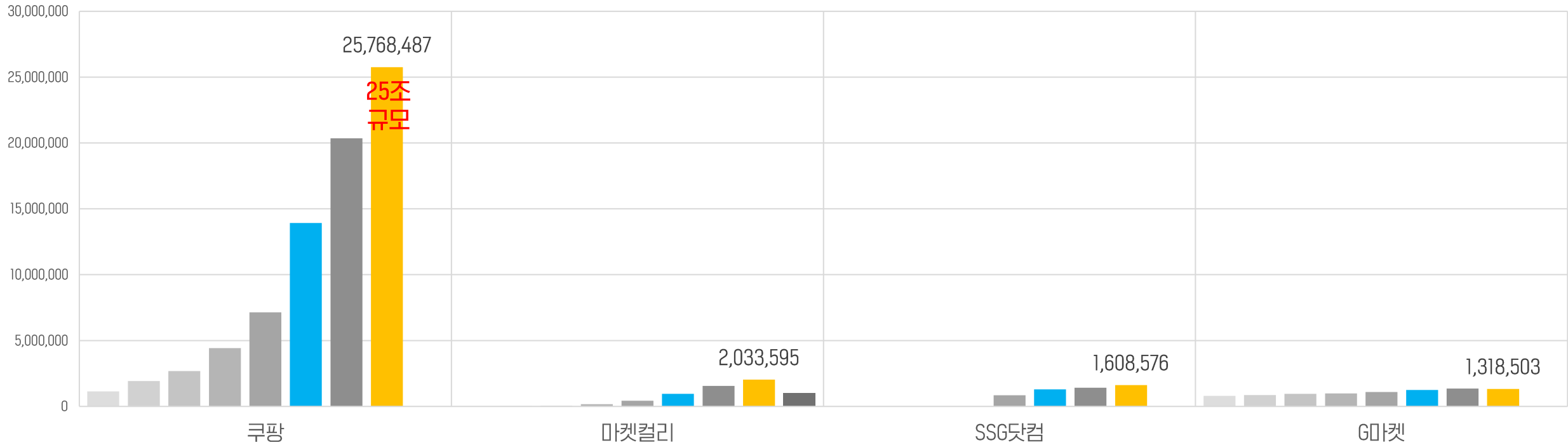
Opening

브랜드별 매출 데이터 분석

쿠팡 / 마켓컬리 / G마켓 / SSG닷컴 등 4개 브랜드의 연간 매출액 추이 비교, 2022년 기준 쿠팡 25조원 규모로 압도적

SSG닷컴 / 쿠팡 / G마켓 / 마켓컬리 등 연간 매출액 추이 (단위:백만원)

■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023(1H)



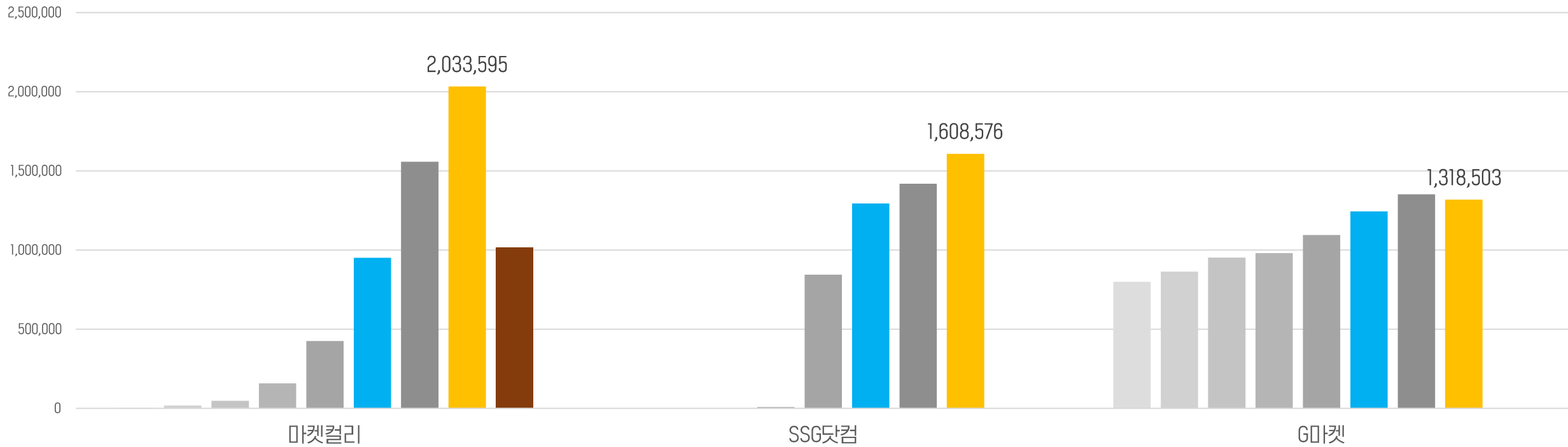
*출처 : 전자공시시스템 내 각사 재무재표

1위 쿠팡을 제외하고 보면

2022년 기준 마켓컬리가 연간 2조원 규모로 우위

[쿠팡 제외] SSG닷컴 / G마켓 / 마켓컬리 등 연간 매출액 추이 (단위:백만원)

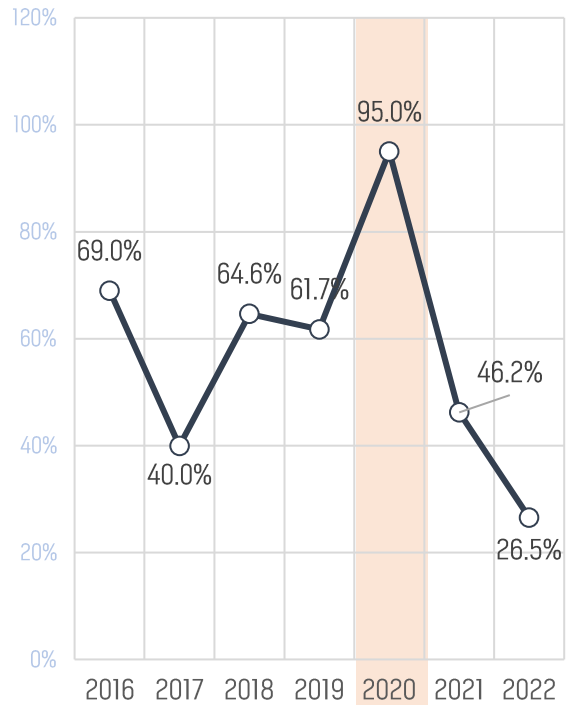
■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023(1H)



다만, 마켓컬리의 매출액 증가율은 2018년 이후 꾸준히 하향세

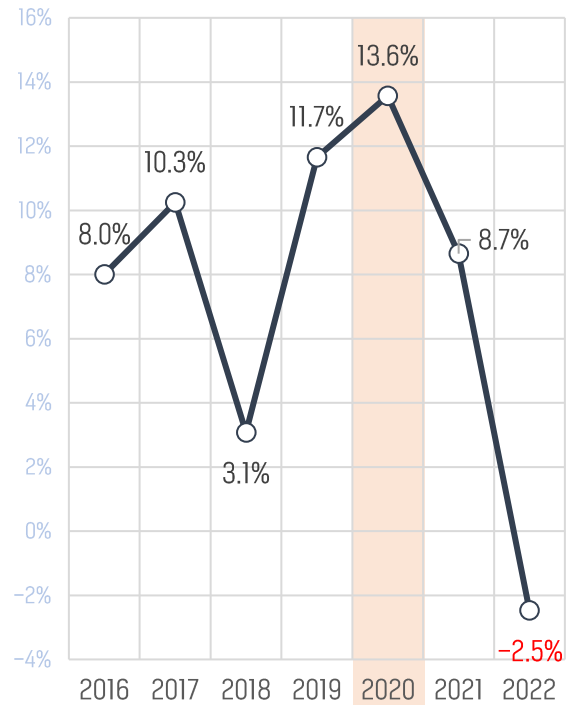
연간 매출액 증가율

○ 쿠팡



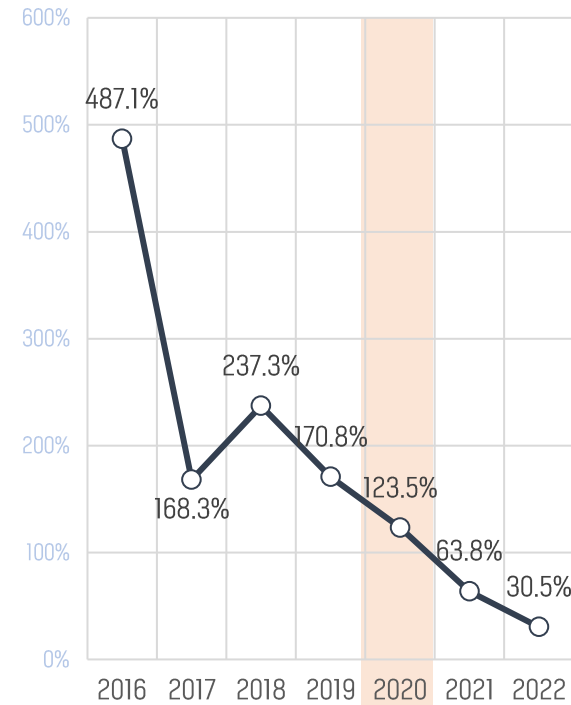
연간 매출액 증가율

○ G마켓



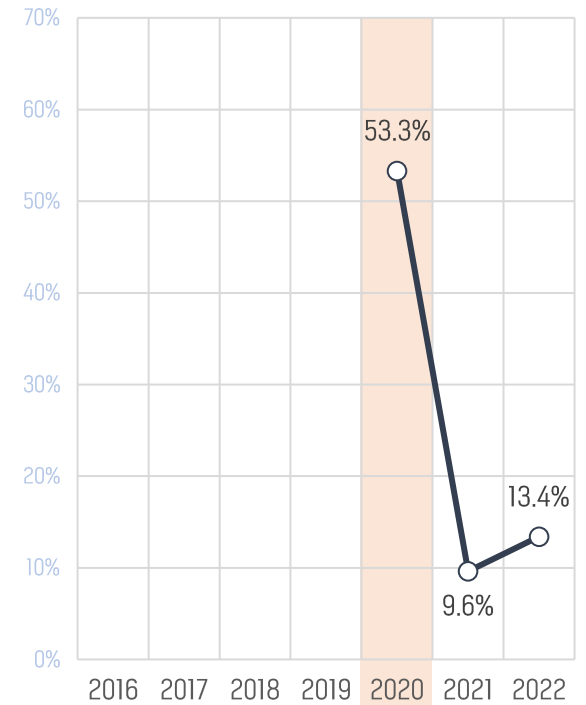
연간 매출액 증가율

○ 마켓컬리



연간 매출액 증가율

○ SSG닷컴



CHAPTER.1

SNS 언급량 추이 분석 : 브랜드별 비교

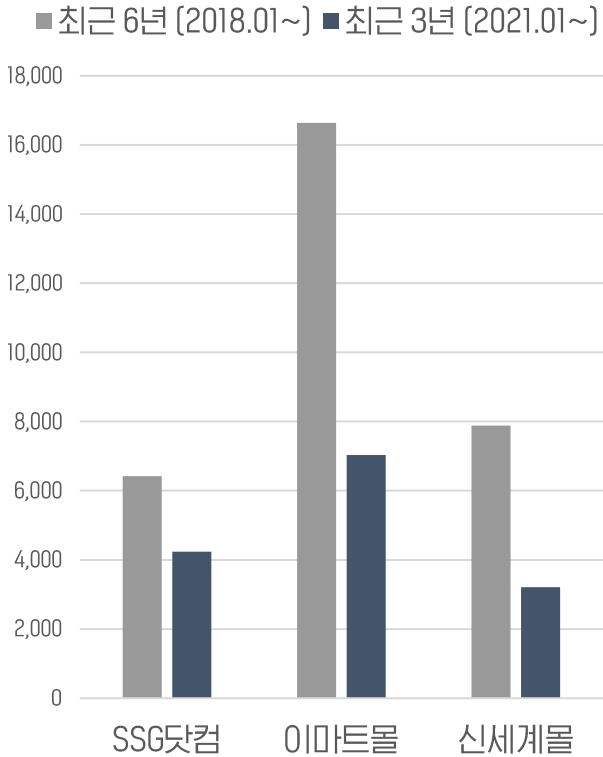
경쟁사 중 SSG닷컴은, 이마트몰, 신세계몰 등 SSG닷컴 등 간 개별 위상 비교 및
세계 브랜드를 통합하여 기타 브랜드와의 상대적 비교 분석

SSG닷컴 / 이마트몰 / 신세계몰 등 위상 점검

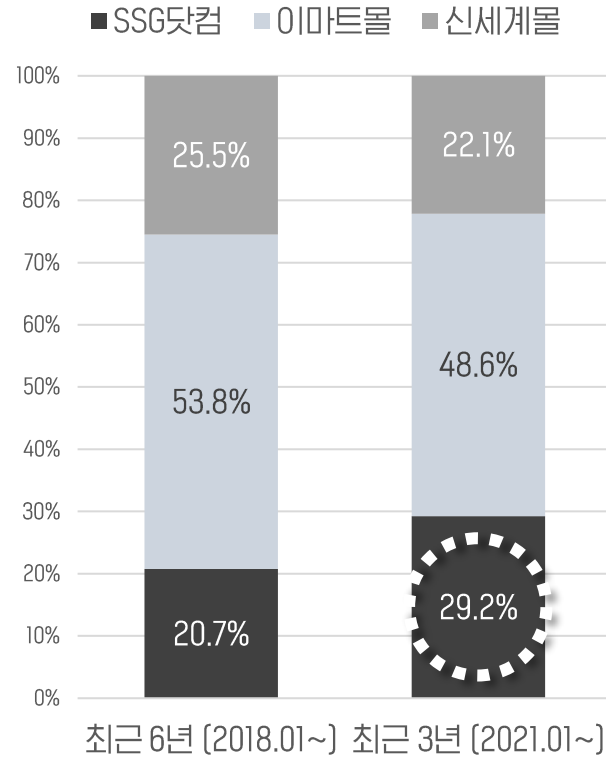
SSG닷컴 / 이마트몰 / 신세계몰 주요 지표 분석

- 전반적으로 2020년 코로나19 시기에 언급량 급증했으나 이후 완만하게 감소세 진입
- 2020년을 기점으로 SSG닷컴에 대한 언급량이 신세계몰 언급량을 역전했으며, 이후로도 꾸준히 증가하여 최근에는 이마트 언급량을 일시적 상회하기도.

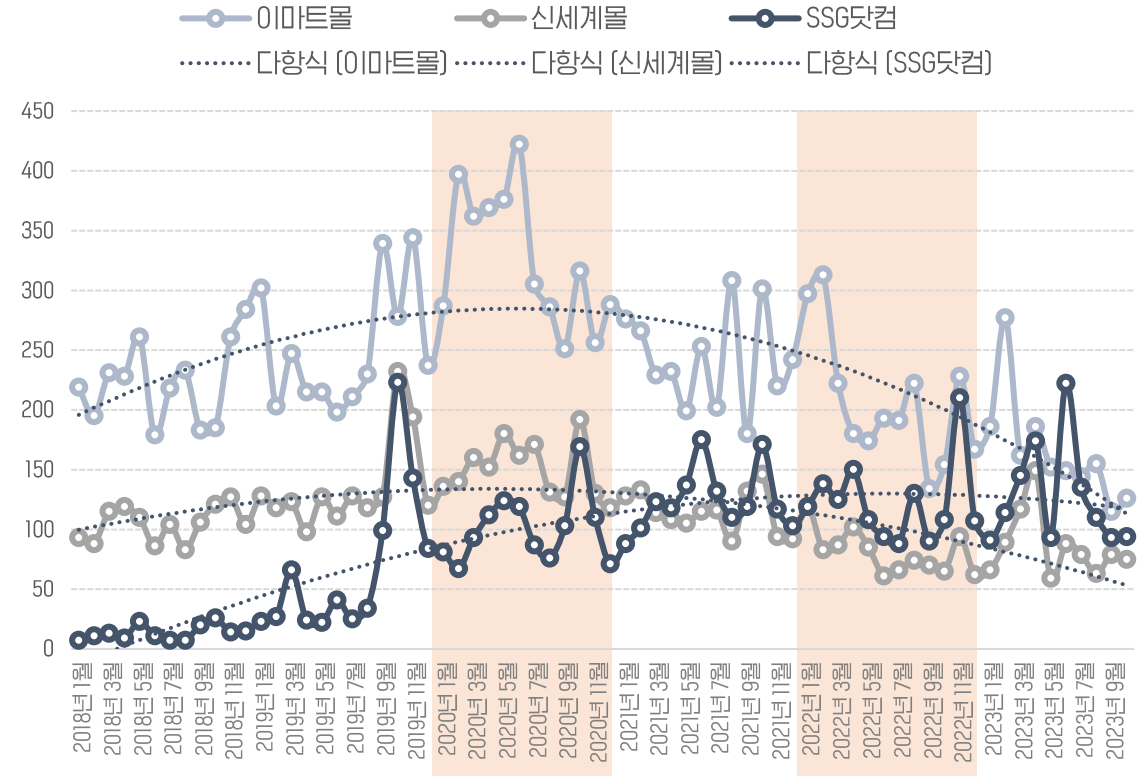
SSG닷컴 브랜드 등 SNS 언급 규모



SSG닷컴 브랜드 등 SNS 언급 비중



이마트몰, 신세계몰, SSG닷컴 최근 6년 커뮤니티 언급 추이

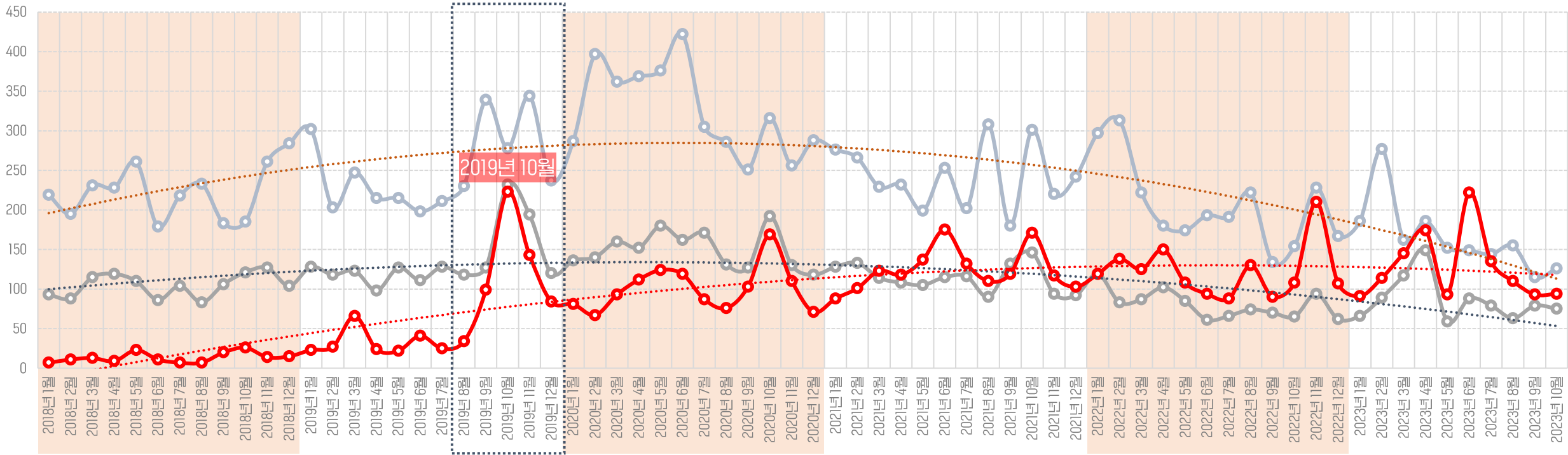


추이 그래프를 확대해 보면 SSG닷컴이나 신세계몰 대비 언급량이 높았던 이마트몰은, 최근 격차가 현저히 줄어든 상황

- 2019년 10월의 SSG닷컴 언급량 급등은,
당시 10월 28일부터 11월 2일까지 진행된 “대한민국 슝데이 국민용돈 100억” 행사 영향
[참고: <https://www.consumuch.com/news/articleView.html?idxno=46386>]

2018.01-2023.10 이마트몰, 신세계몰, SSG닷컴 최근 6년 커뮤니티 언급 추이

이마트몰 신세계몰 SSG닷컴 다항식 (이마트몰) 다항식 (신세계몰) 다항식 (SSG닷컴)

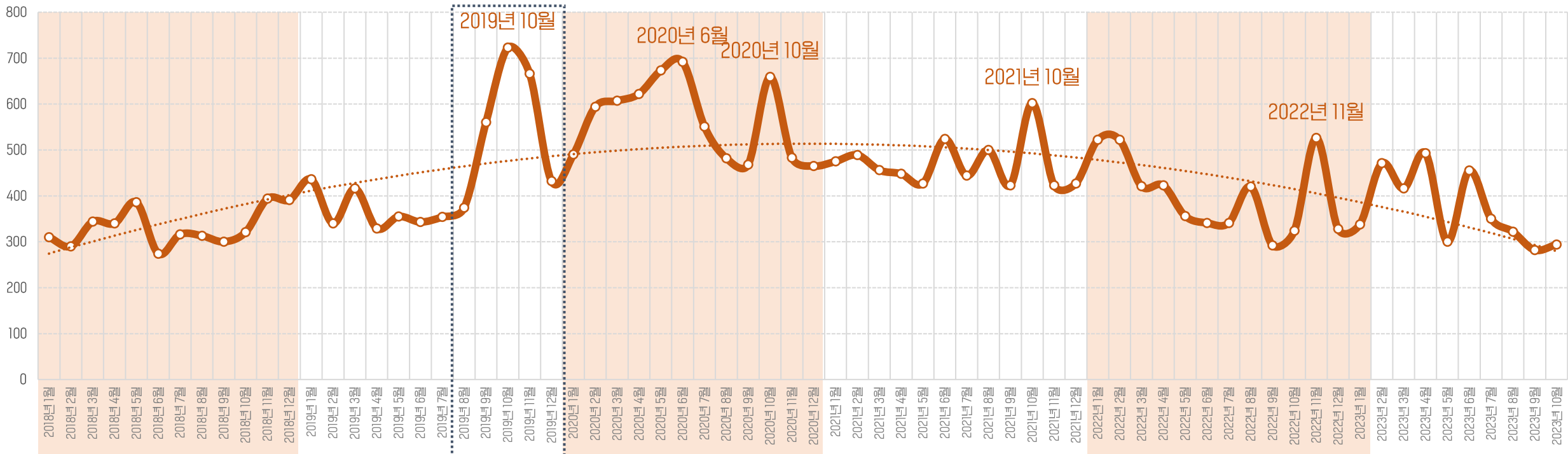


이마트몰, SSG닷컴, 신세계몰 등 세계 브랜드에 대한 SNS 언급량을 합하여 “SSG닷컴 브랜드 등”으로 통칭

- 코로나19 이전, 2019년 10월 언급량이 급등했으나 이는 SSG닷컴의 이벤트 영향
- 그외 단기적 증감은 있으나 대체로 완만하게 감소 중

SSG닷컴 브랜드 등, 최근 6년 커뮤니티 언급 추이

—●— 자사 브랜드 (이마트몰, SSG닷컴, 신세계몰 등 언급 총합) 다항식 (자사 브랜드 (이마트몰, SSG닷컴, 신세계몰 등 언급 총합))

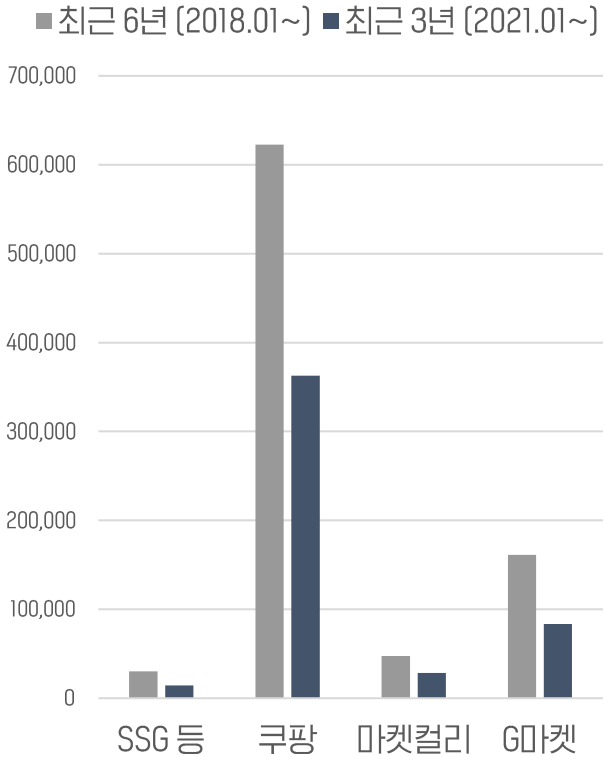


경쟁 브랜드 간 위상 점검

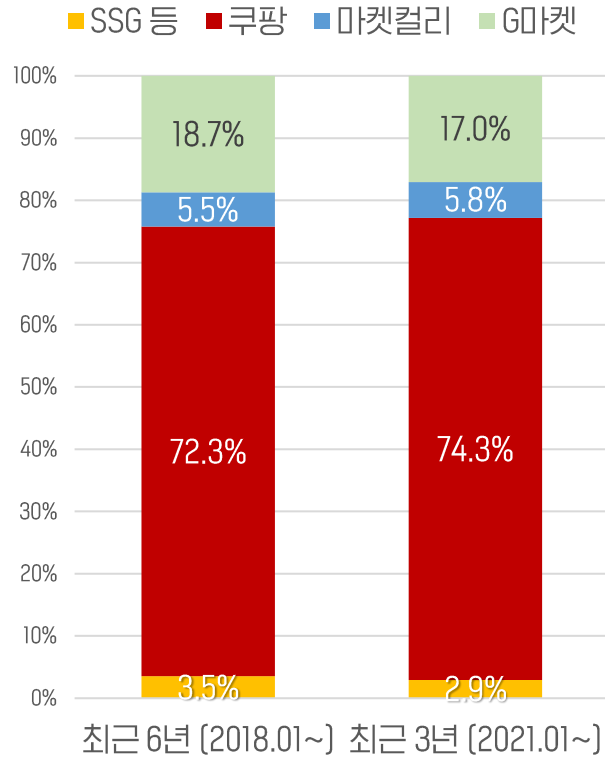
SSG닷컴 등 / 쿠팡 / 마켓컬리 / G마켓 주요 지표 분석

- 경쟁 브랜드 중에서는 쿠팡에 대한 언급량이 압도적으로 높으며, 이는 코로나19 영향으로 보여짐

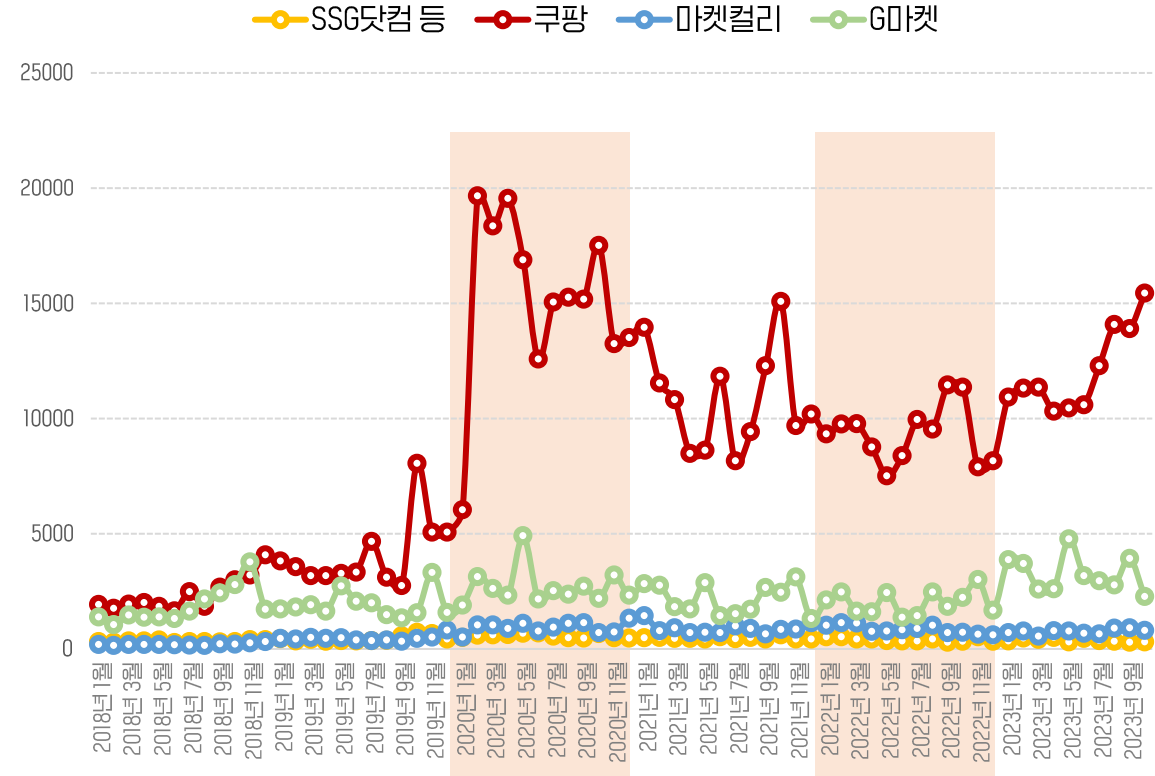
경쟁 브랜드 SNS 언급 규모



경쟁 브랜드 SNS 언급 비중

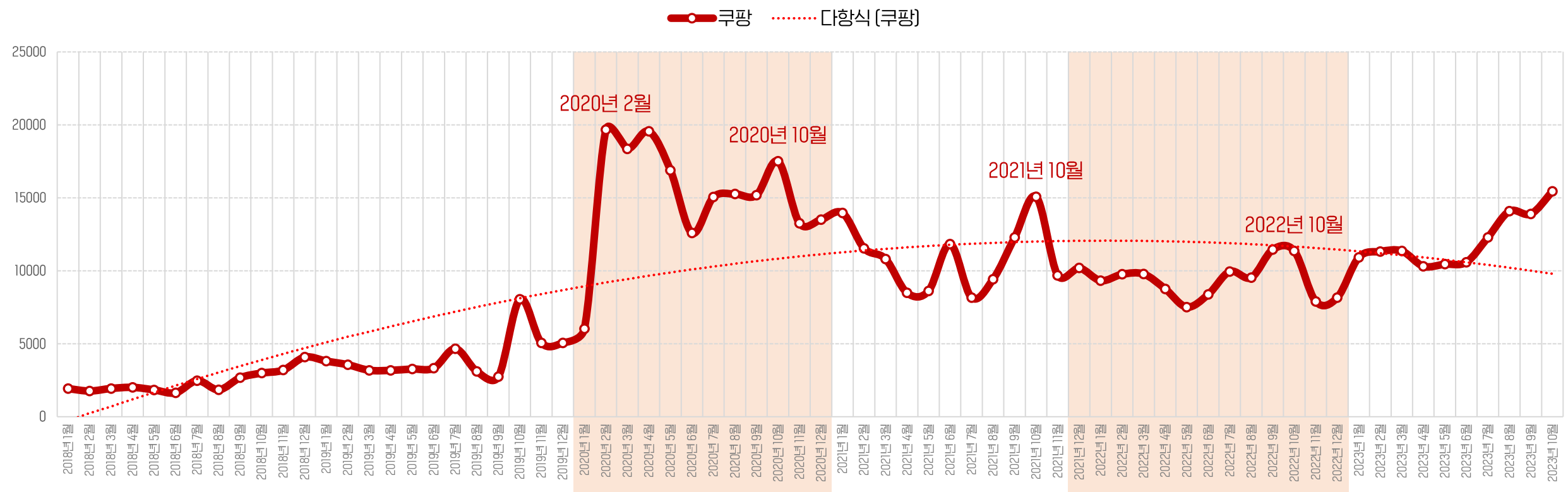


SSG닷컴 브랜드 등, 쿠팡, 마켓컬리, G마켓 최근 6년 커뮤니티 언급 추이



쿠팡의 최근 6년 간 추이를 보면 코로나19 초기 급등 이후 다소 감소한 경향은 있으나 큰 감소폭 없이 꾸준히 인기 유지 중

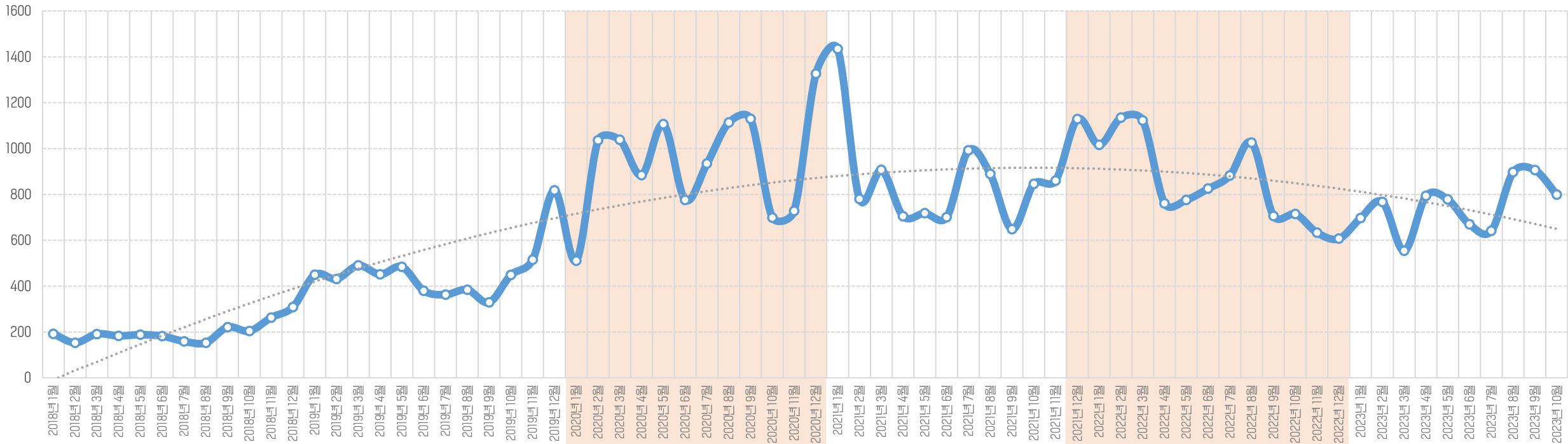
쿠팡, 최근 6년 커뮤니티 언급 추이



마켓컬리는 2020년 코로나19 초기 수요가 급증했으나 더 큰 성장없이 이후 일정하게 유지되는 중으로 해석

마켓컬리, 최근 6년 커뮤니티 언급 추이

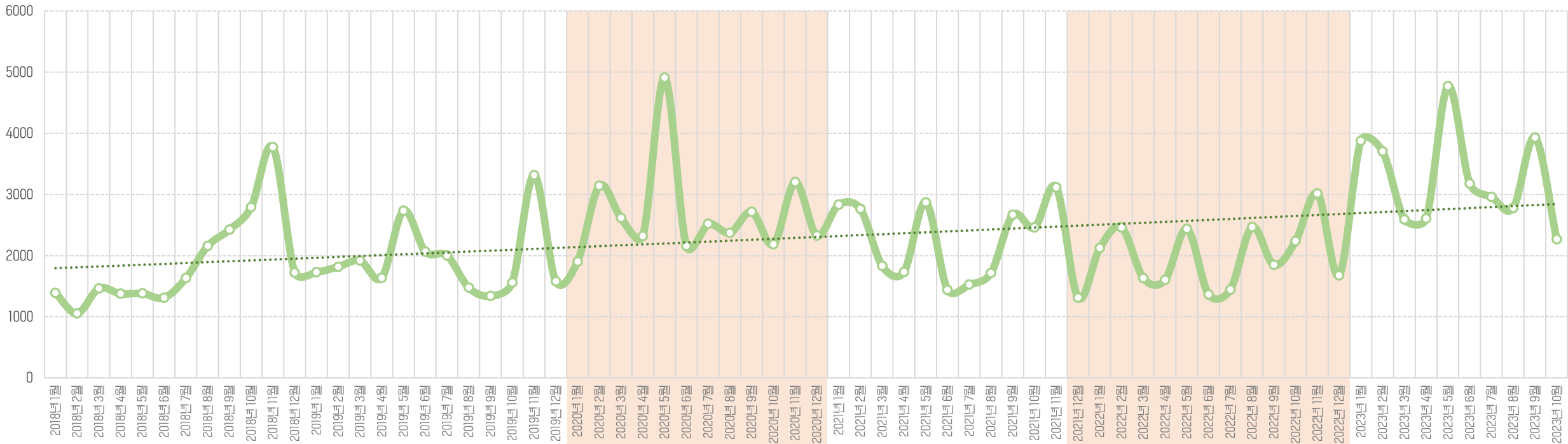
● 마켓컬리 다항식 (마켓컬리)



G마켓의 경우, 비교적 일정하게 언급량 증가 중

G마켓, 최근 6년 커뮤니티 언급 추이

—○— G마켓 ······ 다항식 (G마켓)



CHAPTER.2

브랜드별 WordCloud & SNA & MCA 분석 결과 정리

- WordCloud 분석 : 워드클라우드 / 핵심 키워드 시각화 분석
문서의 문구와 단어를 분석하여 중요도나 사용 빈도를 직관적으로 파악할 수 있도록 시각화하는 표현 기법
- SNA 분석 : Social Network Analysis / 소셜 네트워크 분석
수학의 그래프 이론을 이용하여 사람, 그룹, 데이터 등 객체 간의 관계 및 관계 특성 등을 분석하고 시각화하는 측정 기법
- MCA 분석 : Multiple Correspondence Analysis / 다중 대응 일치 분석
다차원 교차표로 나타낼 수 있는 범주형 데이터 분석기법
집계된 항목간의 상호 연관성을 요약하는 분석방법. 연관성의 정도는 대상과 항목들간의 거리로 측정

WordCloud 분석 결과

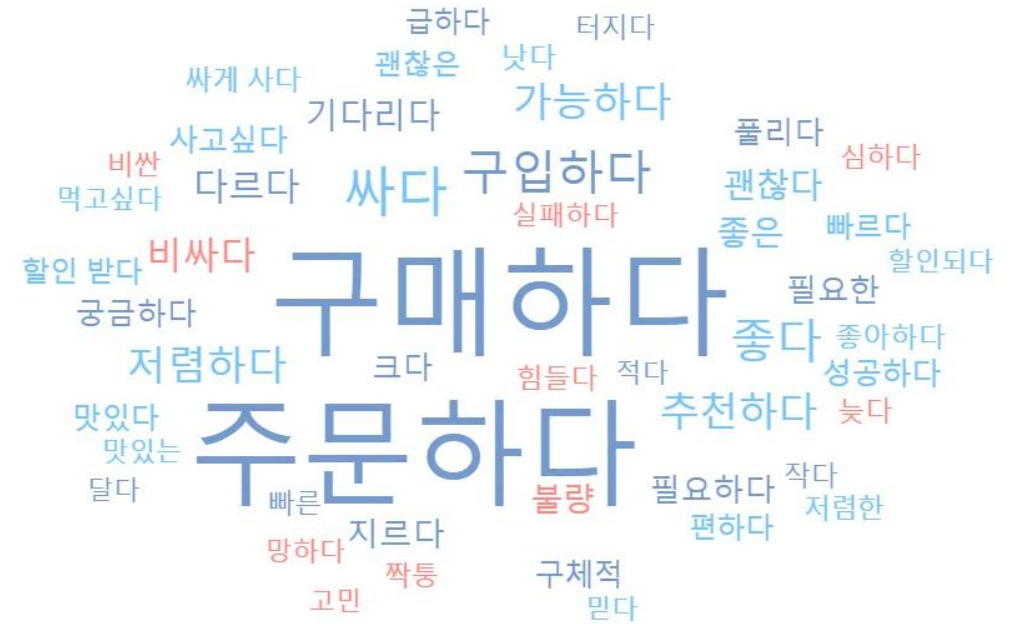
경쟁 브랜드 간 위상 점검

쿠팡, 연관어 감성어 모두 일반적인 키워드 브랜드보다는 배송에 관한 언급이 다수

쿠팡 커뮤니티 연관어 워드클라우드



쿠팡 커뮤니티 감성어 워드클라우드

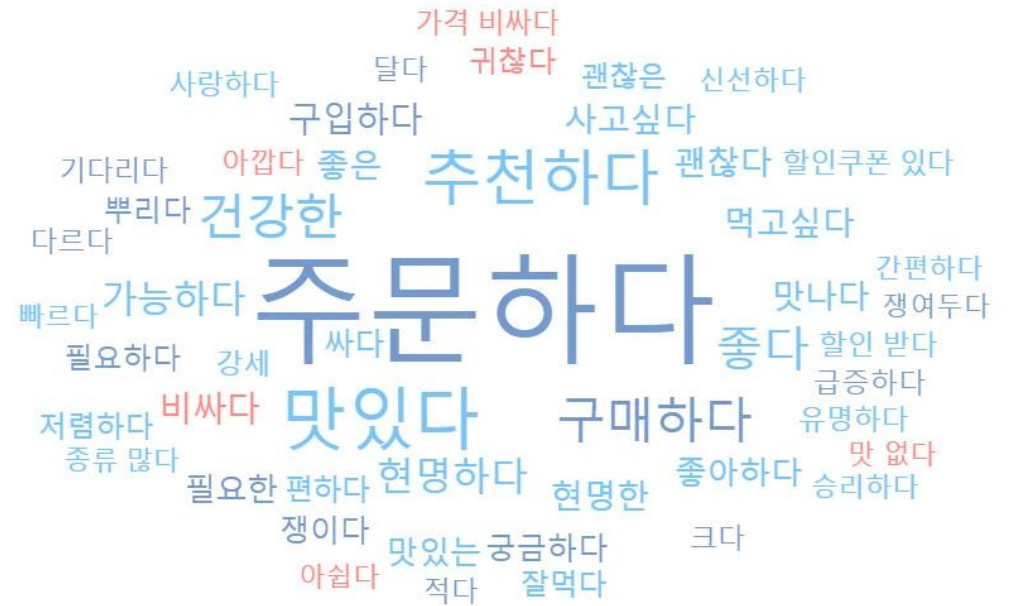


마켓컬리, 연관어 감성어 모두 일반적인 키워드 쿠폰과 배송에 관한 언급이 많으며, 쿠팡과 많이 비교

마켓컬리 커뮤니티 연관어 워드클라우드



마켓컬리 커뮤니티 감성어 워드클라우드

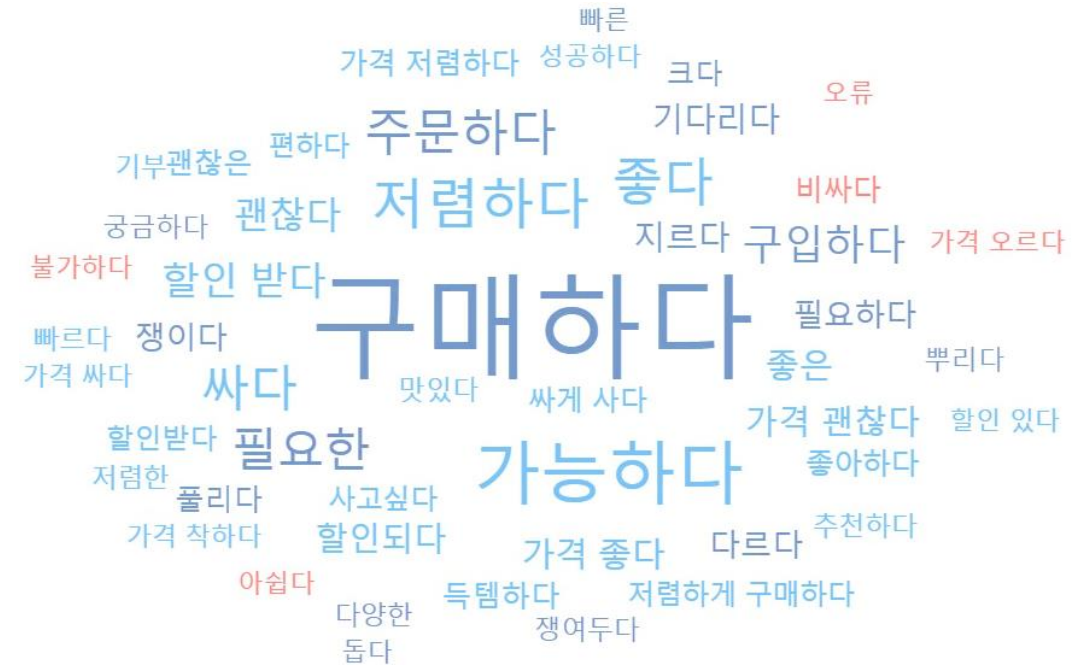


G마켓, 연관어 감성어 모두 일반적인 키워드 할인과 쿠폰에 관한 언급이 다수

G마켓 커뮤니티 연관어 워드클라우드

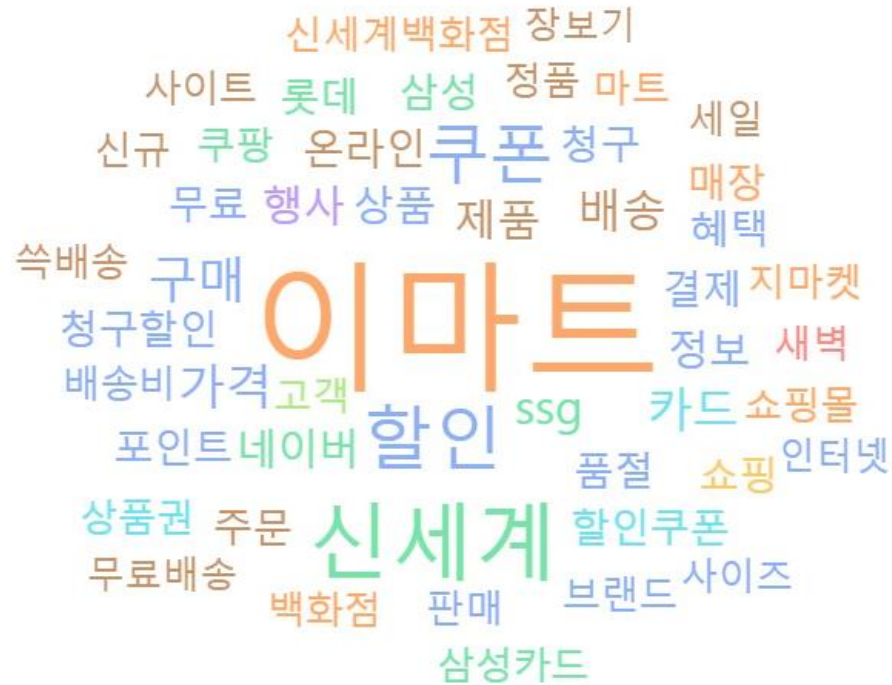


G마켓 커뮤니티 감성어 워드클라우드

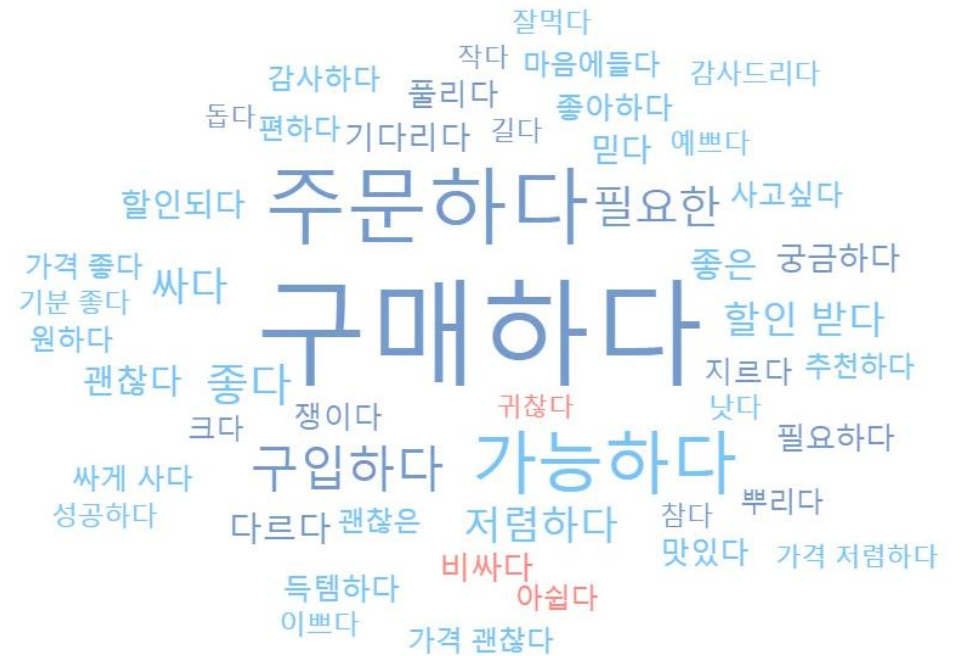


SSG닷컴 등 브랜드, 연관어 감성어 모두 일반적인 키워드 이마트 브랜드 키워드가 가장 많이 언급

SSG닷컴 등 커뮤니티 연관어 워드클라우드



SSG닷컴 등 커뮤니티 감성어 워드클라우드



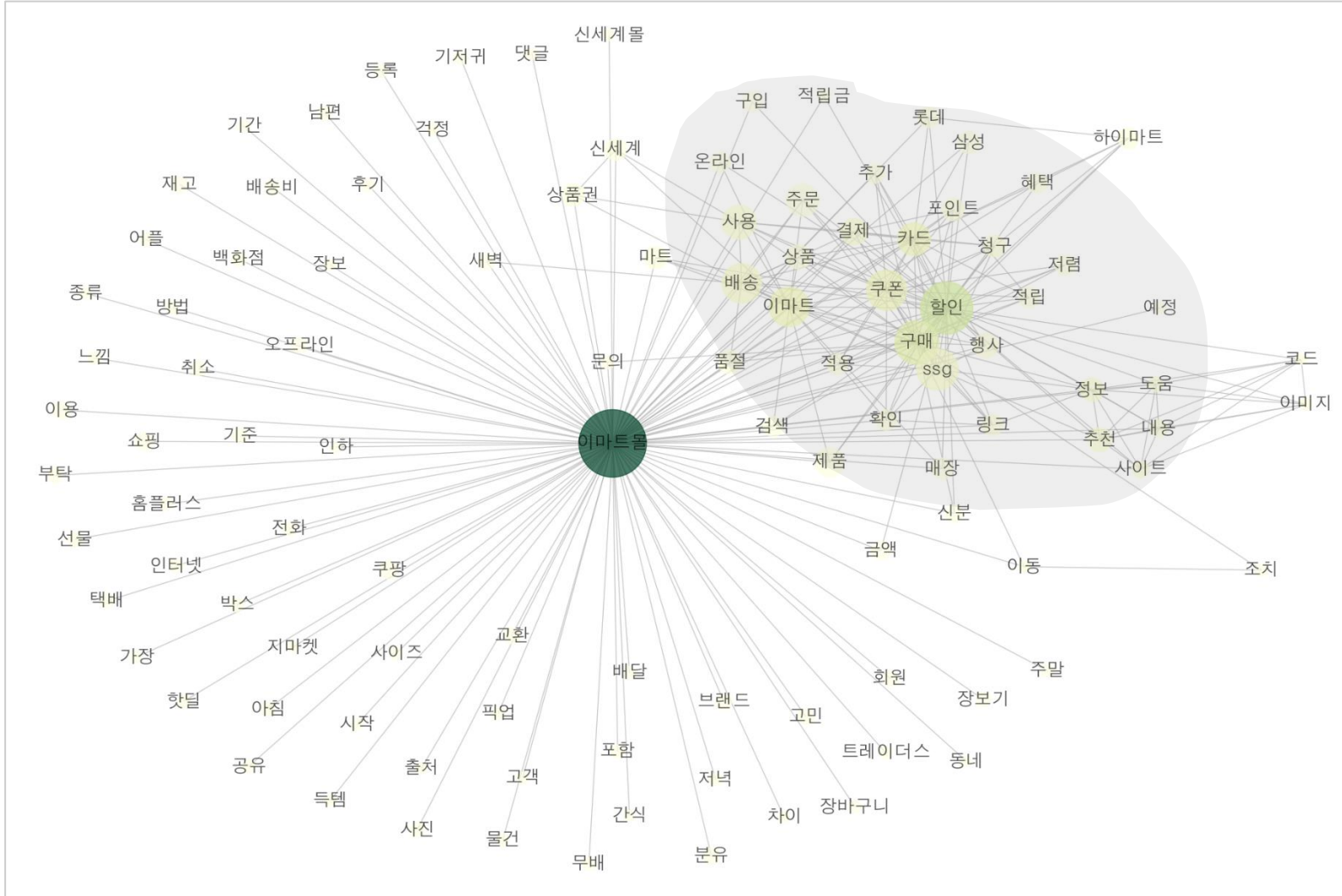
※ SSG닷컴 등 : 이마트몰,신세계몰,SSG닷컴, 쓱닷컴

SNA & MCA 분석 결과

SSG닷컴 / 이마트몰 / 신세계몰 등 위상 점검

워드클라우드만으로는 파악하기 어려운 언급 내용의 문맥 분석

- 결제 시 혜택을 받을 수 있는 카드에 대한 언급이나 포인트, 쿠폰과 같은 내용들이 주로 언급 되는 중



“할인행사” “장보기” “새벽배송” “SSG”

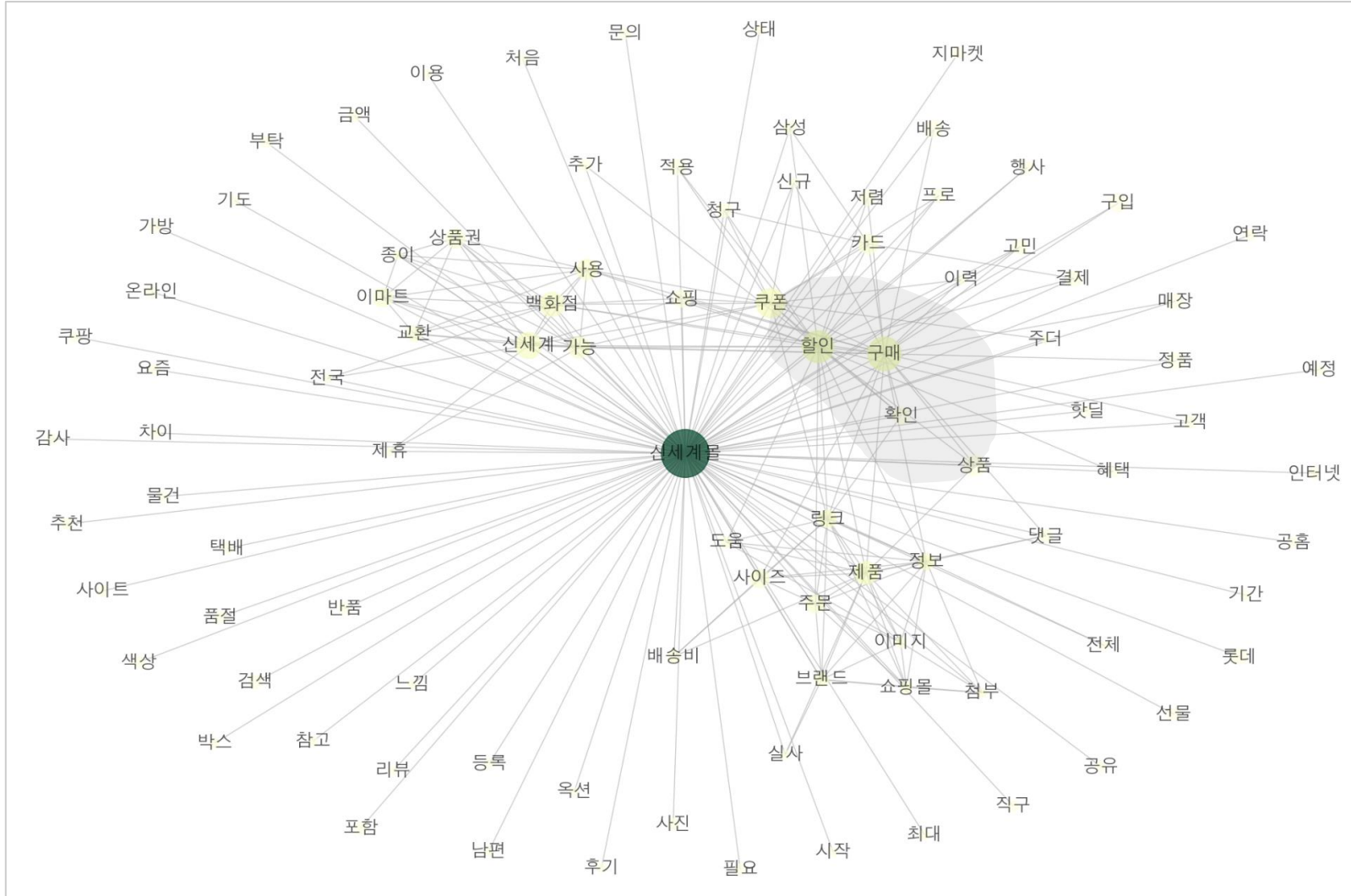
장보기와 새벽배송에 특화된 쇼핑몰 인식

다양한 생활용품과 먹거리가 동반 언급되며
홈플러스 등 동종 업계는 물론
지마켓, 트레이더스, 백화점 등

다양한 쇼핑몰 및 형태와 비교 고려 중

신세계몰 SNA 분석 결과

- 신세계 상품권 사용 또는 저렴하게 구매하기 위한 할인, 혜택, 쿠폰과 관련된 내용이 자주 언급되는 중

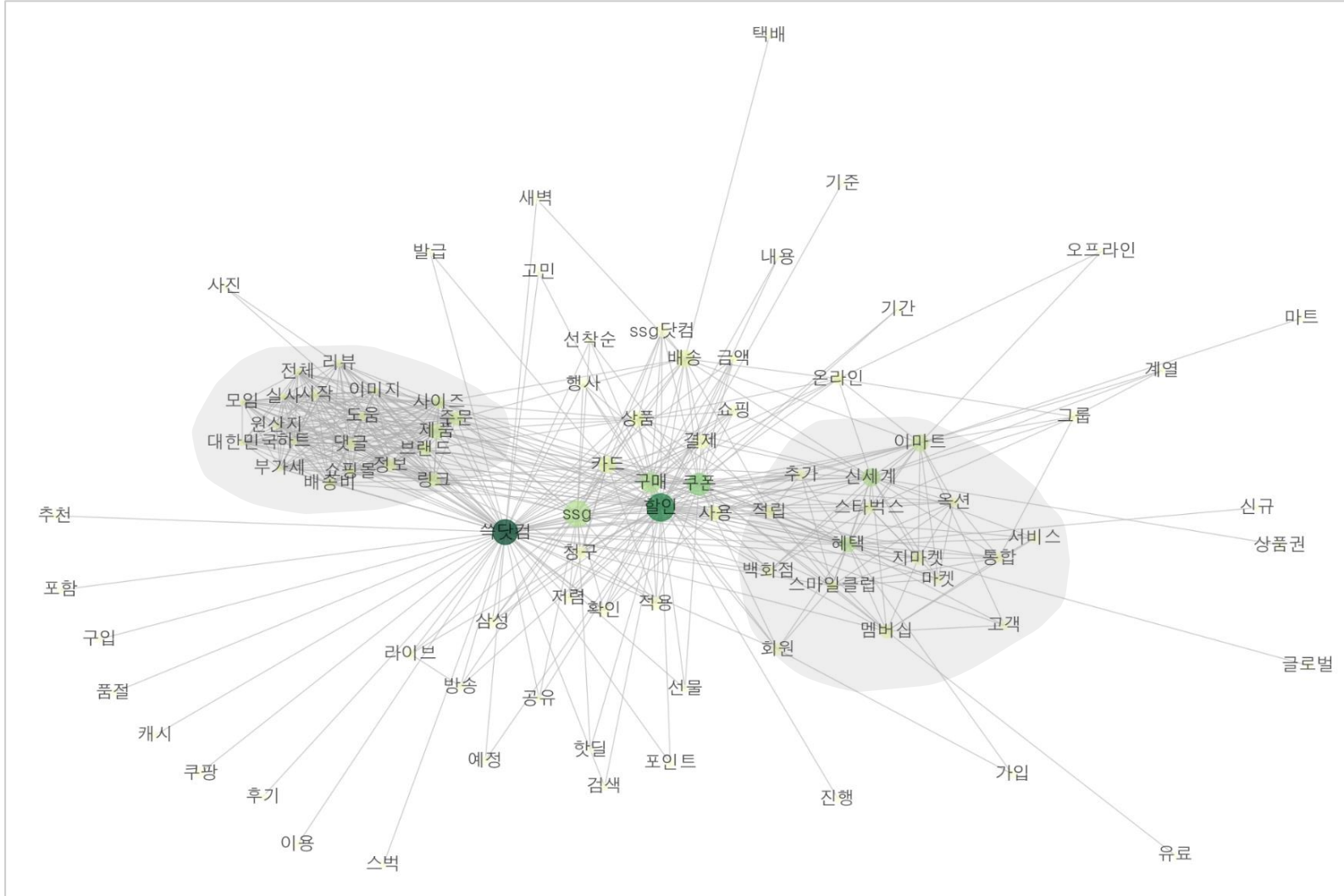


“백화점” “상품권” “사이즈”

온라인 쇼핑몰이기는 하나
신세계백화점에 대한 기존 인식이
그대로 전이된 형태

SSG닷컴 & 쓱닷컴 SNA 분석 결과

- 카드 결제 혜택에 대한 문의나,
- SSG에서 구매한 상품들에 대한 후기 글이 눈에 띄



“SSG, 쓱” “쇼핑몰” “스타벅스”

쓱닷컴, SSG닷컴, SSG 등
명칭이 다양하고 빈번하게 언급되며

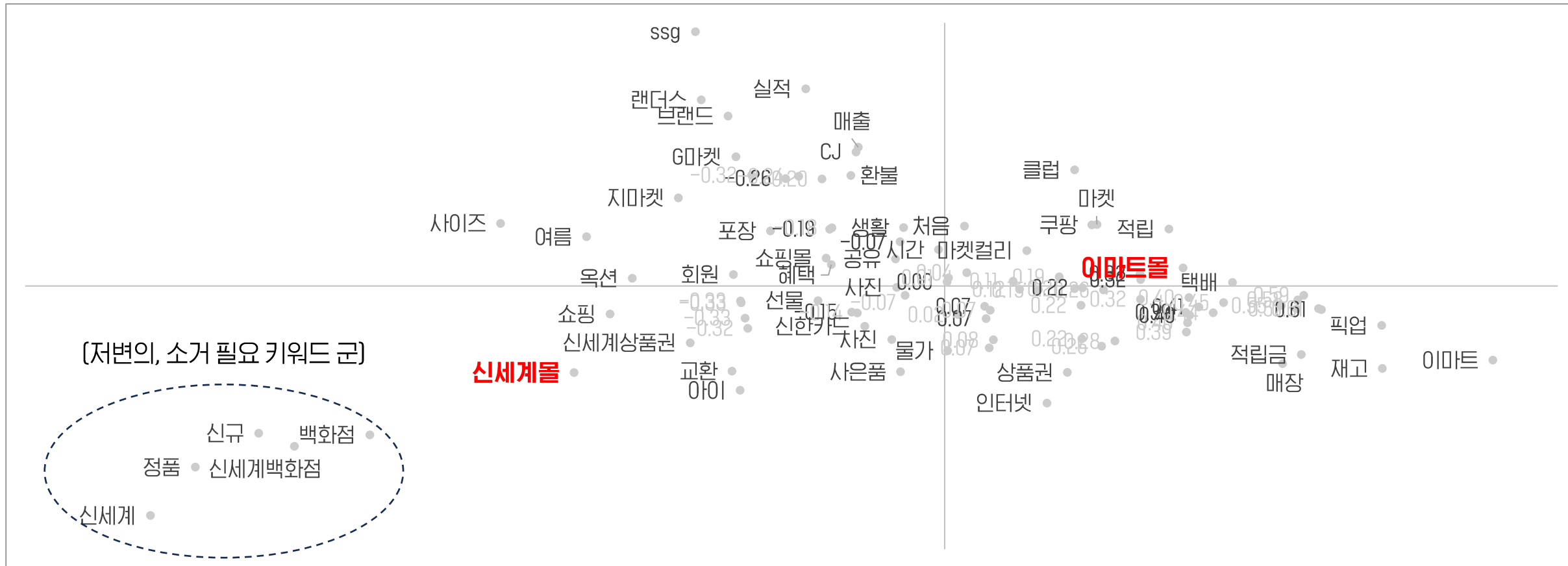
이마트몰이나 신세계몰은
전반적으로 공통된 언급을 보이는데 비해

SSG닷컴의 경우
아직 정체성이 명확히 확립된 것 같지 않음

다만, 스타벅스 혜택과의 연계성은
가장 높은 것으로 나타남

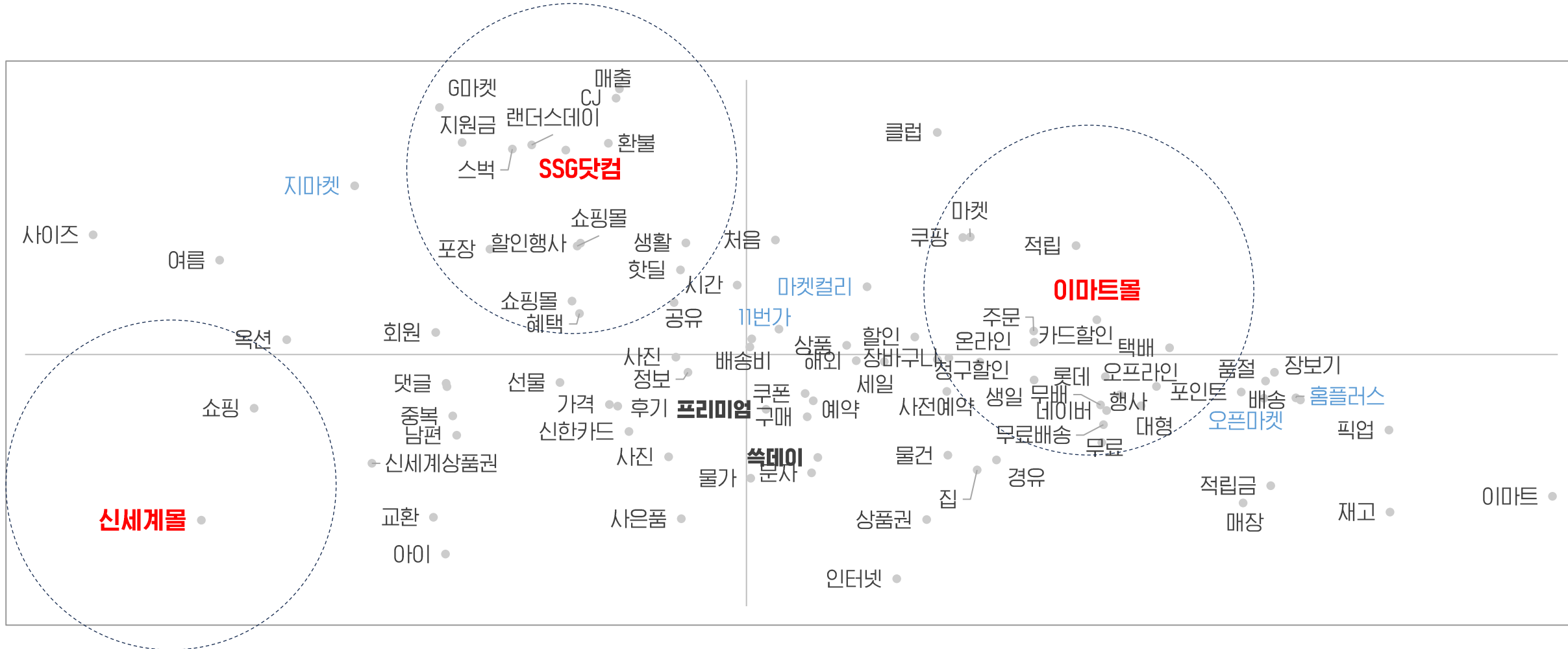
: SNS 전체 연관어 중심

- 신세계백화점, 백화점, 신세계 등 저변에 위치한 키워드로 인해 중심 영역이 몰린 것으로 나타나 해당 키워드 군을 제외하고 중심 키워드들 중심으로 확대(Zoom In)해서 볼 필요 있을 듯



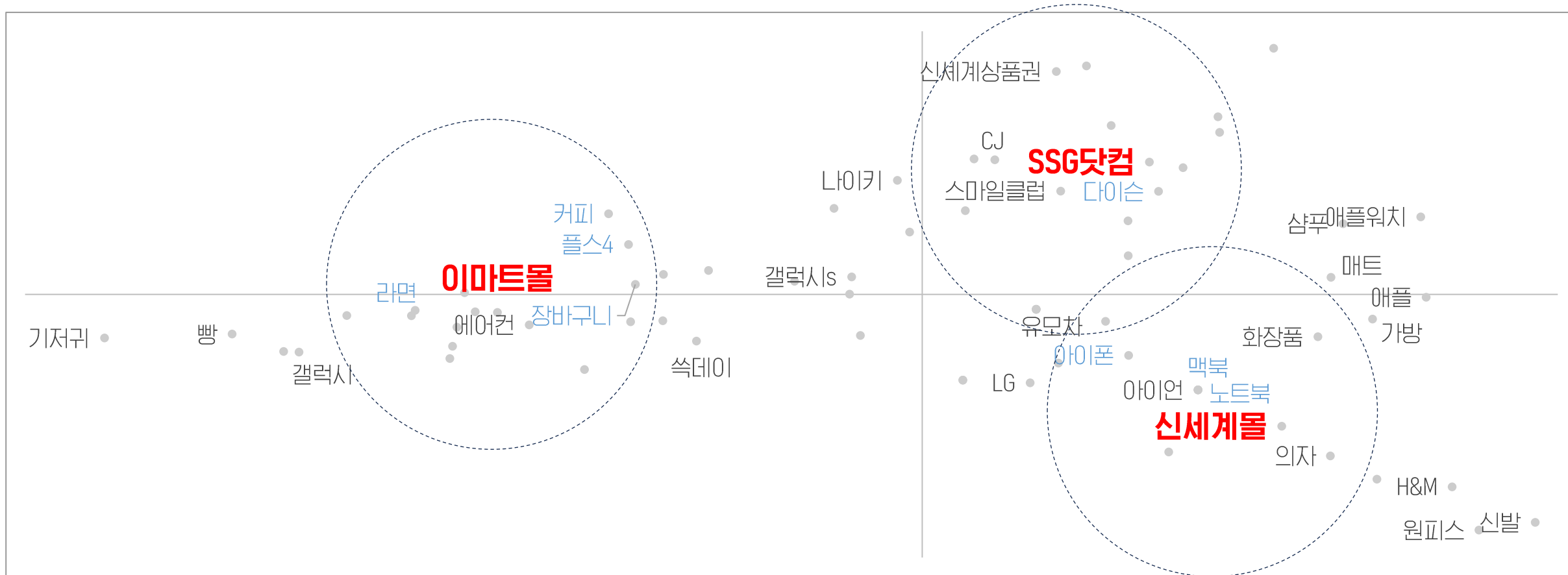
: SNS 전체 연관어 중심

- 신세계백화점, 백화점, 신세계 등 저변에 위치한 키워드들을 소거하고 중심 키워드들로 확대해 본 결과
신세계몰에는 상대적으로 인접한 키워드 부재, **SSG닷컴**은 주로 최근 진행한 행사와의 연계성 높게 나타내며
이마트몰은 생활용품 및 장보기 주문과 무료배송 등 일반적인 영역과 인접
- 프리미엄 키워드와 상대적 인접 브랜드 없으며, 쓱데이 역시 특정 브랜드와의 밀접도 떨어짐



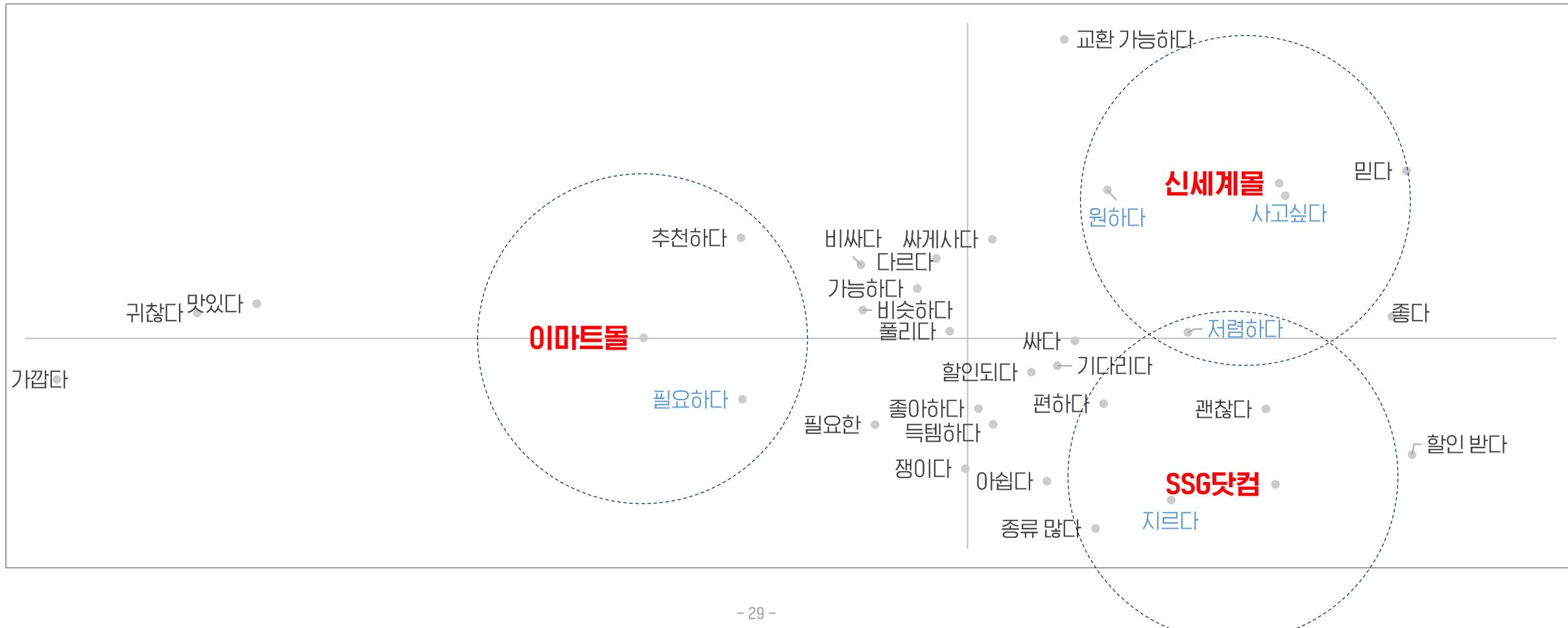
: SNS 연관어 중 제품/브랜드 중심

- 제품 및 브랜드 키워드만 비교한 결과, 이마트몰은 생활용품 및 장보기 제품과 때때로 특가 상품, SSG닷컴과 신세계몰은 고가의 가전제품 중심



: SNS 감성어 중심

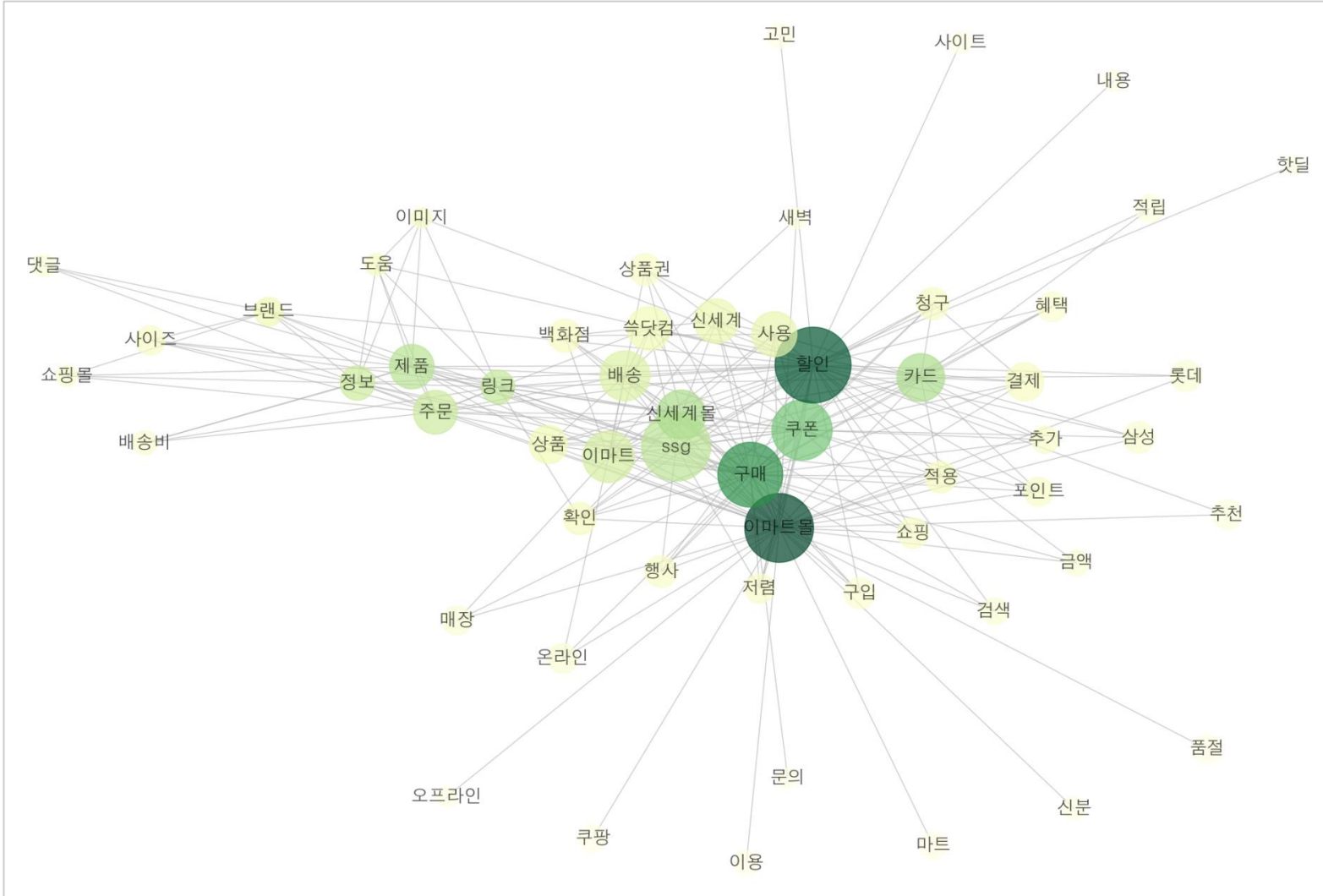
- 이마트몰은 “필요하다”, SSG닷컴은 “지르다”, 신세계몰은 “사고싶다”



SNA & MCA 분석 결과

경쟁 브랜드 간 위상 점검

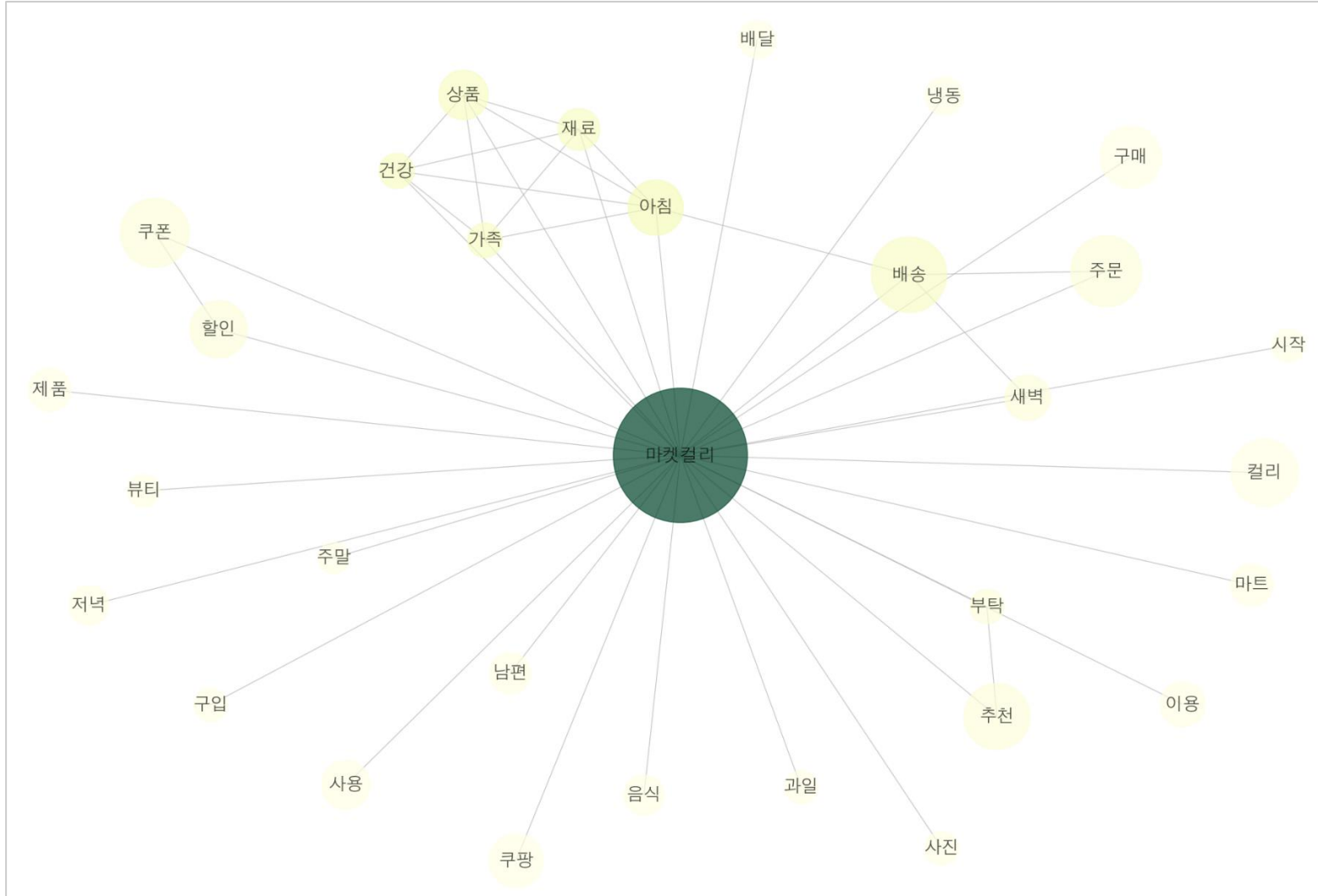
- 신세계 계열사가 주로 언급되며 해당 브랜드에서 저렴하게 구입하는 것을 목적으로 쇼핑 중



“행사” “새벽배송” “쇼핑”

여러 브랜드가 개별적으로
호명된다는 것이 가장 큰 특징

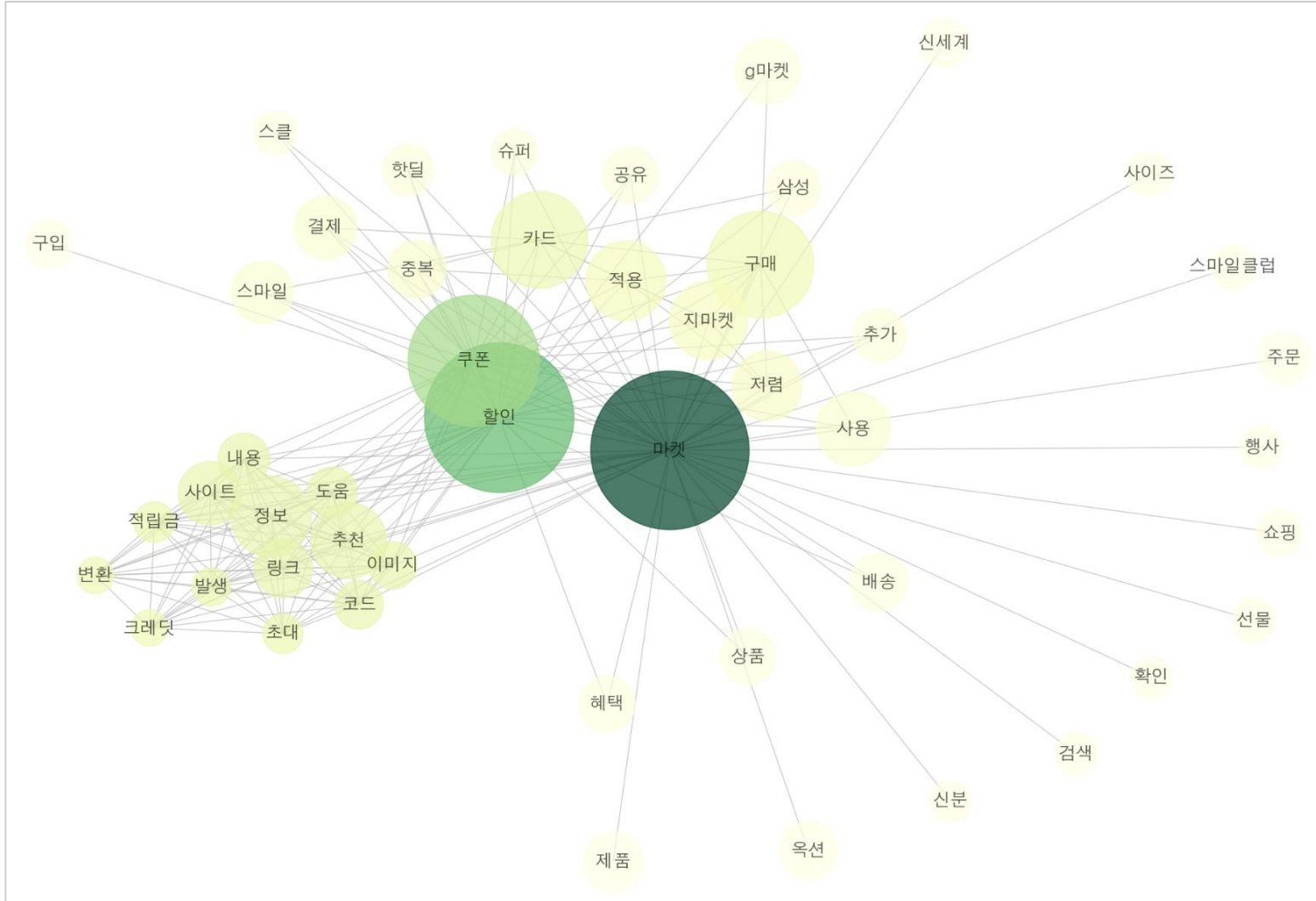
- 특히, 마켓컬리에서 비 정기적으로 발송하는 할인 쿠폰과 아침에도 상품을 받을 수 있는 새벽배송에 대한 언급이 눈에 띈



“ ... ”

키워드 종류나 수 자체가 적어
특이점 설명 어려움

- 지마켓에서 진행하는 스마일클럽(스클)에 대한 언급이 보이며 적립금 및 초대 혜택을 얻기 위한 정보 공유의 글도 눈에 띈

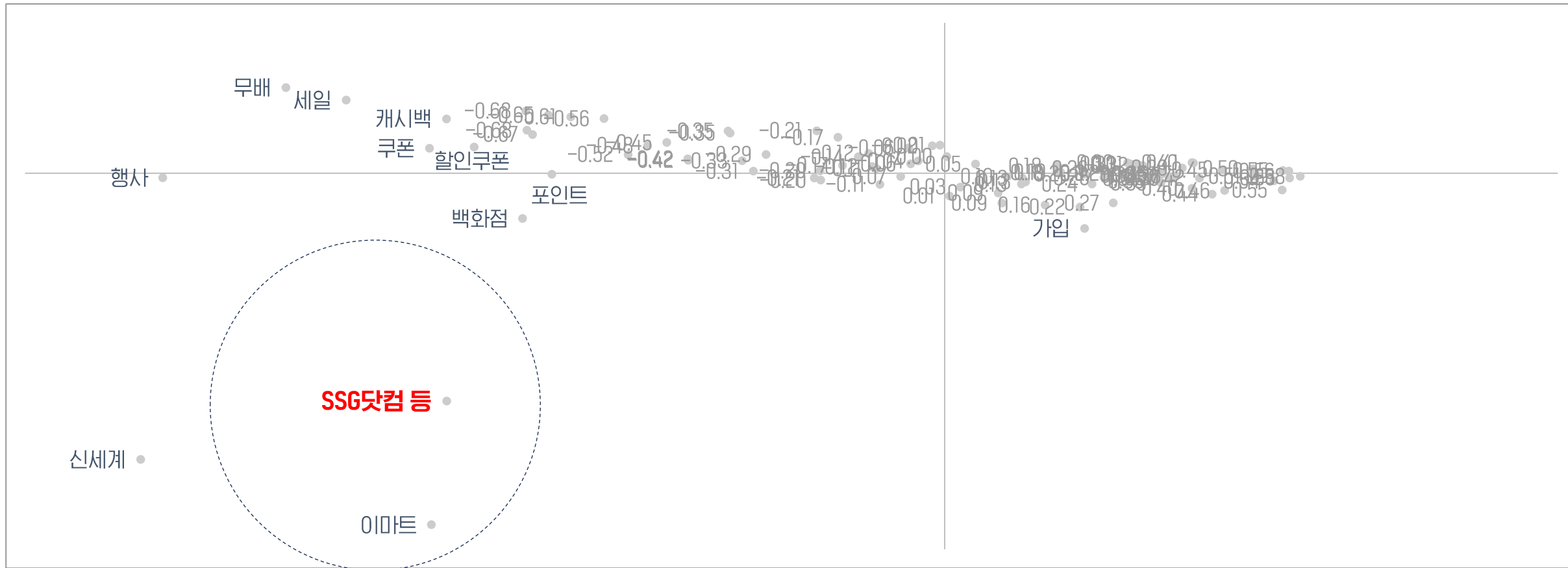


“스마일클럽”
“적립금”

멤버십 혜택에 확연히 차별적

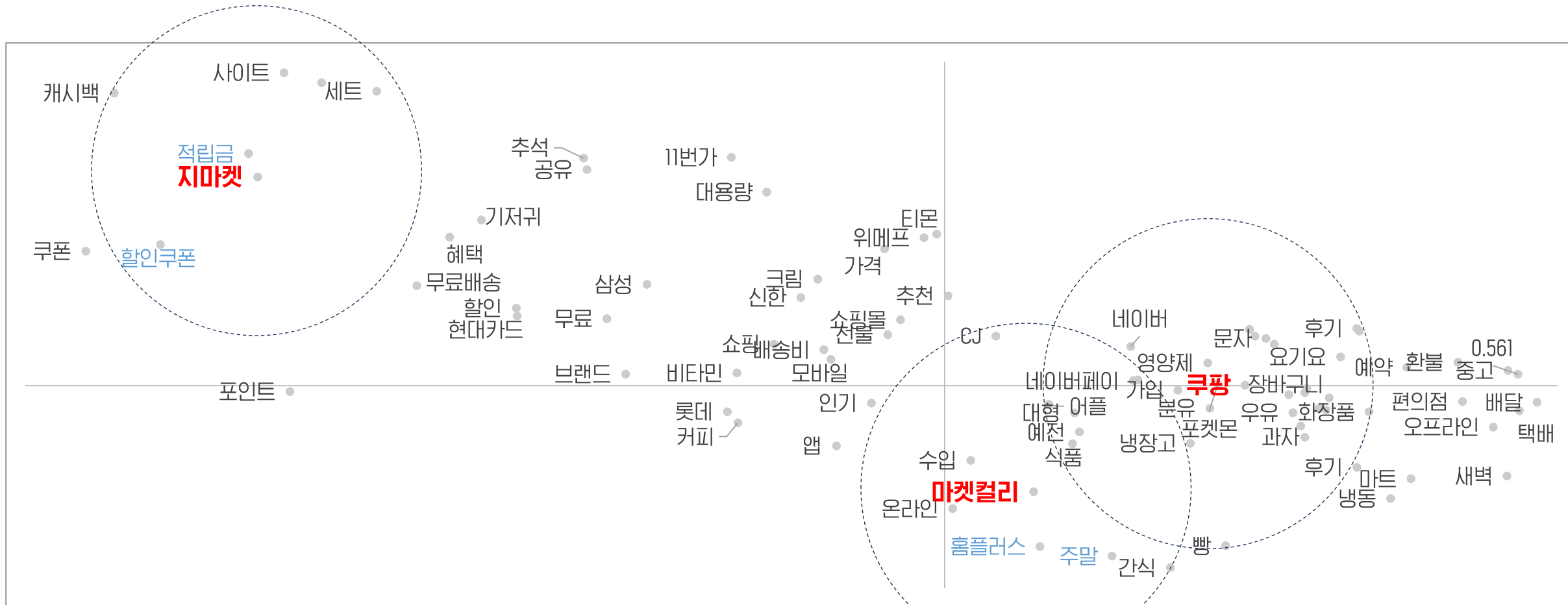
: SNS 전체 연관어 중심

- [SSG닷컴, 이마트몰, 신세계몰 등을 포함한] SSG닷컴 브랜드와 경쟁 브랜드의 관계에서 경쟁사 대비 SSG닷컴 주변에 인접한 연관 키워드 부재



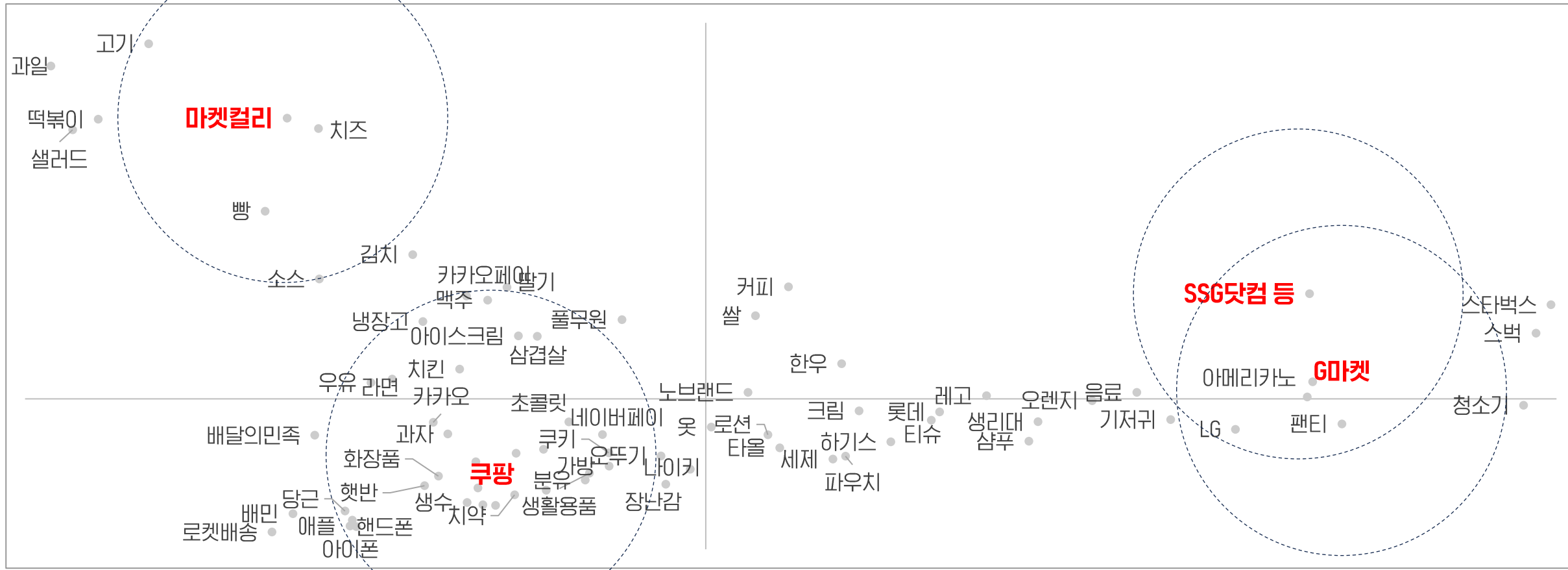
: SNS 전체 연관어 중심

- 상대적으로 쿠팡 브랜드에 키워드 쏠림 현상 발생



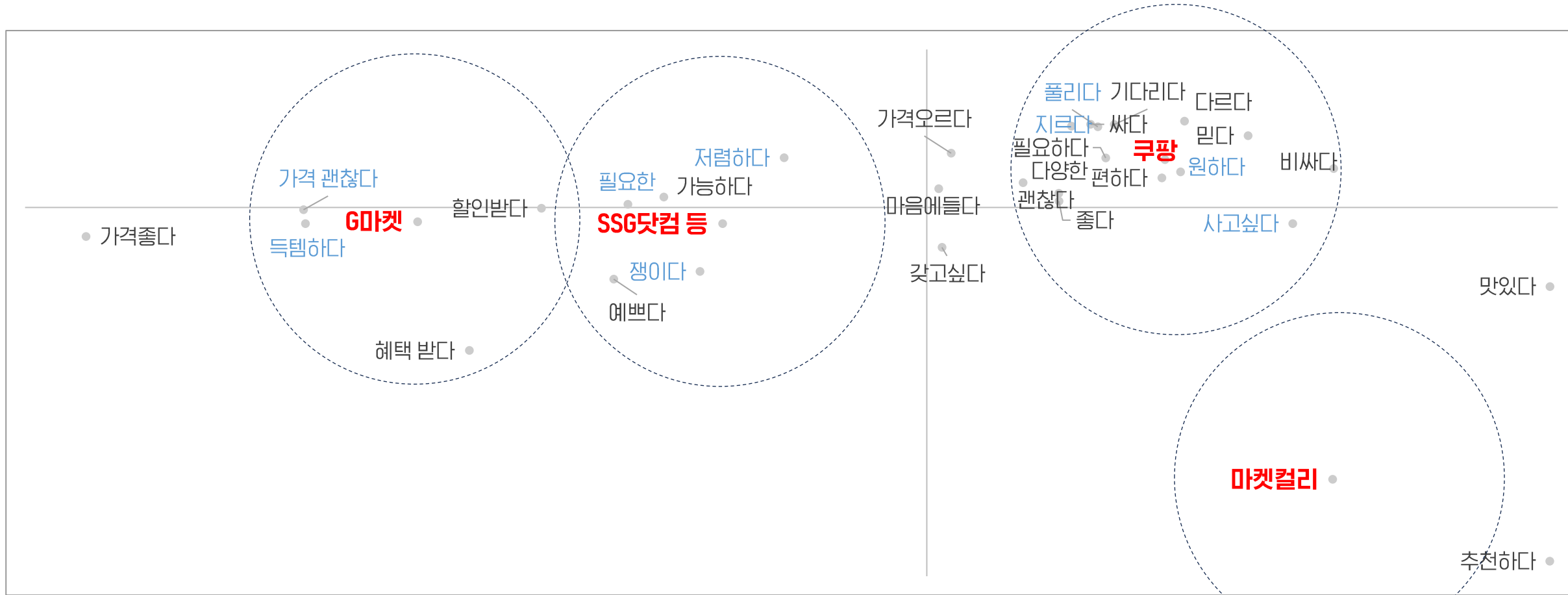
: SNS 연관어 중 **제품/브랜드 중심**

- 제품 및 브랜드로 압축해도 마찬가지



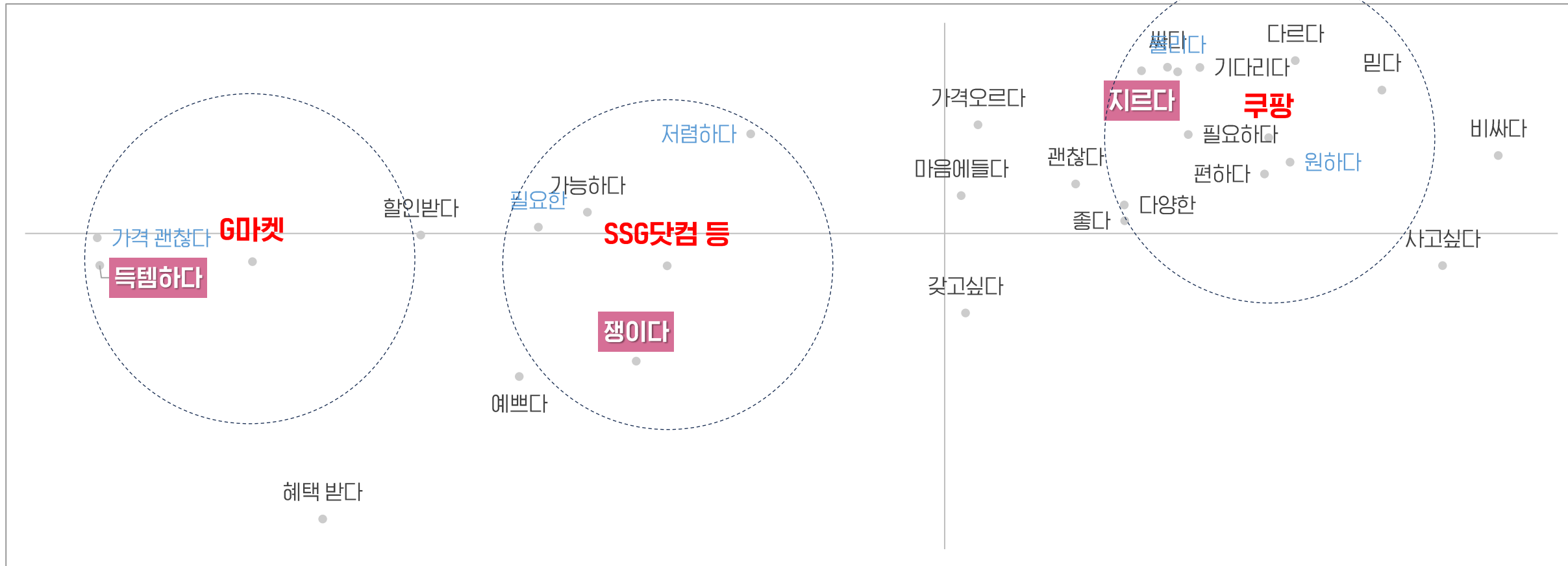
: SNS 감성어 중심

- G마켓은 멤버십혜택이나 박스마일데이 등 행사에서 확연히 차별적이며 SSG닷컴은 생활용품 등에 대한 “쟁이다”는 표현이 눈에 띈다
- 쿠팡은 역시 다양한 키워드 인접



: SNS 감성어 중심

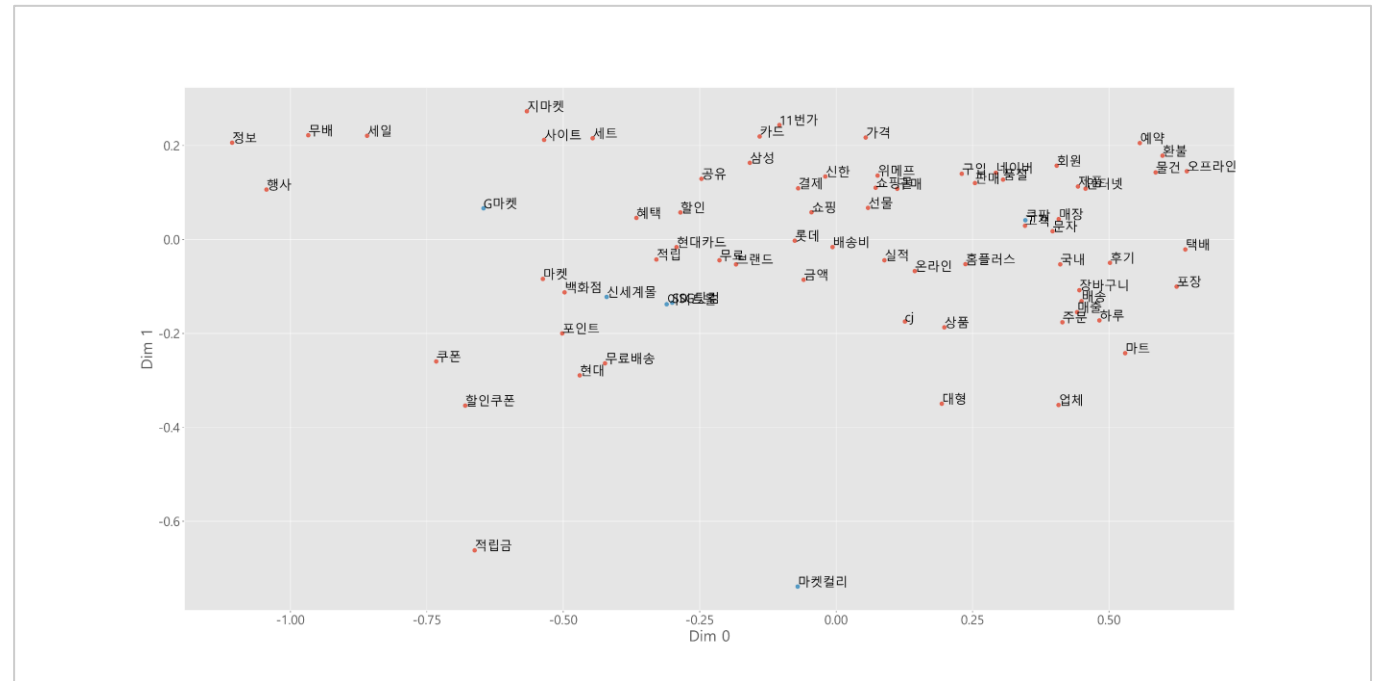
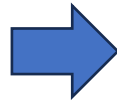
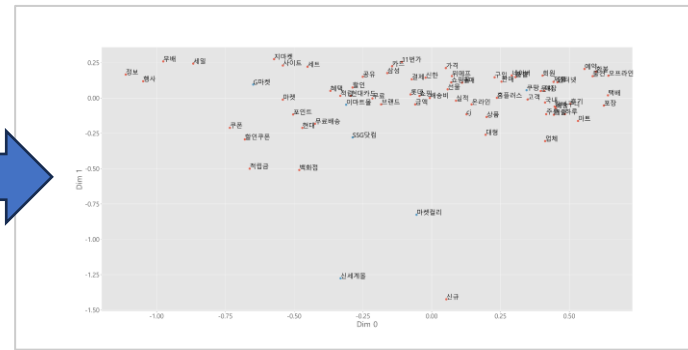
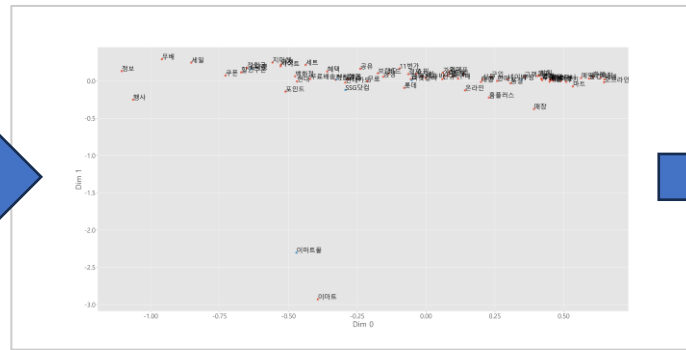
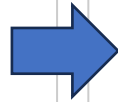
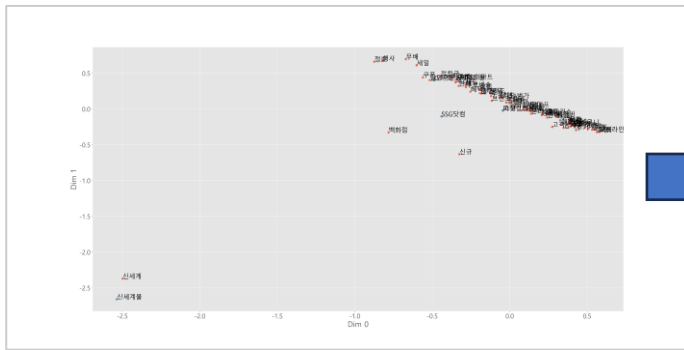
- G마켓은 멤버십혜택이나 박스마일데이 등 행사에서 확연히 차별적이며 SSG닷컴은 생활용품 등에 대한 “쟁이다”는 표현이 눈에 띈다
- 쿠팡은 역시 다양한 키워드 인접



경쟁 브랜드 간 위상 점검 : MCA 분석 결과 조정
SSG닷컴+이마트몰+신세계몰 등으로 묶은 전체 브랜드를
개별로 다시 분해하여 쿠팡 등 경쟁사와 위상 점검

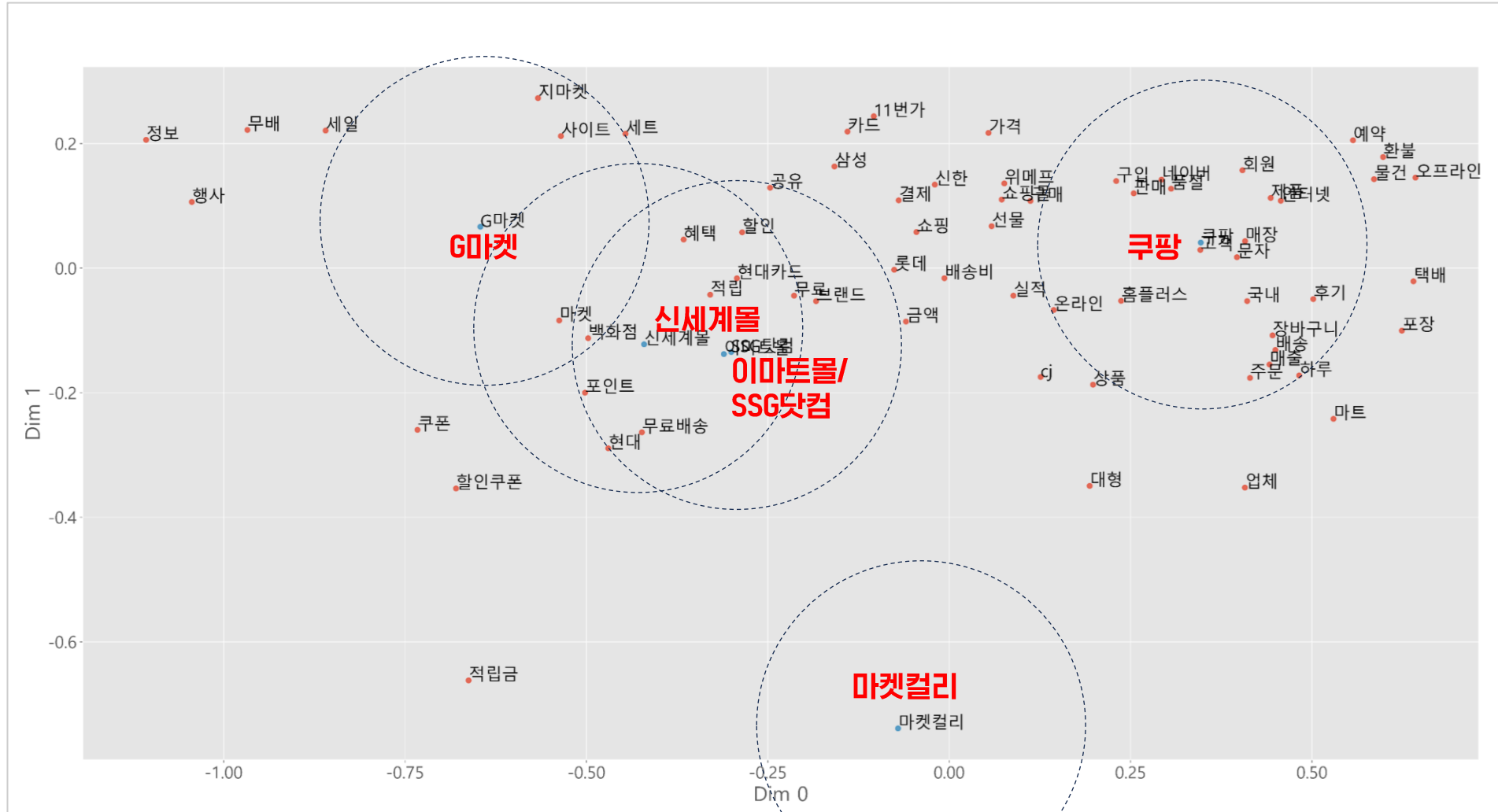
: SNS 전체 연관어 중심 분석 진행 과정

- Map 상의 외연에 위치해 중심 키워드들을 확인할 수 없는 구조에서 단계적으로 외연의 키워드들을 소거하며 최종 Mapping 완성



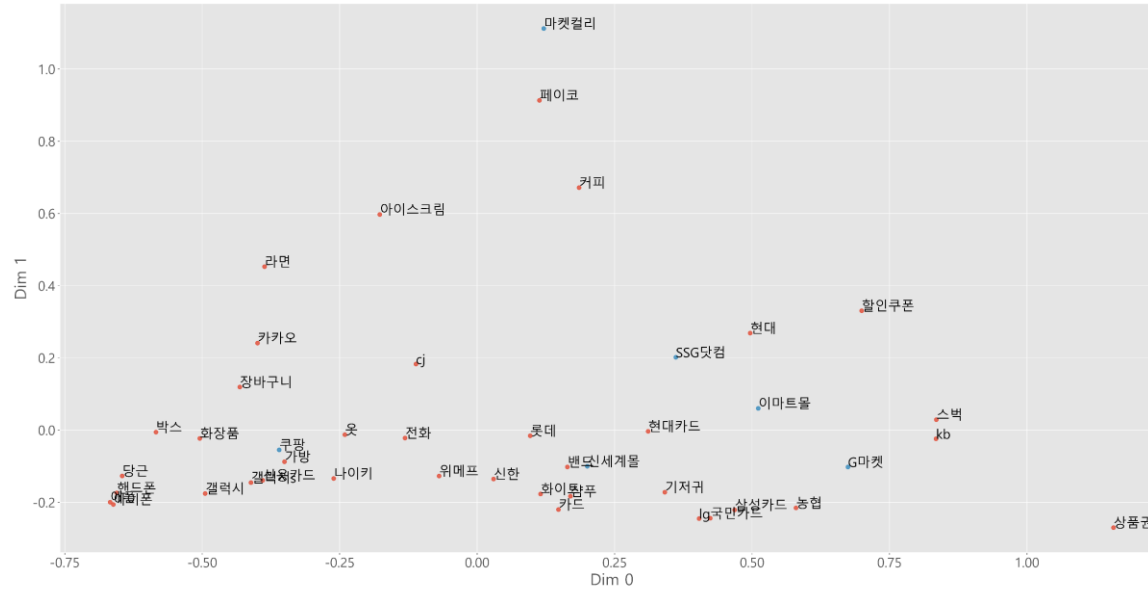
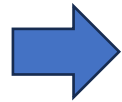
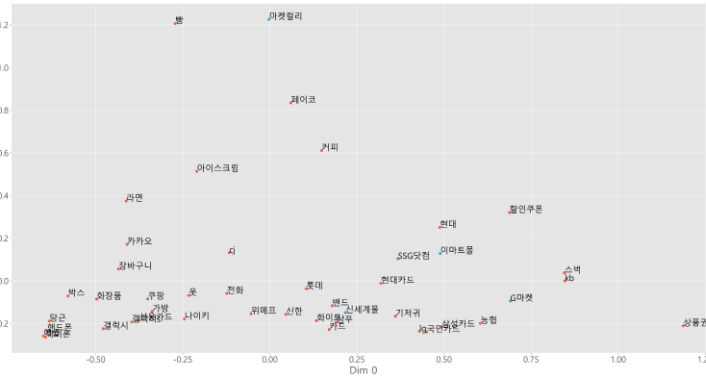
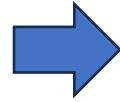
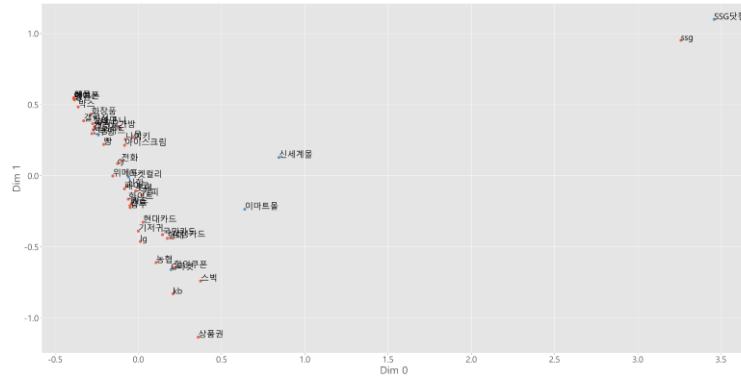
: SNS 전체 연관어 중심, 최종 분석 결과

- 지마켓에서 진행하는 스마일클럽(스클)에 대한 언급이 보이며 적립금 및 초대 혜택을 얻기 위한 정보 공유의 글도 눈에 띈



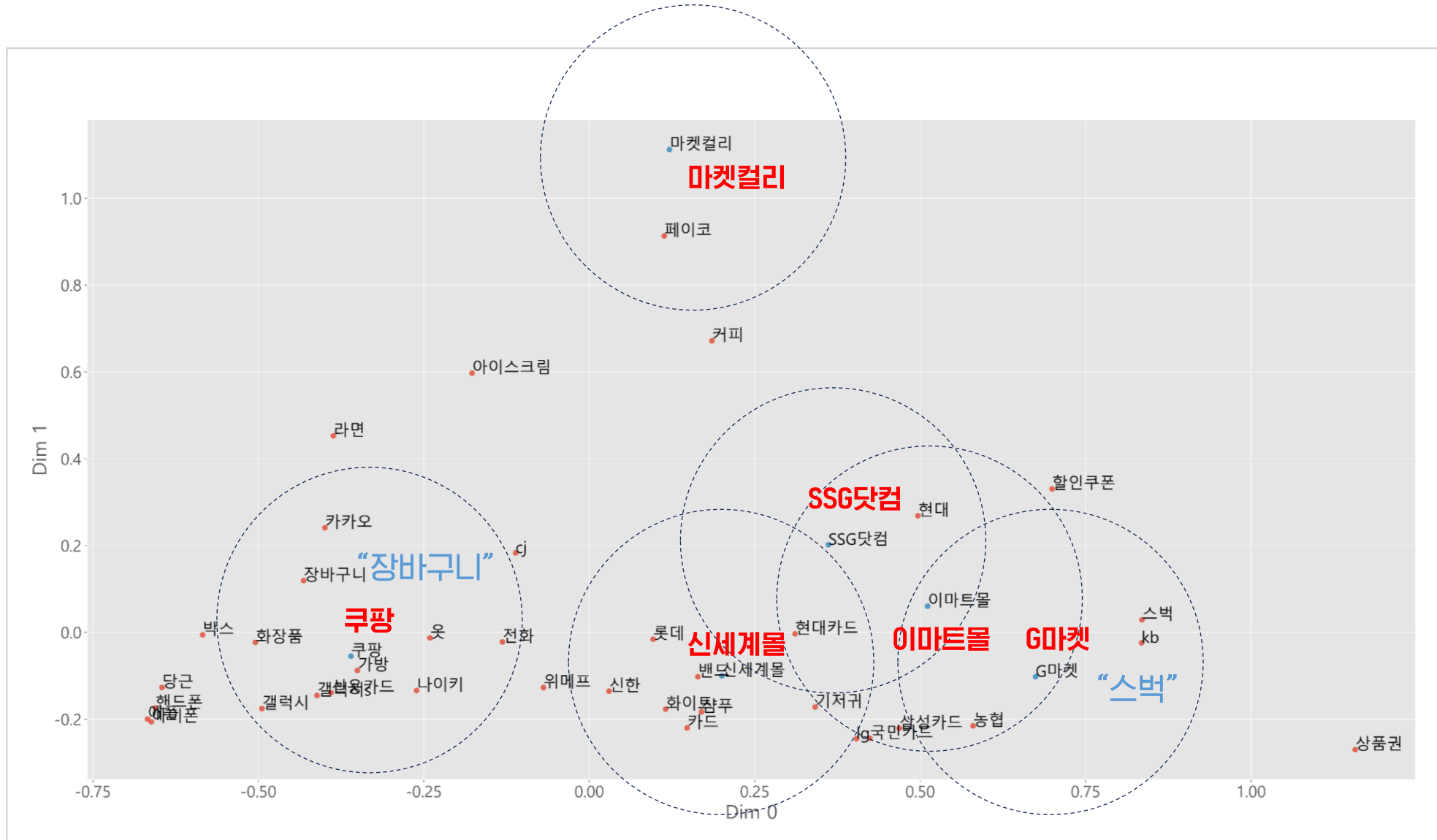
SNS 연관어 중 제품/브랜드 중심 분석 진행 과정

- Map 상의 외연에 위치해 중심 키워드들을 확인할 수 없는 구조에서 단계적으로 외연의 키워드들을 소거하며 최종 Mapping 완성



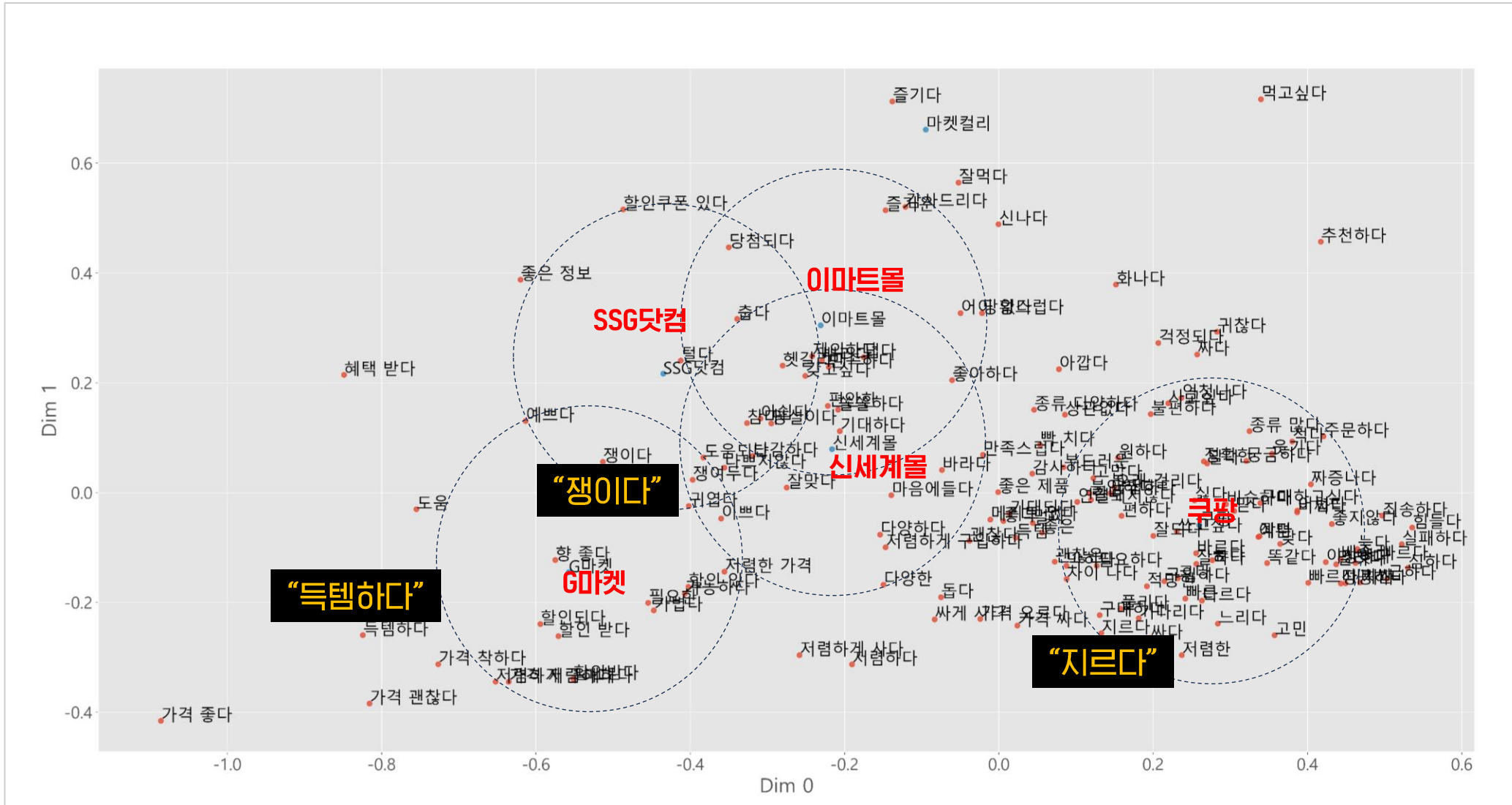
: SNS 연관어 중 **제품/브랜드 중심**, 최종 분석 결과

- 쿠팡에 “장바구니”도 빼앗긴 형국



: SNS 감성어 중심, 최종 분석 결과

- “쟁이는” 쇼핑몰 / “지르는” 쇼핑몰 / “득템하는” 쇼핑몰



CHAPTER.3

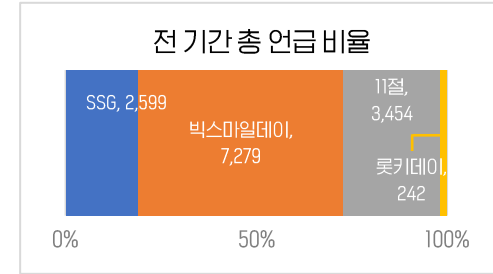
브랜드별 프로모션 위상 비교 분석

- 쓱데이 등 vs 빅스마일데이 vs 롯데데이 vs 11절

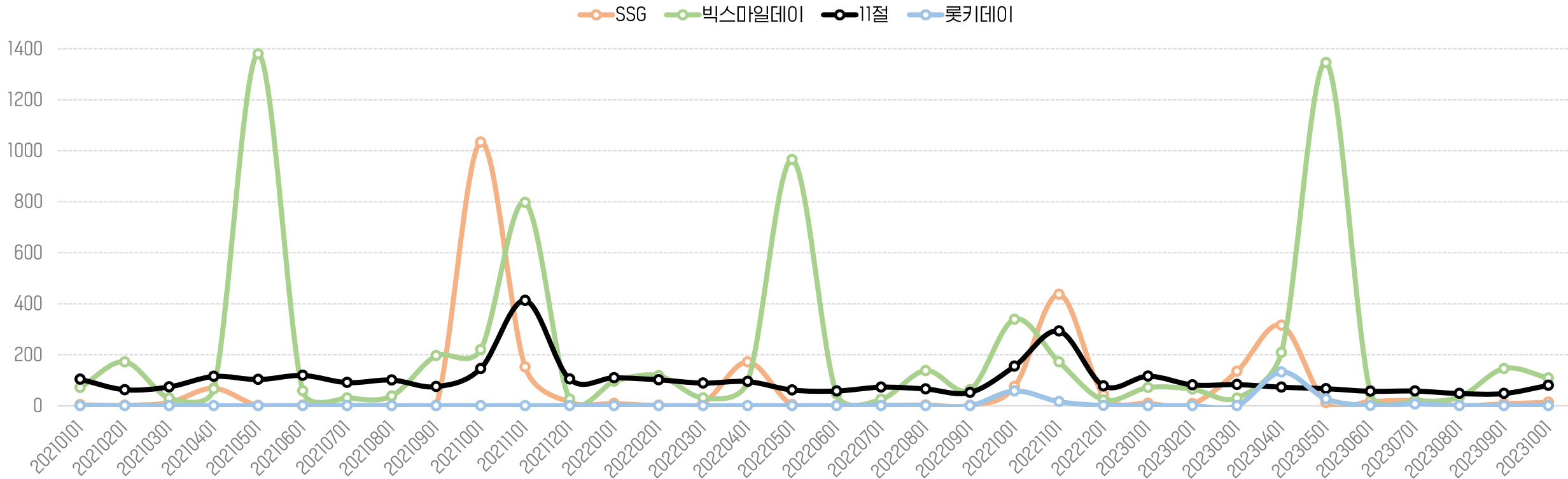
프로모션 중 빅스마일데이가 인지도 1위

행사시점에는 무조건 급등

※ 롯데데이는 전 기간 242건에 불과하여 다음 장부터 분석 제외



SSG, 빅스마일데이, 11절, 롯데데이 최근 3년 커뮤니티 언급 추이



※ SSG : 랜더스데이, 쓱데이, 신유패, 신세계유니버스페스티벌

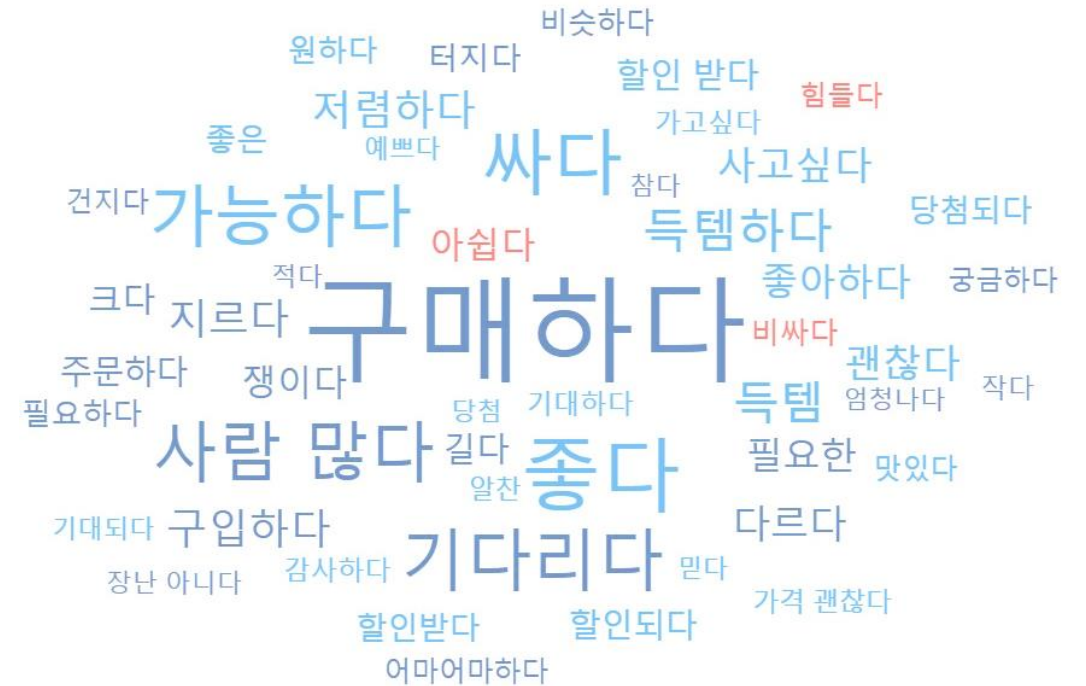
SSG, 연관어 감성어 비교 분석

이마트 브랜드 키워드가 가장 많이 언급

SSG 커뮤니티 연관어 워드클라우드



SSG 커뮤니티 감성어 워드클라우드



※ SSG : 랜더스데이, 쓱데이, 신유패, 신세계유니버시티페스티벌

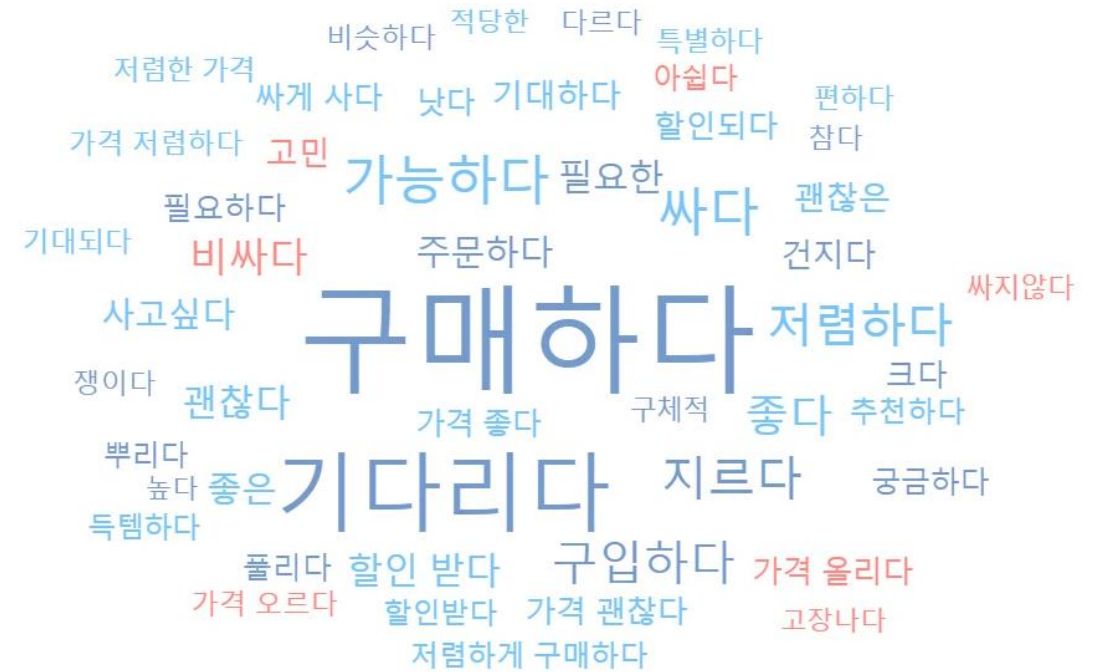
빅스마일데이, 연관어 감성어 비교 분석

브랜드 키워드 지마켓과 할인, 쿠폰에 관한 언급 다수

빅스마일데이 커뮤니티 연관어 워드클라우드



빅스마일데이 커뮤니티 감성어 워드클라우드



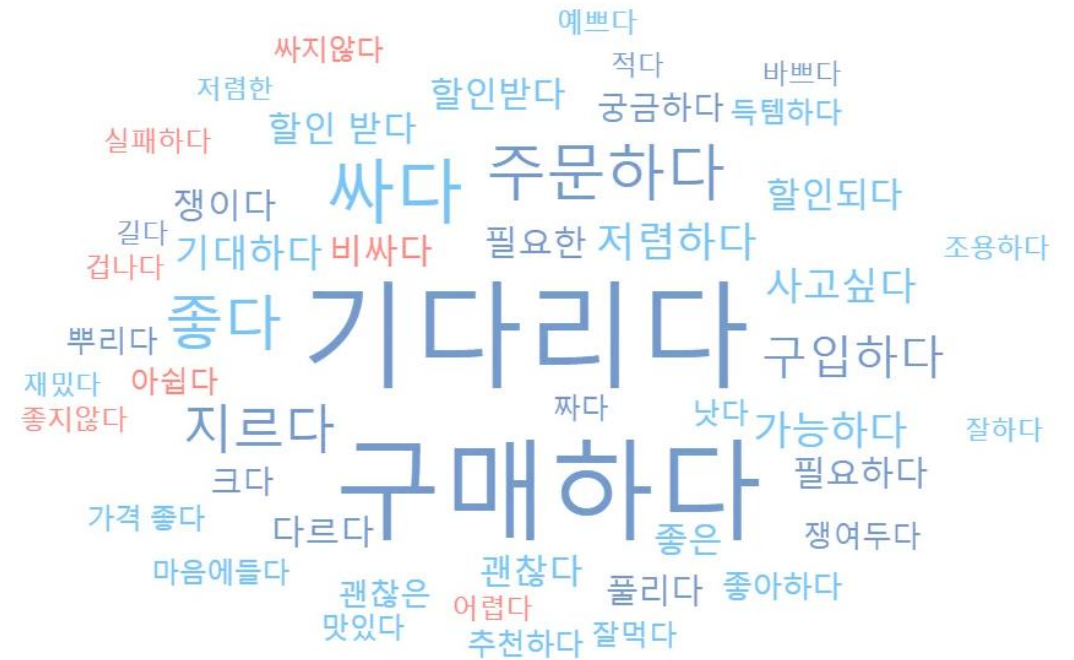
11절, 연관어 감성어 비교 분석

브랜드 키워드 11번가와 할인, 쿠폰에 관한 언급 다수

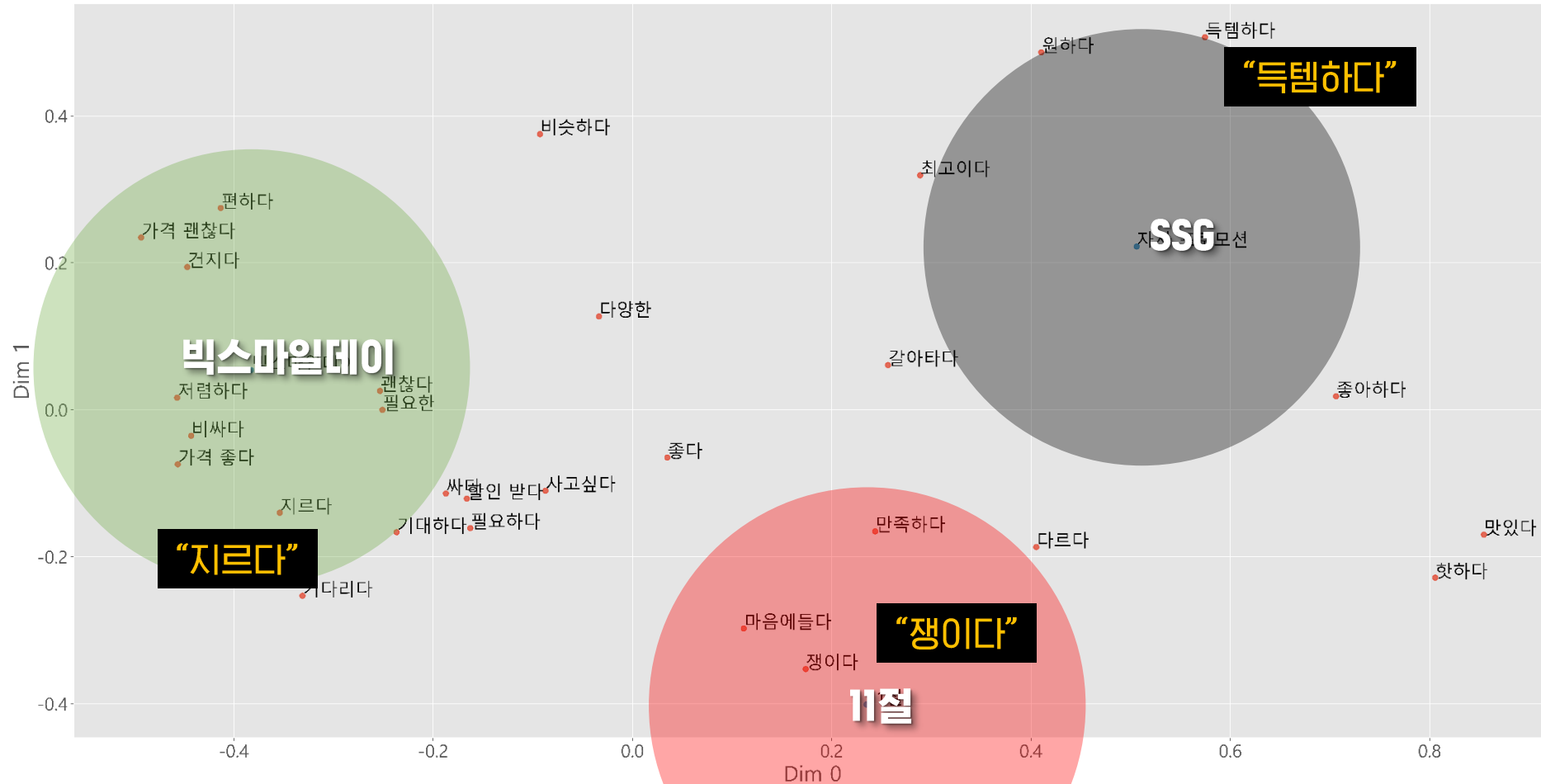
11절 커뮤니티 연관어 워드클라우드



11절 커뮤니티 감성어 워드클라우드

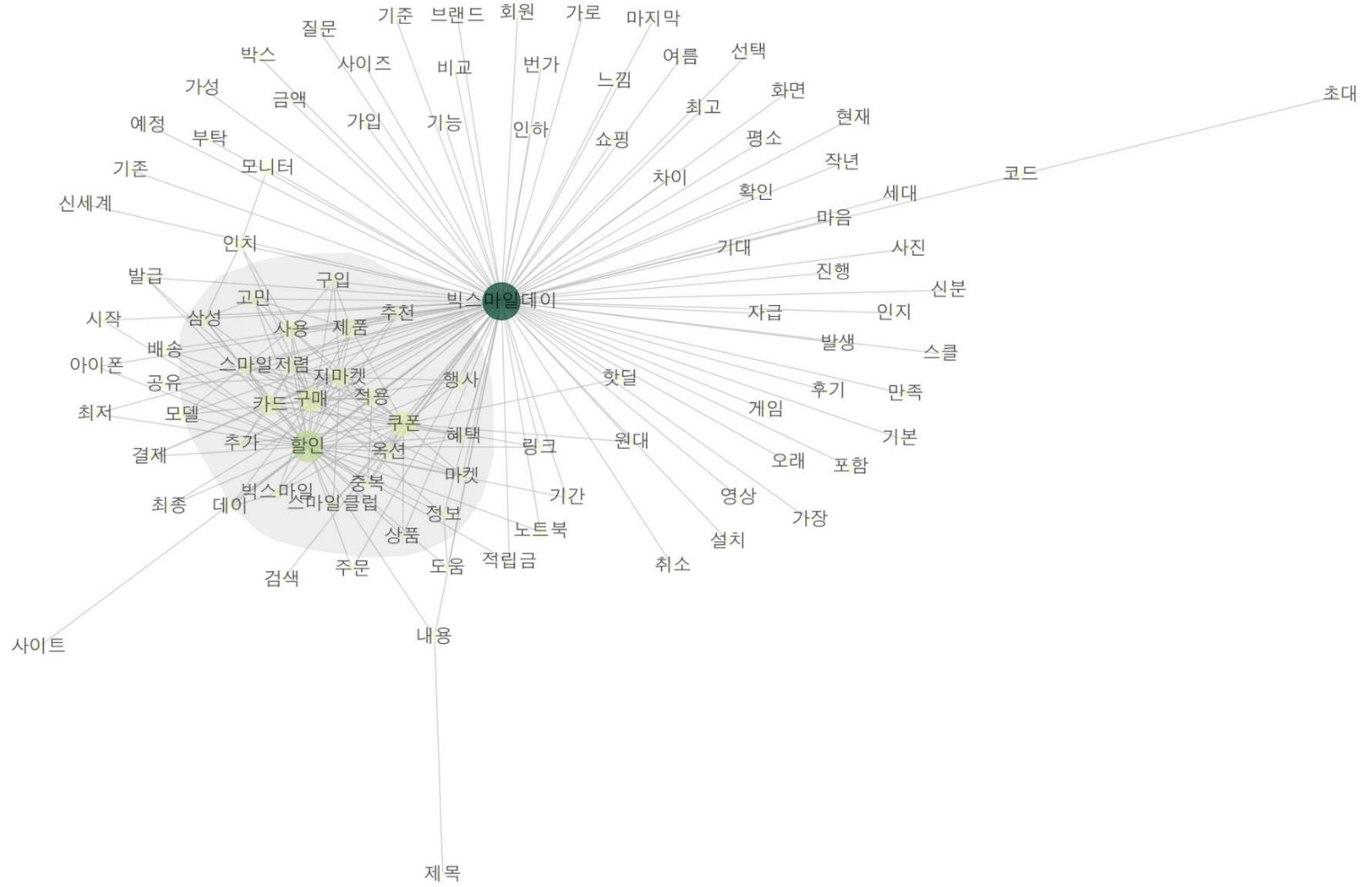


빅스마일데이는 “비싼” 제품을 “건지는” 곳
 11절은 “만족도 높은” 제품을 “쟁이는” 곳
 SSG은 상대적으로 명확한 차별적 이미지 부재



※ SSG : 랜더스데이, 쓱데이, 신유패, 신세계유니버서페스티벌

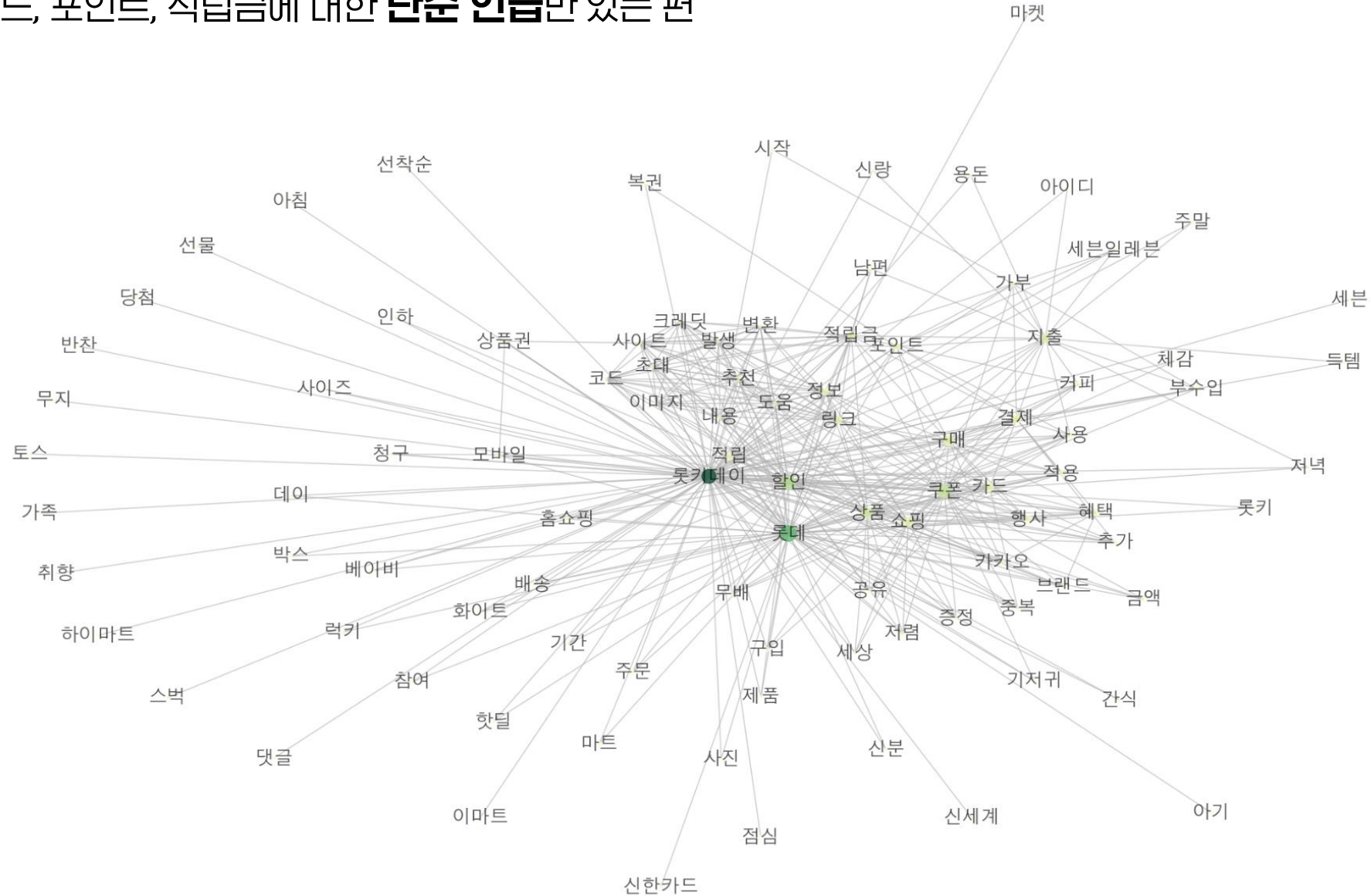
지마켓의 **스마일클럽 멤버십**이 자주 언급 됨
멤버십 구매자에게 일반 사용자들보다 더 큰 혜택을 제공하며 가입 유도



롯데데이

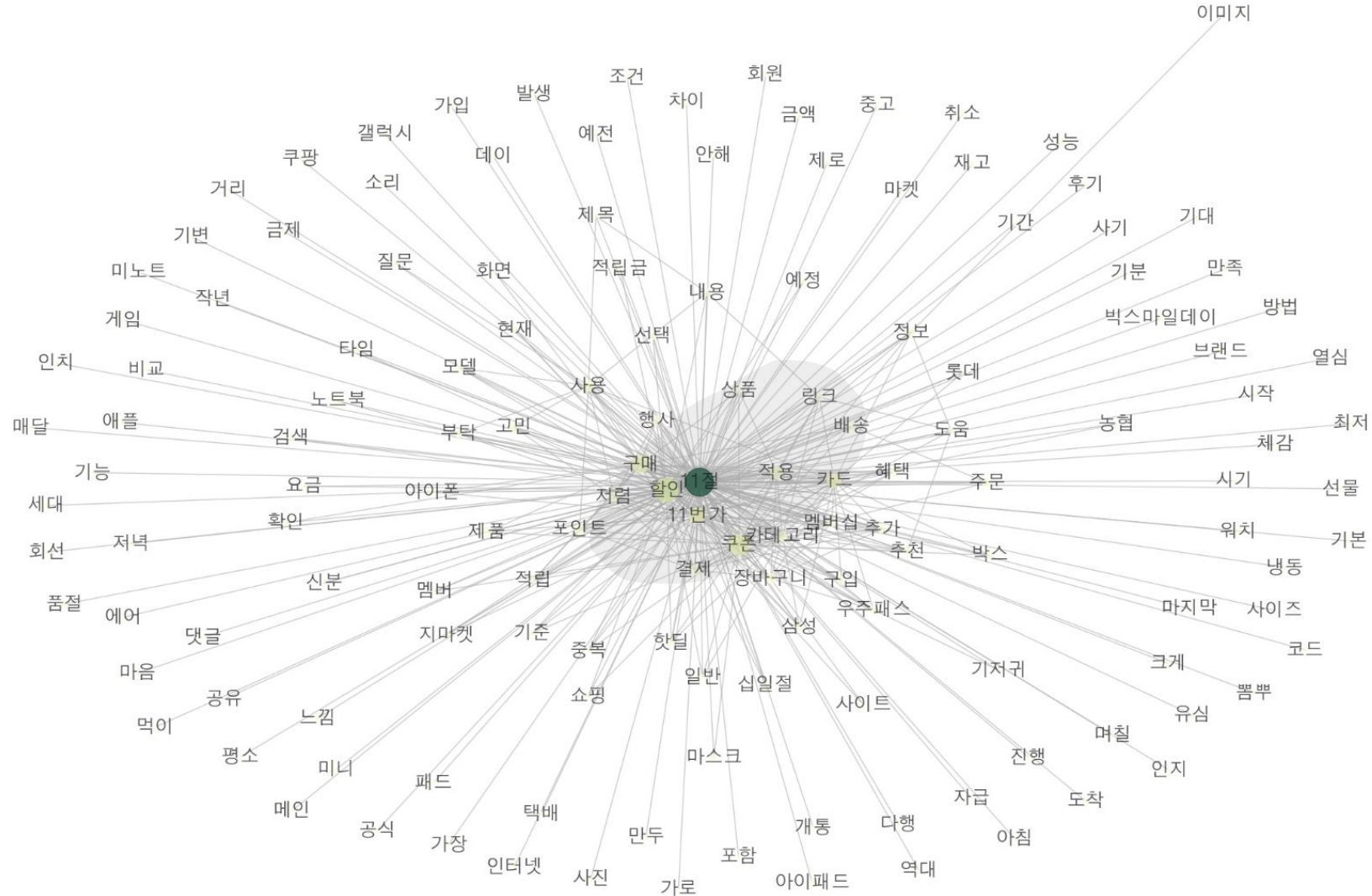
커뮤니티 언급이 241건으로 매우 적은 편

주로 할인, 초대코드, 포인트, 적립금에 대한 **단순 언급**만 있는 편



11절

우주패스, 멤버십 할인 키워드로 보아 T멤버십 할인 혜택 언급이 많은 편
특정 통신사를 이용하는 경우 더 많은 혜택을 받을 수 있는 장점이 있음

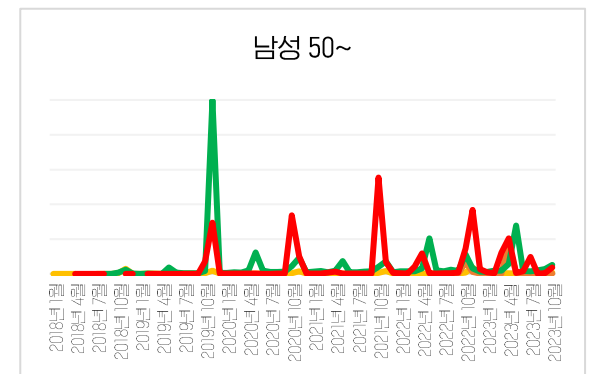
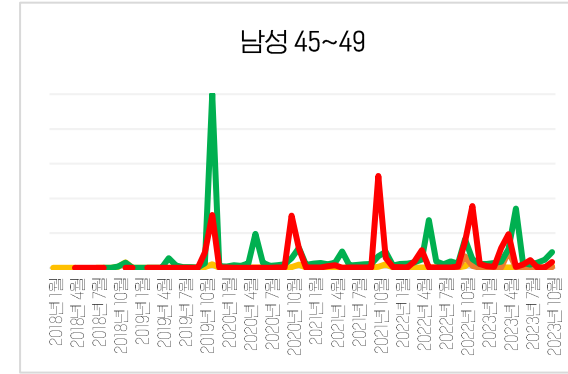
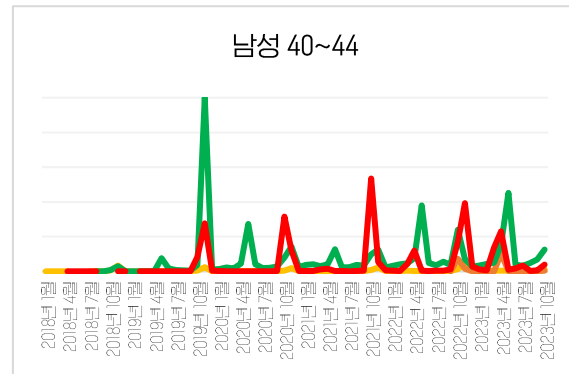
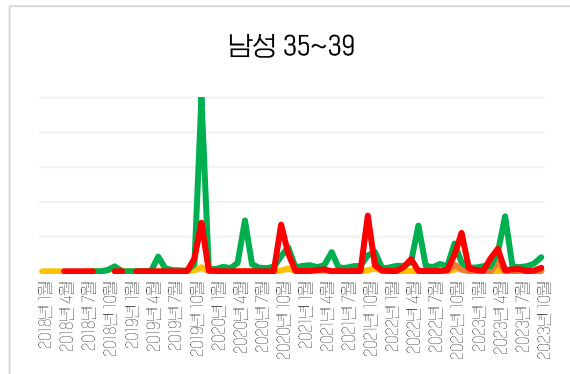
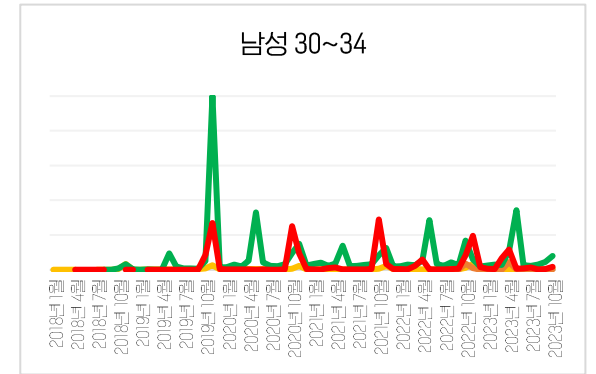
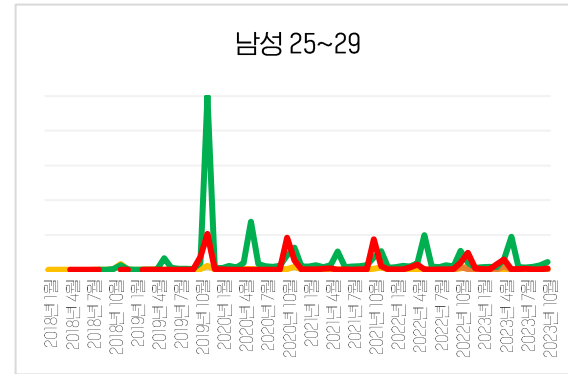
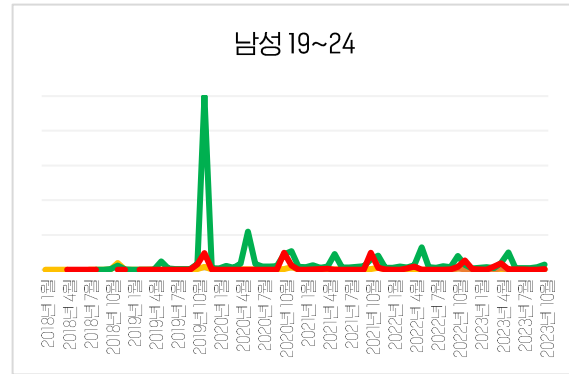
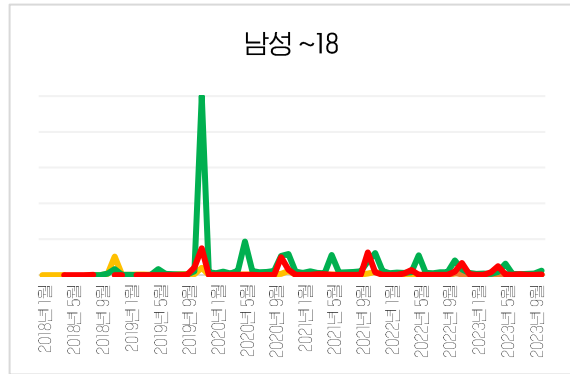


전체적으로 프로모션 관련 검색량은 없으나 프로모션 시즌에 맞춰 급증하는 경향

- 지마켓과 자사프로모션 이외에 검색량의 변동이 거의 없는 편
- 연령대가 증가할 수록 SSG에 대한 검색추이도 증가하는 중

2018년 1월~2023년 10월 브랜드별 프로모션 남성 연령대 네이버 검색 추이

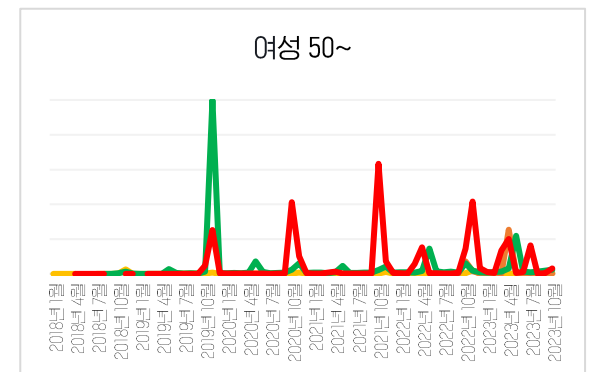
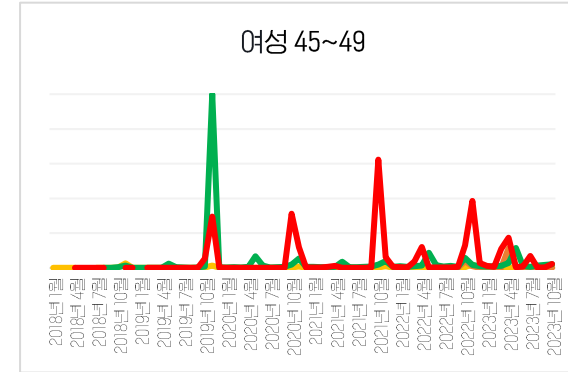
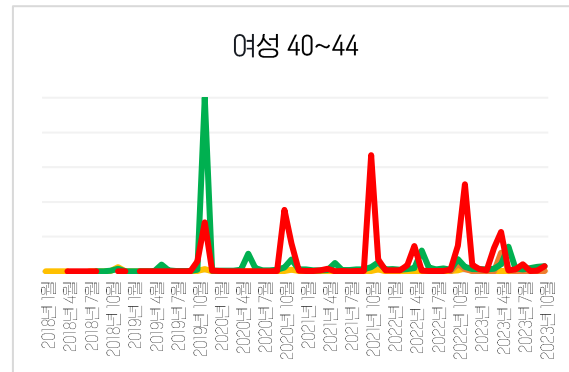
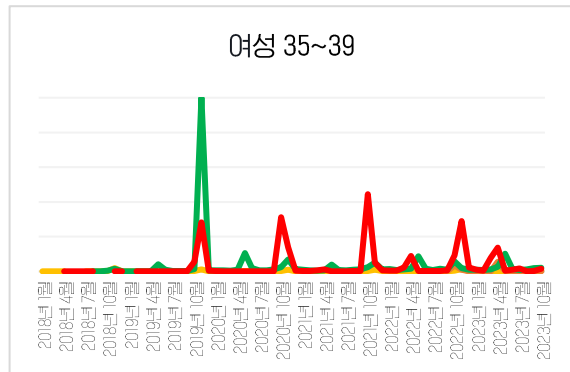
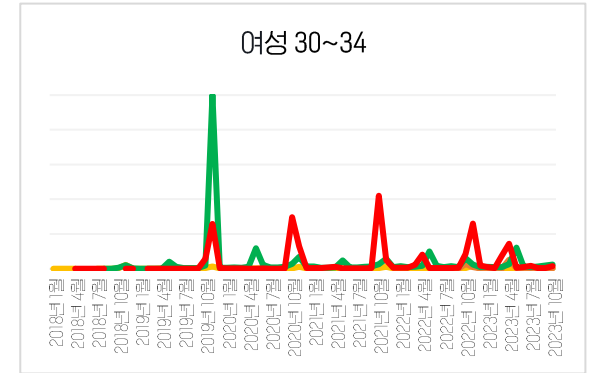
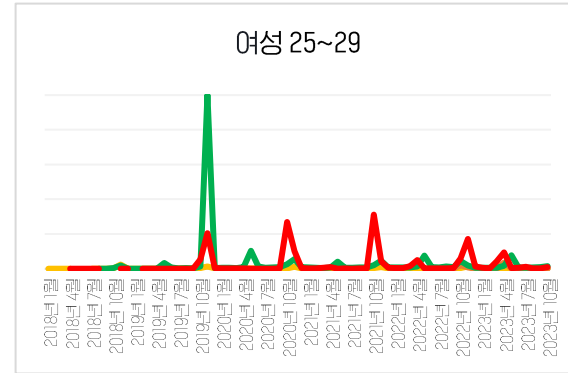
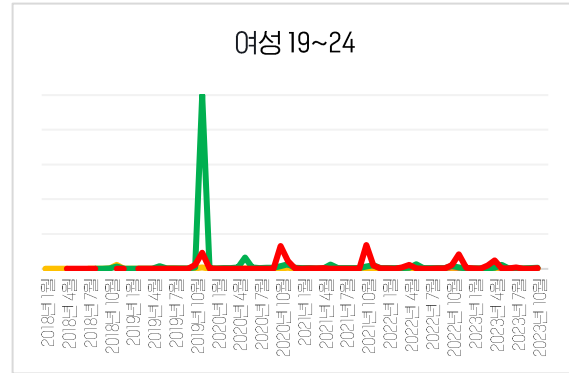
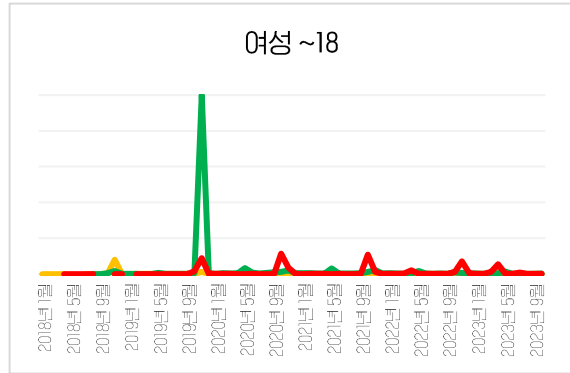
— 11절 — 롯데데이 — 빅스마일데이 — SSG



여성들 또한 남성과 마찬가지로 프로모션 시즌을 제외하면 검색량이 매우 낮은 편

2018년 1월~2023년 10월 브랜드별 프로모션 여성 연령대 네이버 검색 추이

— 11절 — 롯데데이 — 빅스마일데이 — SSG

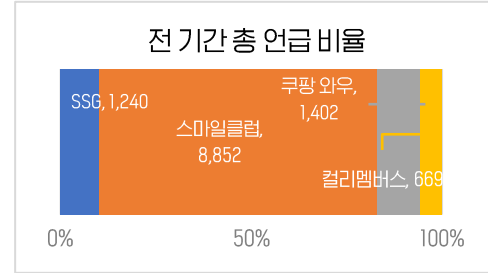
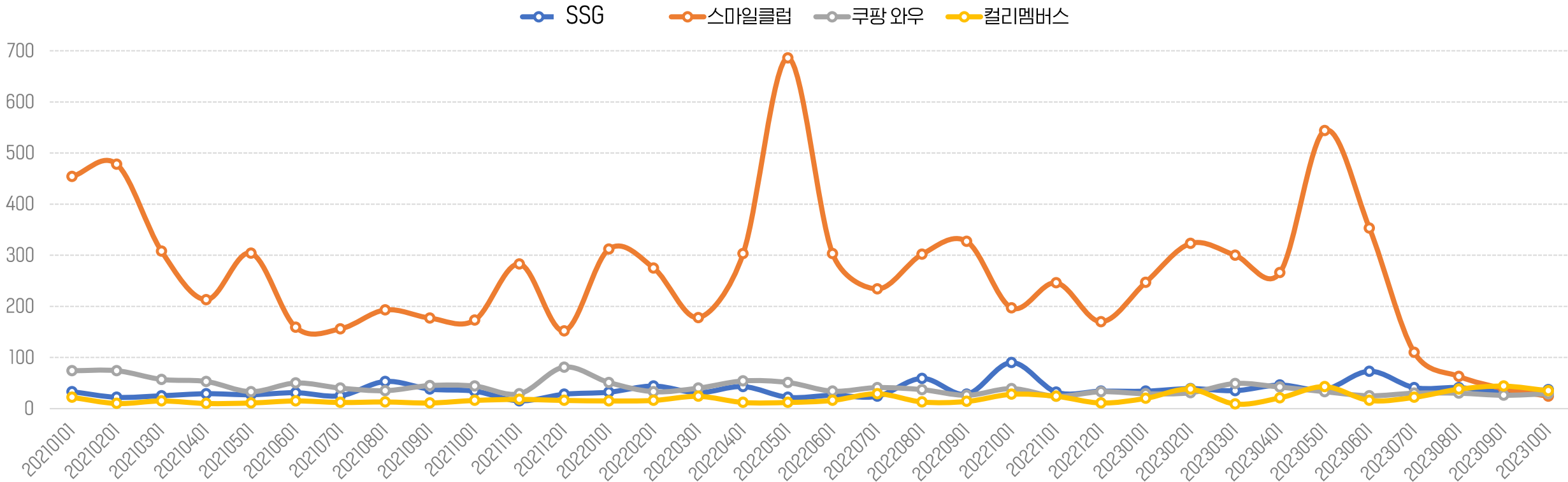


CHAPTER.4

브랜드별 멤버십 위상 비교 분석

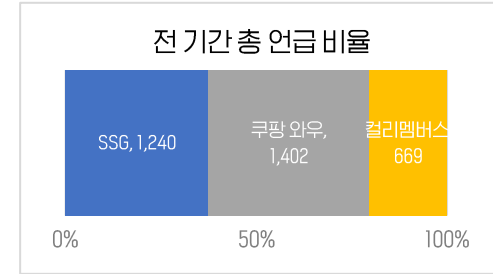
멤버십 중 스마일클럽이 인지도 1위 2, 5, 9, 11월에 비교적 규칙적으로 급등

SSG 멤버십, 스마일클럽, 쿠팡 와우, 컬리멤버스 최근 3년 커뮤니티 언급 추이

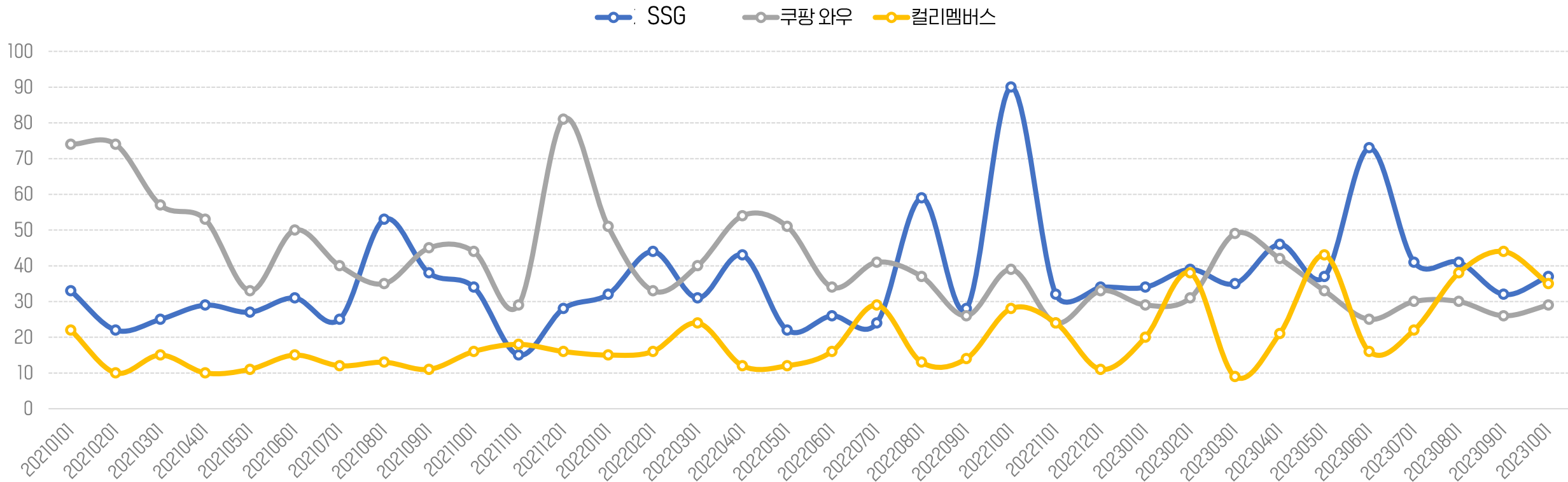


※ SSG 멤버십 : 신유클, 신세계유니버스클럽, 이마트&&멤버십, 신세계&&멤버십, U클럽

스마일클럽을 제외하면 나머지는 유사한 수준
쿠팡와우는 주로 짝수월에 증가하는 경향이 있으며, 우하향 추세
SSG 멤버십 또한 짝수월에 증가하는 경향이 있으며, 약간 우상향
컬리멤버스는 주로 홀수월에 증가하는 경향이 있으며, 우상향 추세



SSG 멤버십, 쿠팡 와우, 컬리멤버스 최근 3년 커뮤니티 언급 추이



※ SSG 멤버십 : 신유클,신세계유니버스클럽, 이마트&&멤버십, 신세계&&멤버십, U클럽

SSG 멤버십 커뮤니티 연관어 워드클라우드



SSG 멤버십 커뮤니티 감성어 워드클라우드

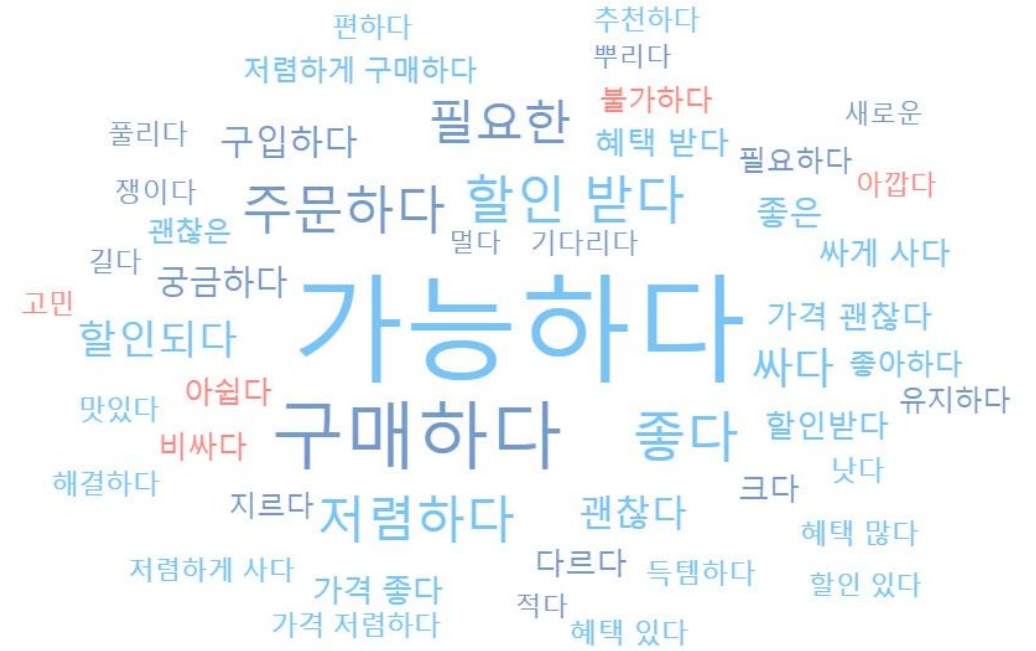


※ SSG 멤버십 : 신유클,신세계유니버스크럽, 이마트&&멤버십, 신세계&&멤버십, U클럽

스마일클럽 커뮤니티 연관어 워드클라우드



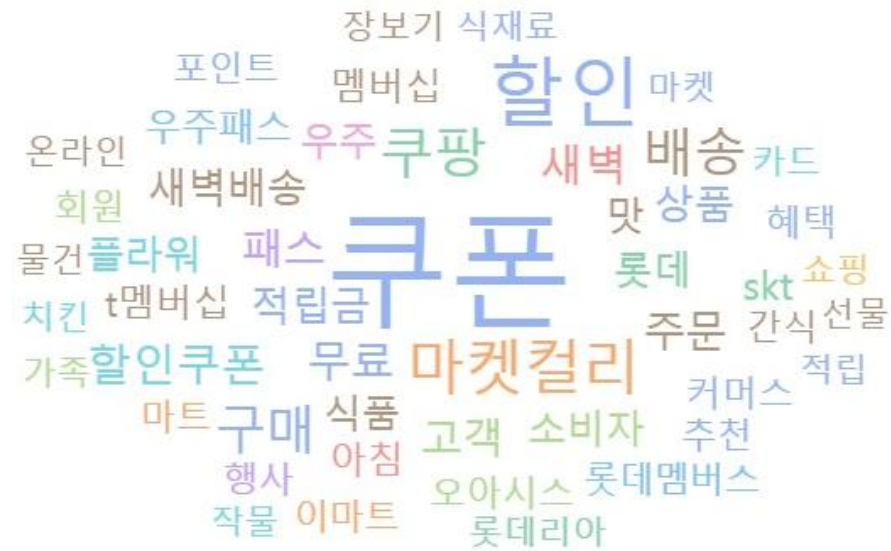
스마일클럽 커뮤니티 감성어 워드클라우드



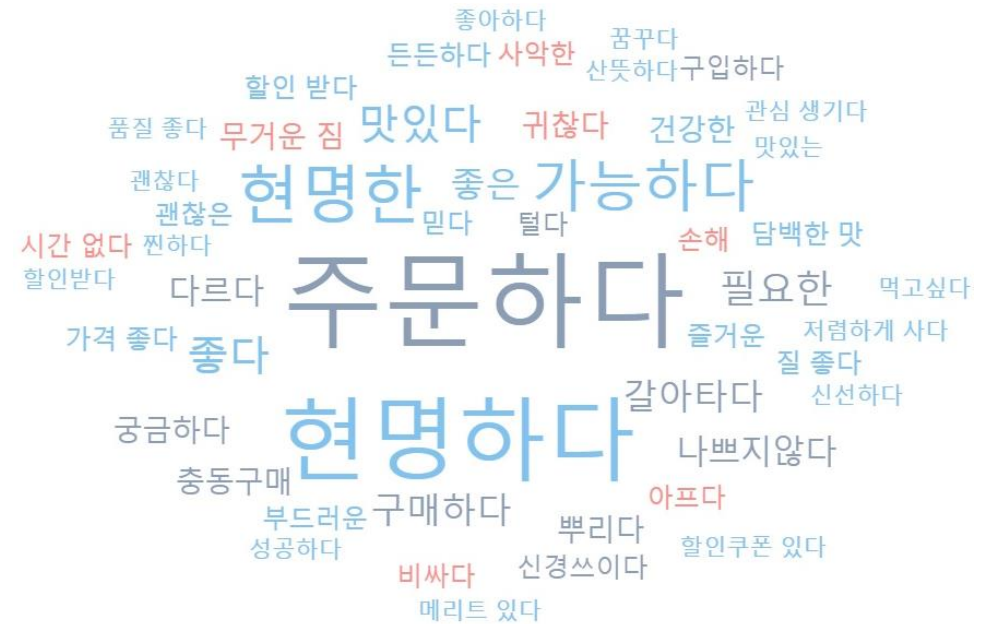
컬리멤버스, 연관어 감성어 비교 분석

브랜드 키워드보다는 쿠폰에 대한 언급 다수

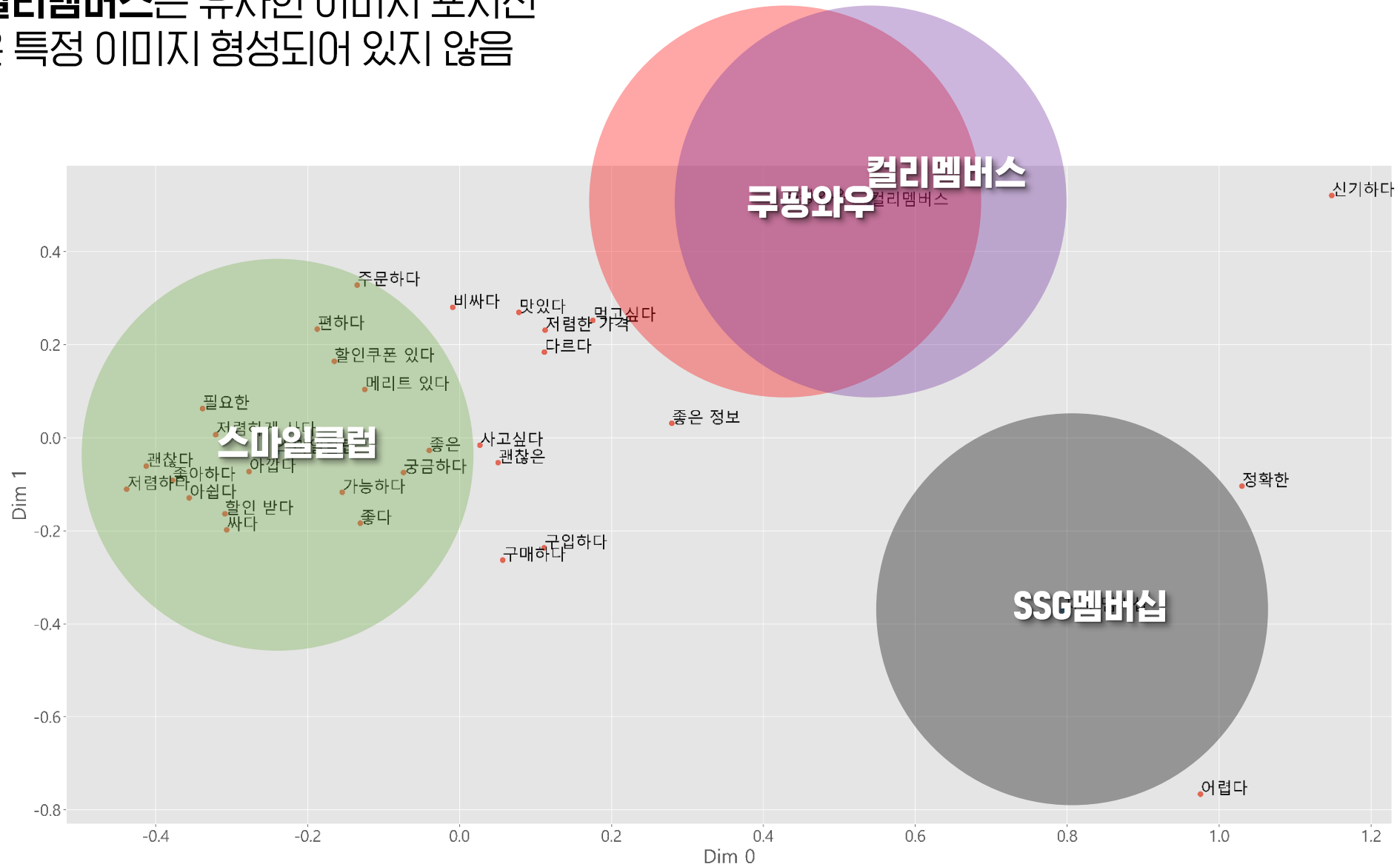
컬리멤버스 커뮤니티 연관어 워드클라우드



컬리멤버스 커뮤니티 감성어 워드클라우드



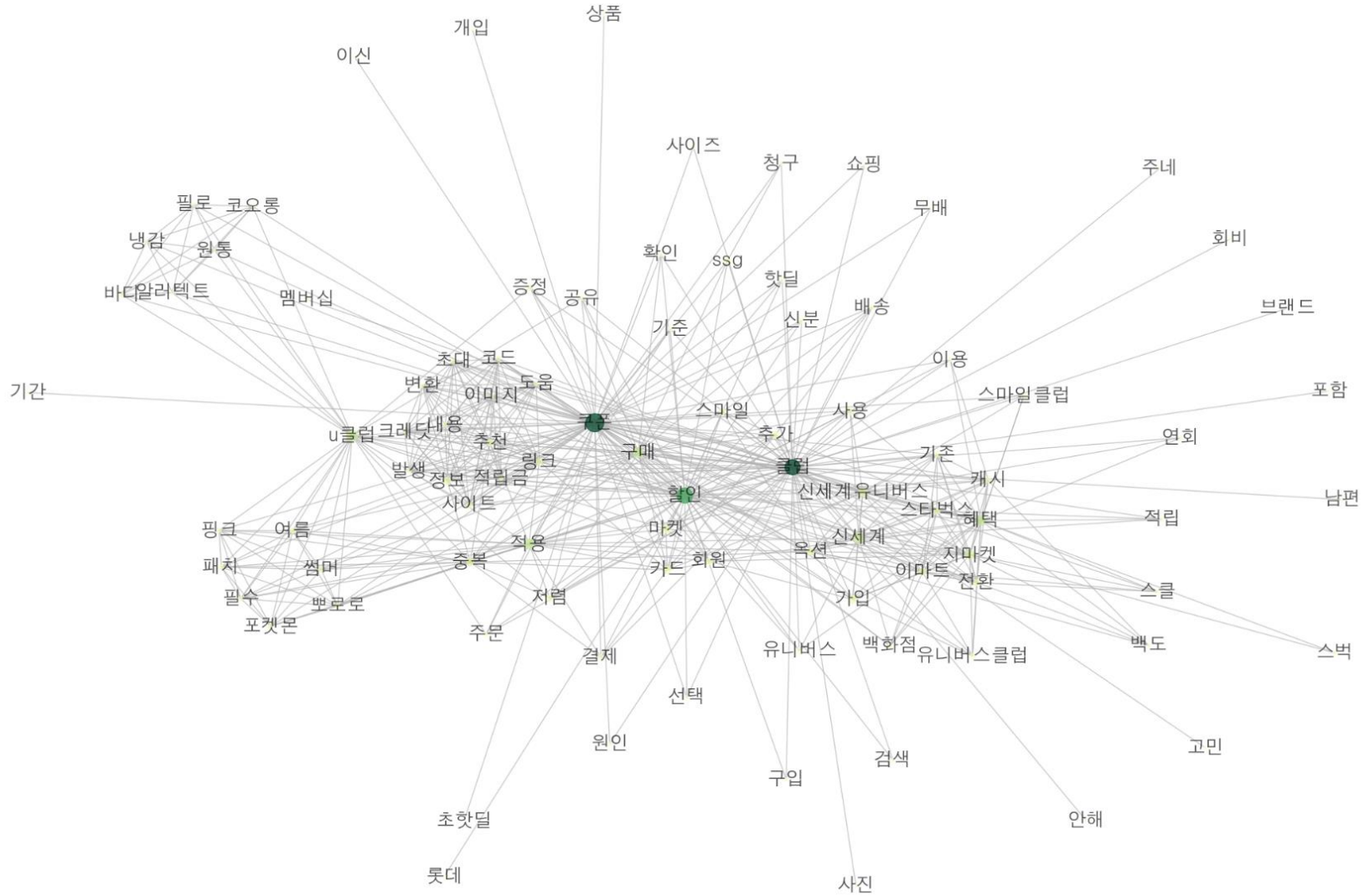
스마일클럽은 멤버십 제도 중 가장 다양한 이미지 형성
쿠팡와우와 컬리멤버스는 유사한 이미지 포지션
SSG 멤버십은 특정 이미지 형성되어 있지 않음



※ SSG 멤버십 : 신유클,신세계유니버스클럽, 이마트&&멤버십, 신세계&&멤버십, U클럽

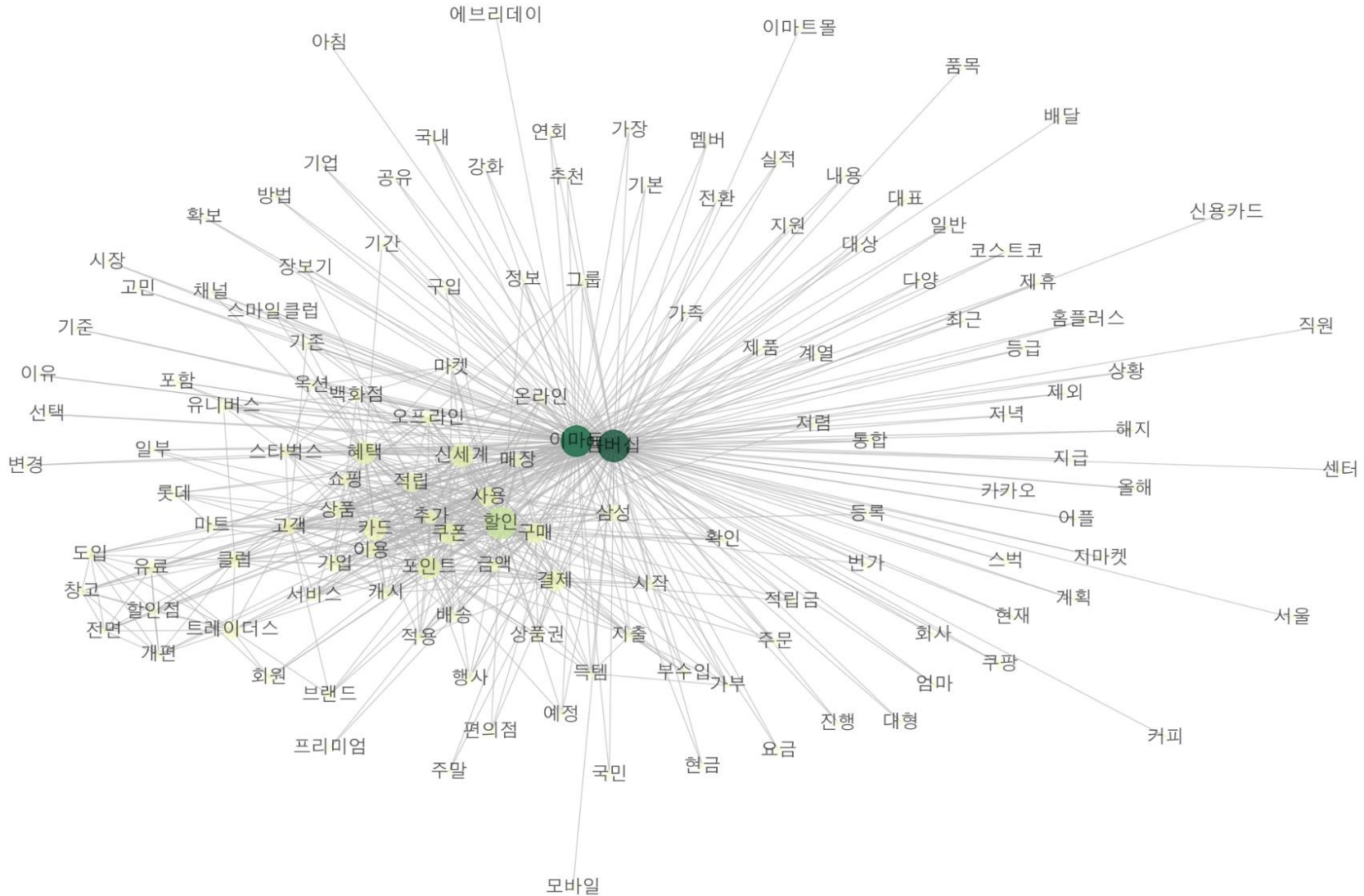
SSG 멤버십 : 신유클, 신세계유니버스클럽, U클럽

신세계 관련 멤버십 중 가장 언급이 낮으며 (약 400건)
주로 할인과 관련된 언급과 함께 신세계 계열사 언급도 보임



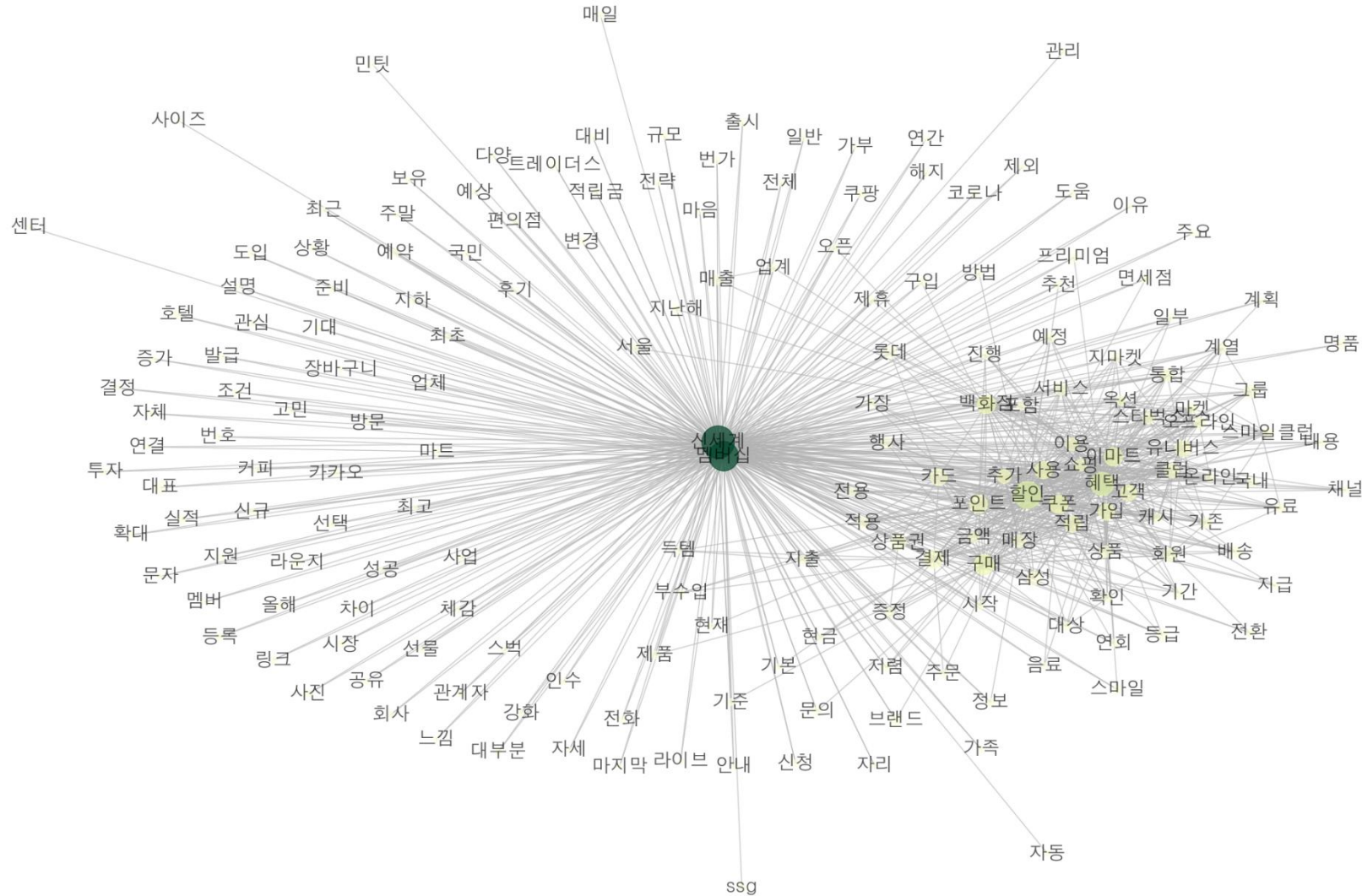
SSG 멤버십 : 이마트 멤버십

트레이더스, 이마트, 신세계, 스타벅스 등
신세계그룹 계열사에서 해당 멤버십을 이용 하고 있는 중



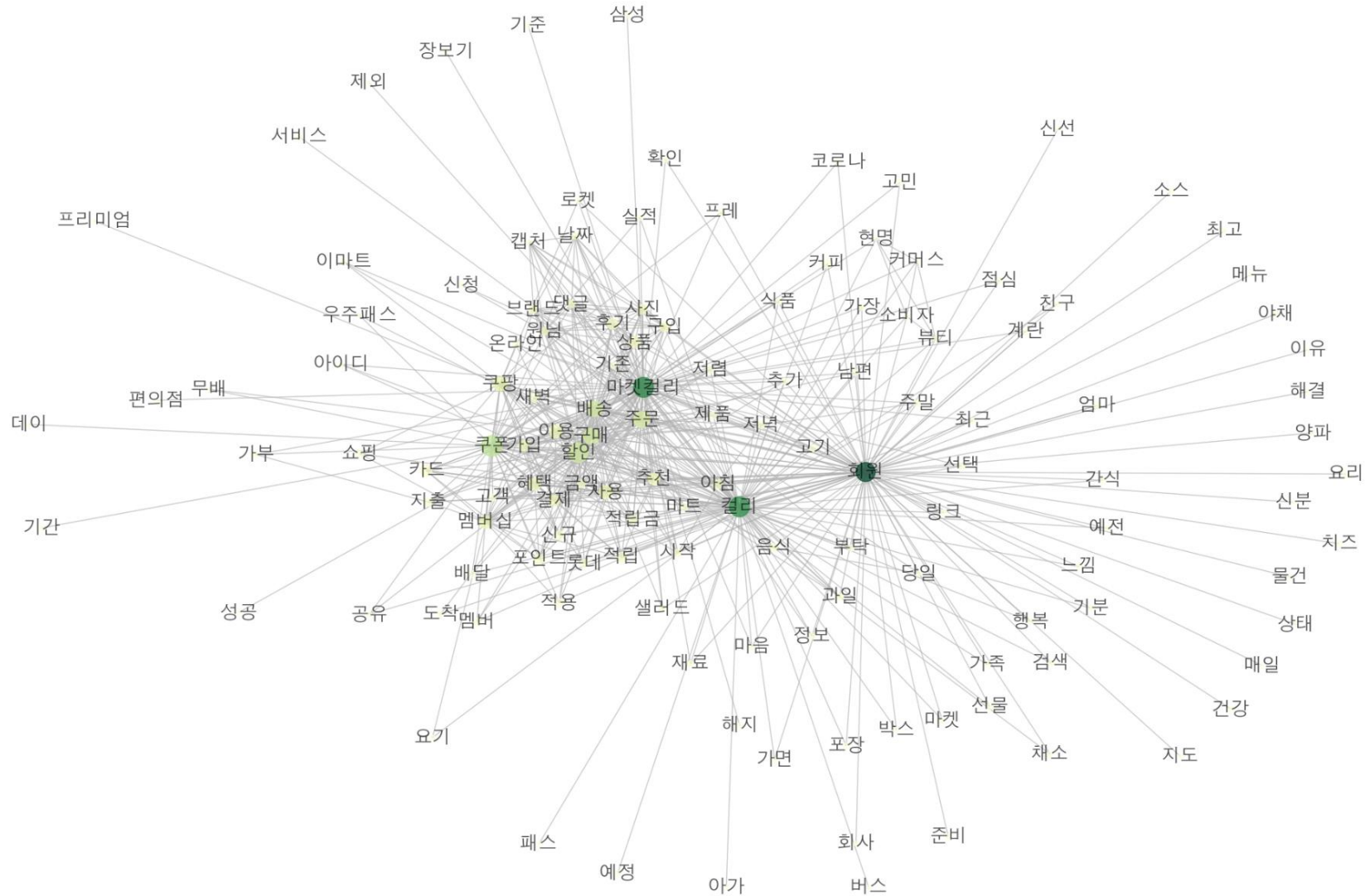
SSG 멤버십 : 신세계 멤버십

이마트 멤버십과 마찬가지로 신세계 계열사에서 다양하게 이용 중
하지만, 언급수는 이마트 멤버십에 비해 매우 적은 수준 (약 2배 차이)



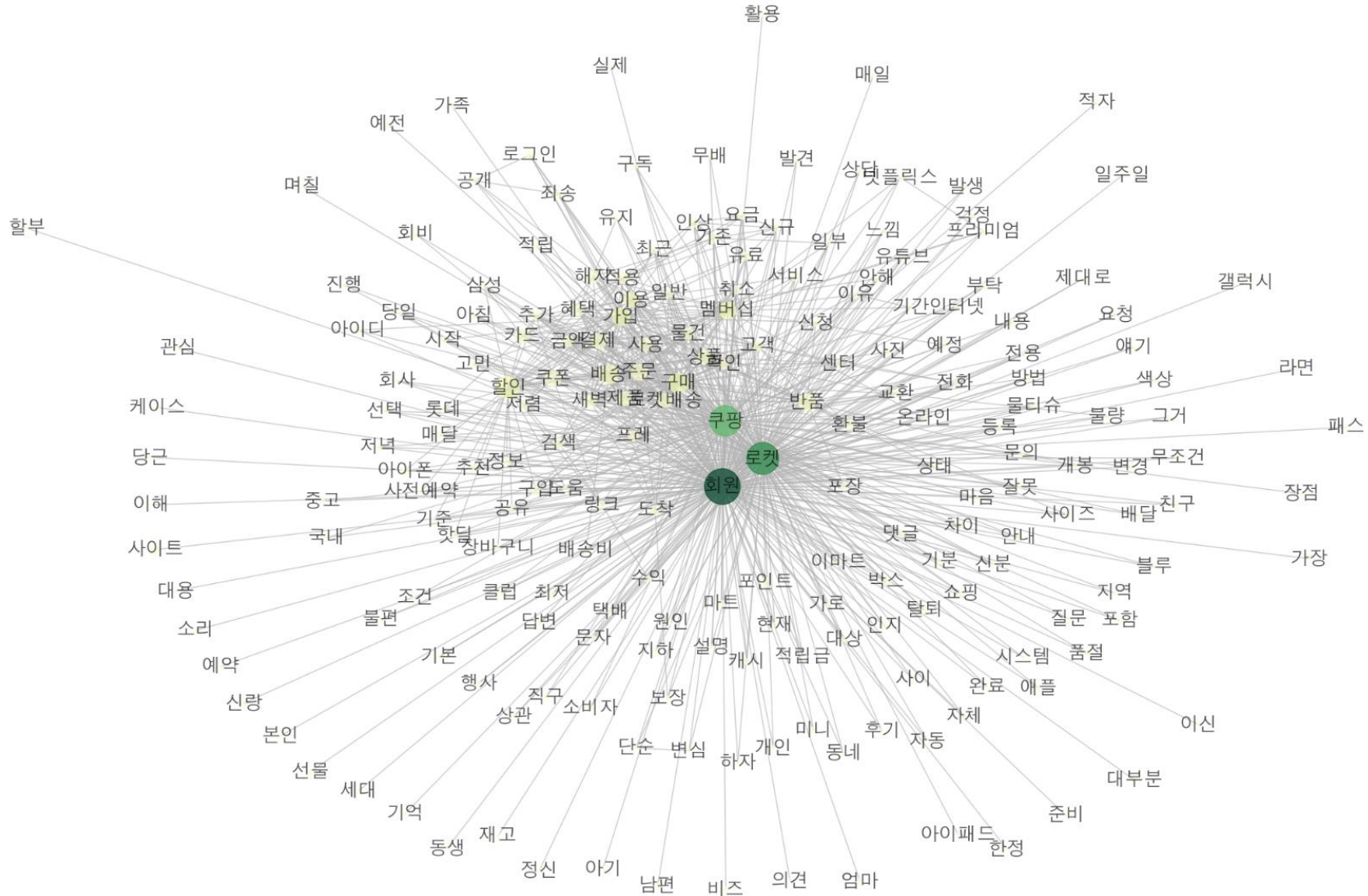
컬리멤버스

커뮤니티 내 약 700건 정도의 낮은 언급을 보이나,
주로 배송, 구매, 혜택과 관련된 키워드가 확인되는 것으로 보아
멤버십보다는 배송과 관련된 측면에 초점이 맞춰져 있음



쿠팡와우

로켓배송을 이용하기 위해 회원들이 주로 가입
배송과 관련된 멤버십이기 때문에 사람들의 소비가 많은 편

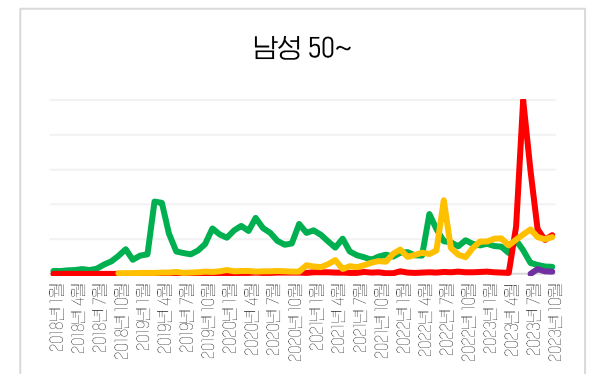
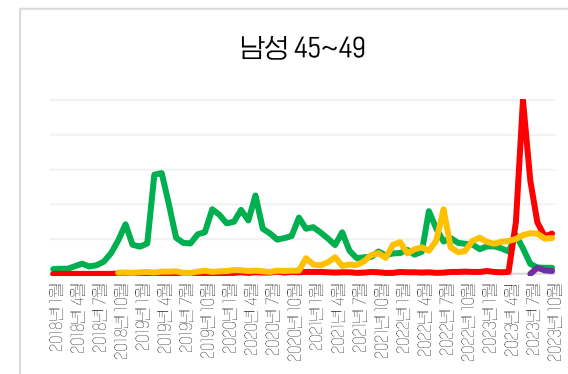
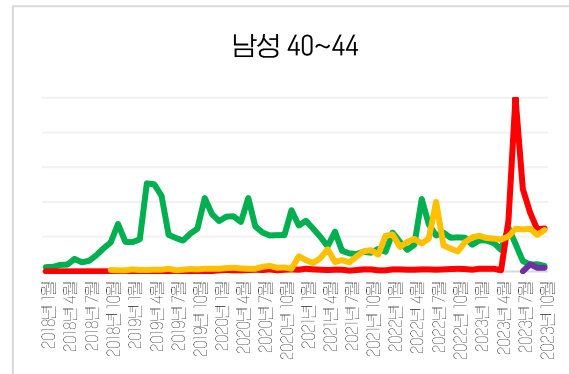
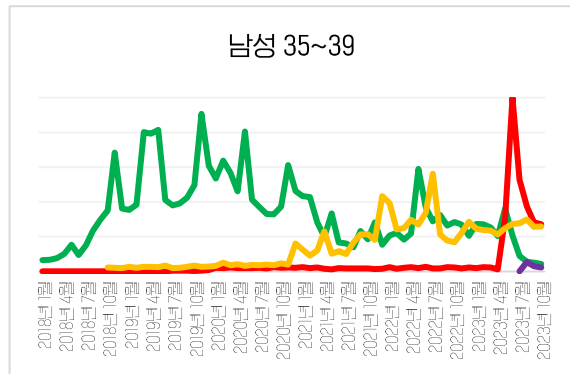
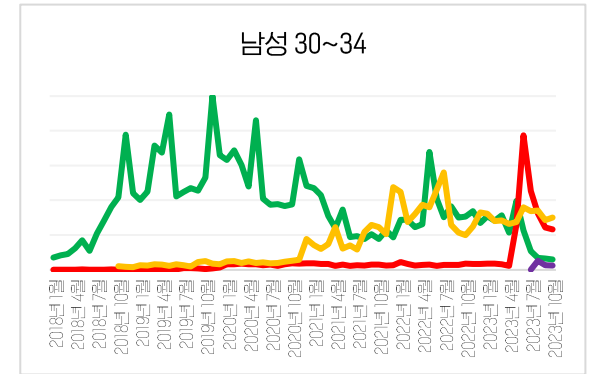
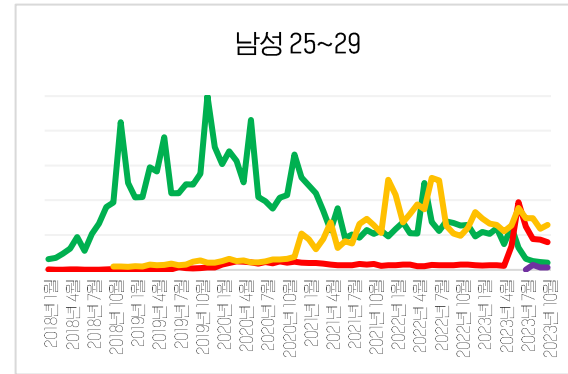
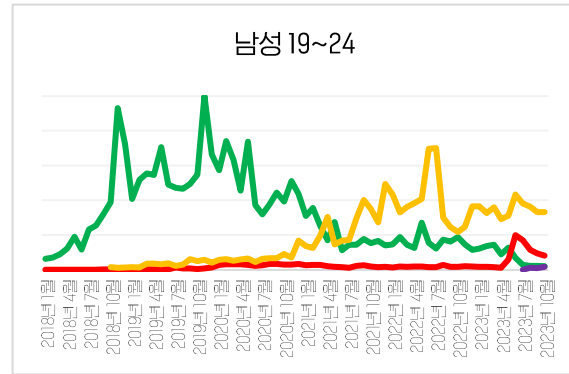
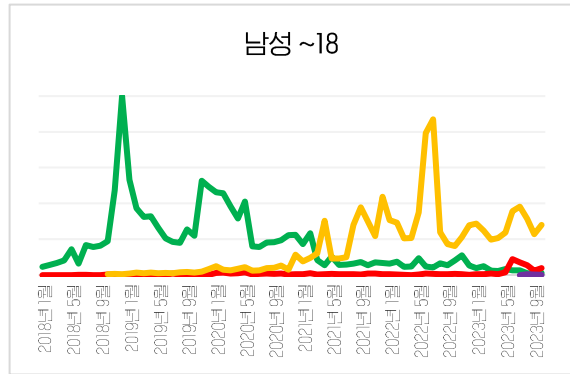


2021년 4월을 기준으로 쿠팡와우의 검색량은 스마일클럽을 앞섰으며, 컬리멤버스에 관한 언급은 거의 없을 정도로 검색량이 매우 낮음

- 2023년 7월 SSG 멤버십의 검색량 급증은 '신세계 유니버스' 출범과 관련된 것으로 보여짐

2018년 1월~2023년 10월 브랜드별 멤버십 남성 연령대 네이버 검색 추이

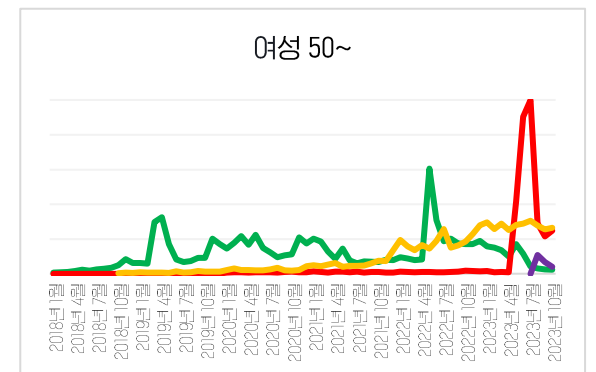
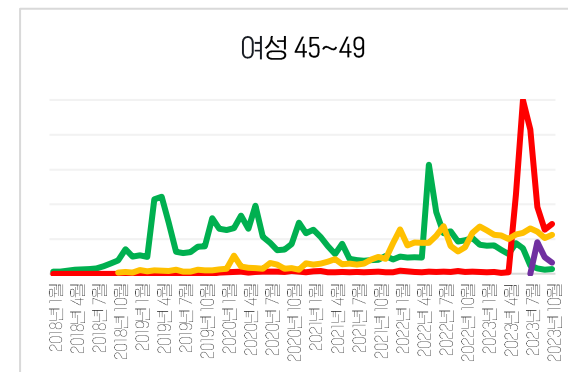
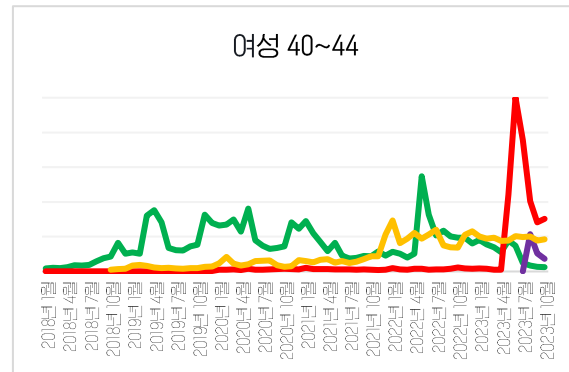
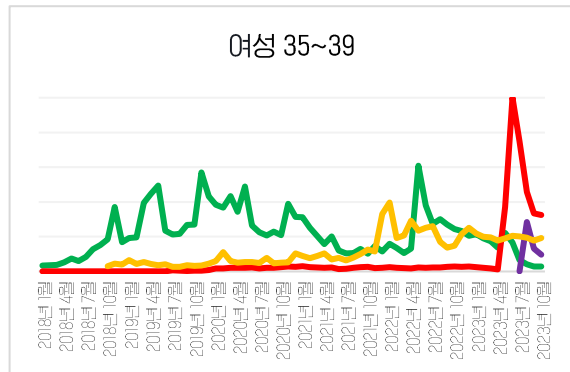
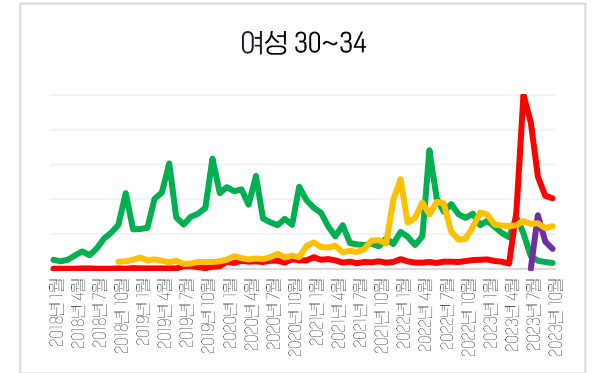
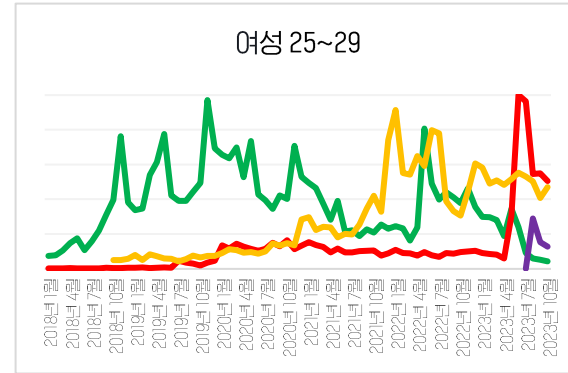
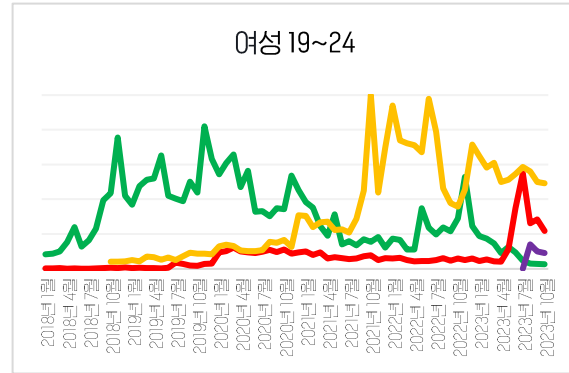
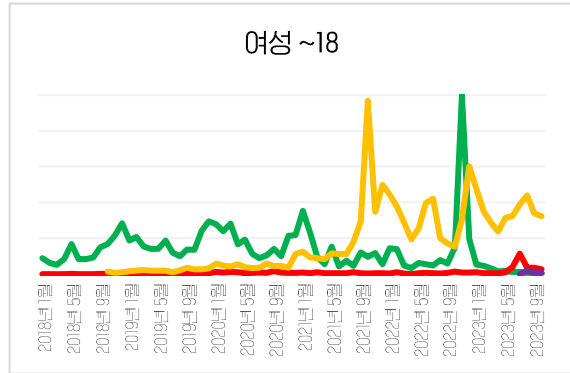
스마일클럽 SSG 컬리멤버스 쿠팡와우



7월 신세계 유니버스 클럽 출범 이후 전체적으로 검색량이 상승 남성과 달리 최근에는 컬리멤버스에 대한 검색량도 조금씩 상승

2018년 1월~2023년 10월 브랜드별 멤버십 여성 연령대 네이버 검색 추이

스마일클럽 SSG 컬리멤버스 쿠팡외우



E n d O f D o c u m e n t

Contact Us

Website URL <http://bigdata.emforce.co.kr>

T 02. 6177. 1871 eMAIL bigdata@emforce.co.kr