

온라인 마케팅 동향 의류·패션



Contents

■ 의류·패션 시장 현황

1. 의류·패션 시장 규모
2. 의류·패션 시장 트렌드

■ 유입 & 전환 분석

1. 월별 유입 & 전환 분석
2. 요일별 유입 & 전환 분석
3. 시간대별 유입 & 전환 분석

■ 의류·패션 이용자 분석

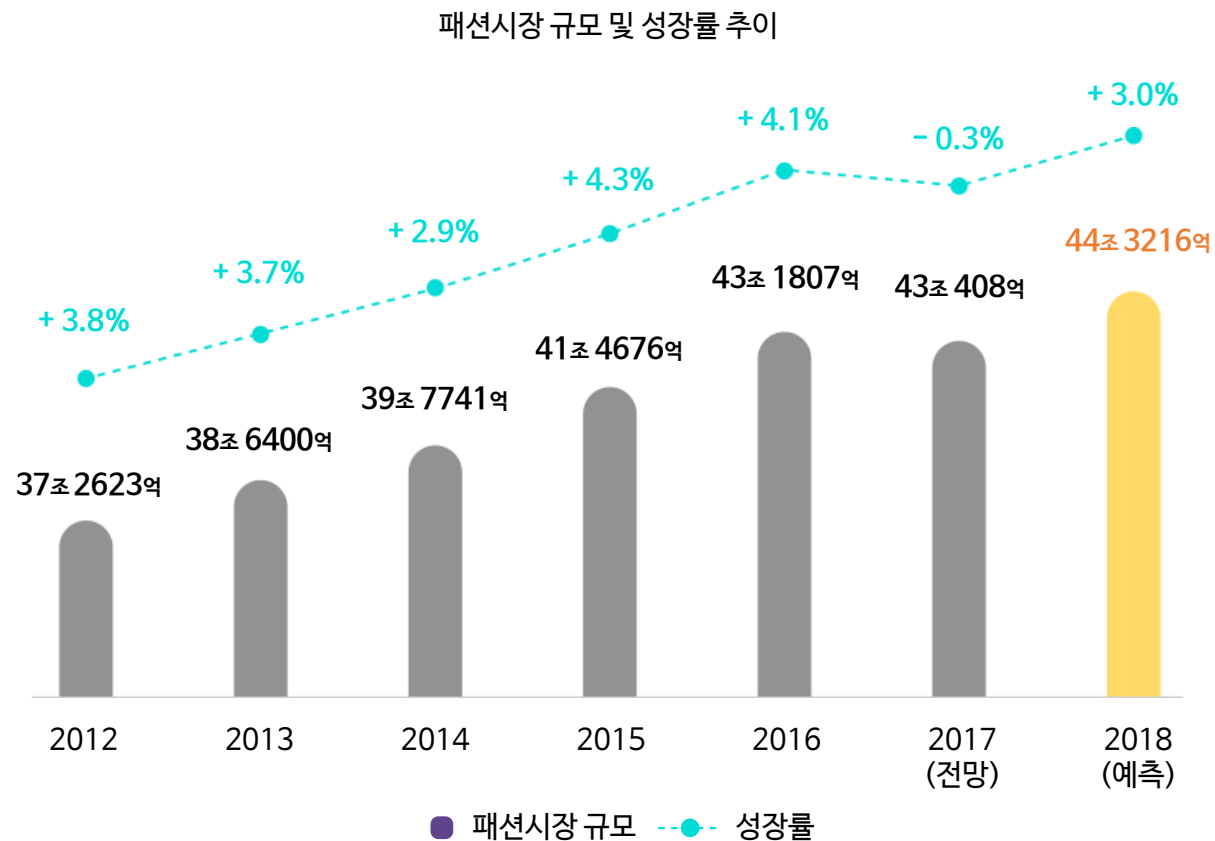
1. 데모 분석
2. 관심사 분석
3. 페르소나 분석



의류·패션 시장 현황 - 1. 의류·패션 시장 규모

의류·패션 전체 시장 규모

- 2017년 의류·패션 시장 규모는 43조 408억원이며 2018년에는 소비심리회복세, 온라인 및 아웃렛 유통의 성장세에 힘입어 3.0% 성장한 44조 3,216억원에 달할 것으로 예측됨
- 2017년 하반기는 평창올림픽 등의 영향으로 스포츠복, 아웃터 인기가 높았으며 2018년까지 월드컵, 아시안게임 등의 영향으로 스포츠복 시장이 지속적으로 성장할 것으로 전망해볼 수 있음



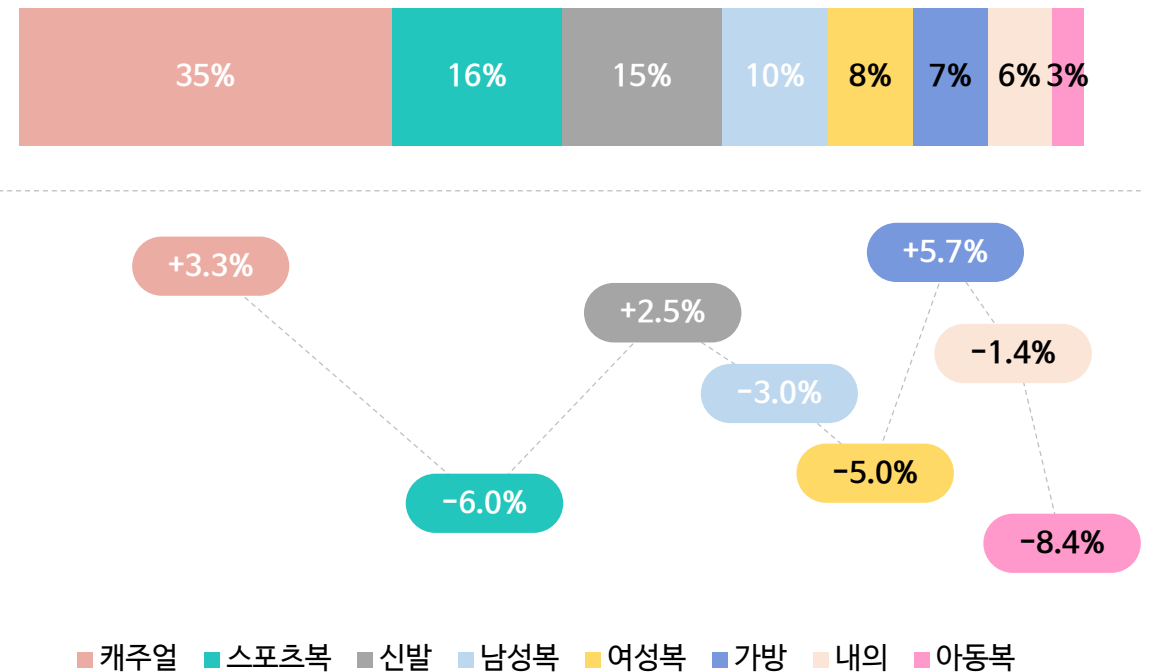
출처 : 한국섬유산업연합회, 2017년 한국패션시장 결산 및 2018년 전망, 2017.11.

의류·패션 시장 현황 - 1. 의류·패션 시장 규모

의류·패션 세부 복종별 점유율 및 성장률

- 의류·패션 업종의 세부 복종별 시장 점유율을 보면
캐주얼복(14조 9,945억원), 스포츠복(7조 669억원),
신발(6조 5,794억원) 순이며, 점유율이 가장 높은 캐주얼복은
글로벌 SPA와 온라인 기반 스트리트 캐주얼의 선전에 힘입어
플러스 성장을 지속할 것으로 전망됨
- 가장 높은 성장률을 보인 업종은 ‘가방’이며, 소비자의 라이프 스타일과
용도에 따라 여행가방 출시가 증가하고 매출이 성장하였음.

복종별 시장 점유율(위) 및 성장률(아래)



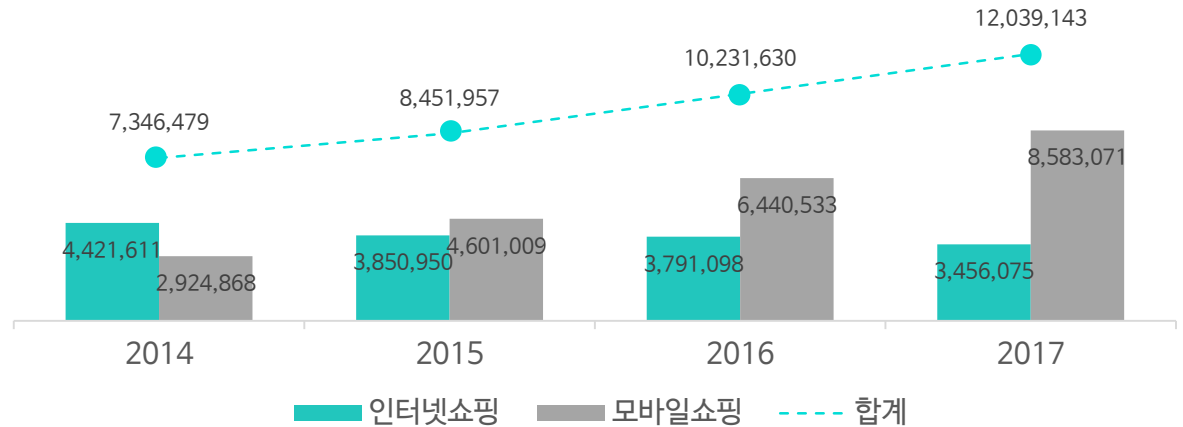
출처 : 한국섬유산업연합회, 2017년 한국패션시장 결산 및 2018년 전망'. 2017.11.

의류·패션 시장 현황 - 1. 의류·패션 시장 규모

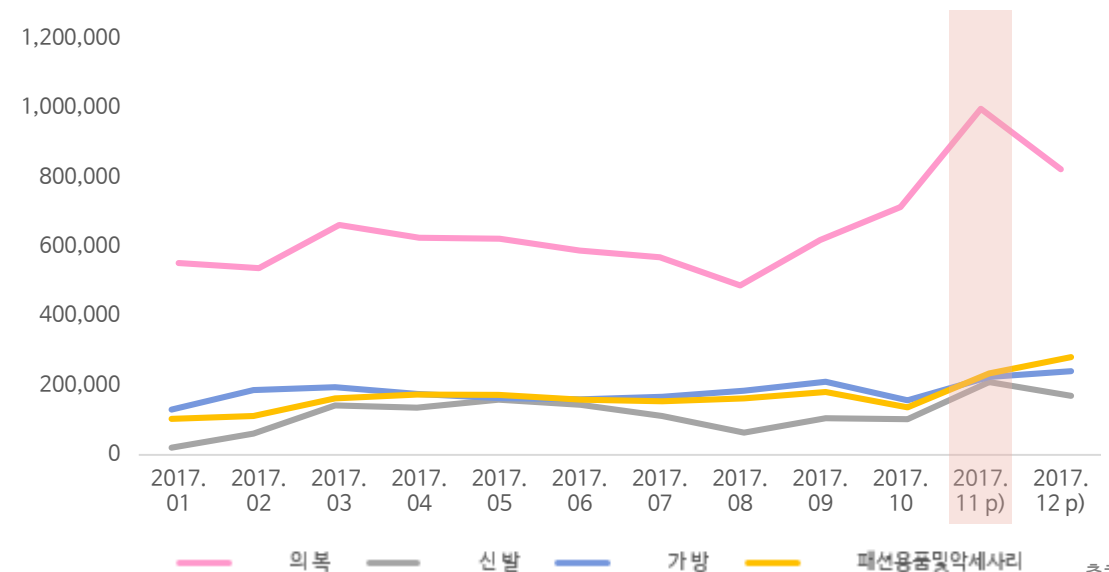
의류·패션 온라인 시장 규모

- 2017년 의류·패션 온라인 시장은 12조 규모로 매년 약 18% 성장하고 있음. 모바일 쇼핑이 약 40%대의 성장률을 보여 온라인 시장 성장의 견인 역할을 하였음.
- 2017년 복종별 월별 추이를 보면 ‘가방’과 ‘패션용품 및 액세서리’ 업종 거래액이 꾸준히 증가하였으며 각 계절이 시작되는 3월, 9월, 11월 거래액이 이전달 보다 상승폭이 큰 편. 11월은 1년 중 가장 눈에 띄게 거래액이 상승하는 시기이며 겨울 시즌 특성상 거래액 규모가 큰 것도 영향이 있음.

의류·패션 온라인 시장동향 (단위 : 백만원)



복종별 월별 온라인 거래액 추이 (단위 : 백만원)



출처: 통계청

의류·패션 시장 현황 - 2. 의류·패션 트렌드

경험소비 강세

- 소비자가 공감할 수 있는 스토리와 체험을 통해 얻어진 소비자의 경험이 소비로 연결되는 경험 소비가 강세. 의류·패션 업종은 소비자가 제품을 구매할 때 시간과 노력을 많이 기울이는 고관여 서비스 영역이므로 소비자의 경험이 구매 의사결정을 하는데 긍정적인 영향을 줄 것. 여성의류 브랜드에서 ‘집’이라는 콘셉 아래 토탈 라이프스타일을 경험할 수 있는 플래그십 스토어를 운영하는 것 그리고 스포츠 브랜드에서 요가클래스, 마라톤 대회를 운영하며 고객의 경험이 자신의 브랜드 제품 구매로 이어질 수 있도록 유도하는 등 단순히 제품을 구매하는 것에 그치지 않고 브랜드 고유의 정체성과 가치를 소비자에게 제공함.

보더리스

- 경기 침체 속 가치 소비 트렌드가 이어지면서 시간, 장소, 상황에 상관없이 어디서든 입을 수 있고, 성별과 나이의 경계가 무너진 패션 ‘보더리스 (Borderless)’의 유행이 더욱 가속화되어 패션업계에 활력이 될 것으로 전망. 특히 라이프스타일 변화에 따라 모든 복종에 캐주얼화 트렌드는 지속될 것으로 예상됨.



참고 : 한국기업평가, 2018년 산업전망-의류, 2017.12
한국섬유신문, 복종별 경기전망, 2018.1.3.

Contents

■ 의류·패션 시장 현황

1. 의류·패션 시장 규모
2. 의류·패션 시장 트렌드

■ 유입 & 전환 분석

1. 월별 유입 & 전환 분석
2. 요일별 유입 & 전환 분석
3. 시간대별 유입 & 전환 분석

■ 의류·패션 이용자 분석

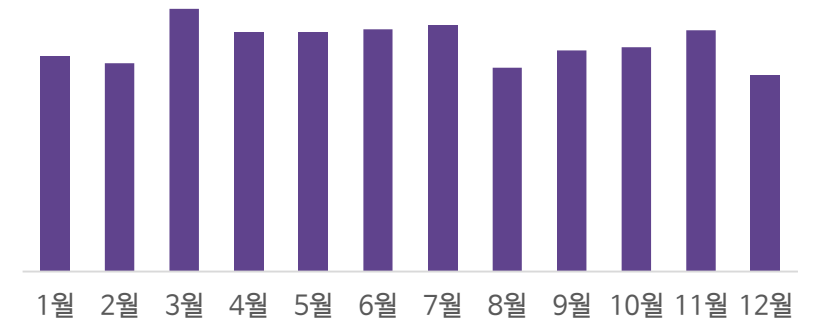
1. 데모 분석
2. 관심사 분석
3. 페르소나 분석



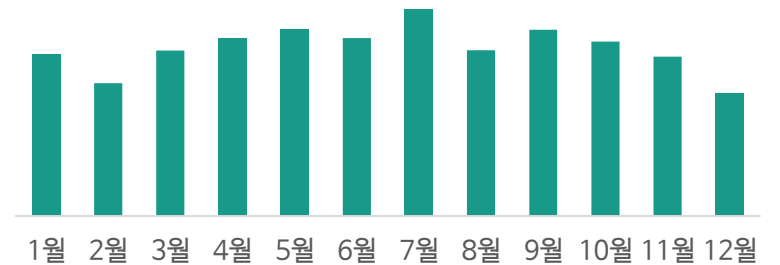
유입 & 전환 분석 - 1. 월별 유입 & 전환 분석

- 2017년 1년간 의류·패션 업종의 월별 유입 및 전환 추이를 분석하였음.
- 의류·패션 업종은 봄이 시작되는 3월, 겨울이 시작되는 11월에 유입이 높은 편. 특히 11월은 매출 금액이 연중 가장 높게 나타남.
- 전환이 가장 많이 발생한 달은 7월이며, 봄부터 시작된 전환 상승세가 7월까지 지속되었음.

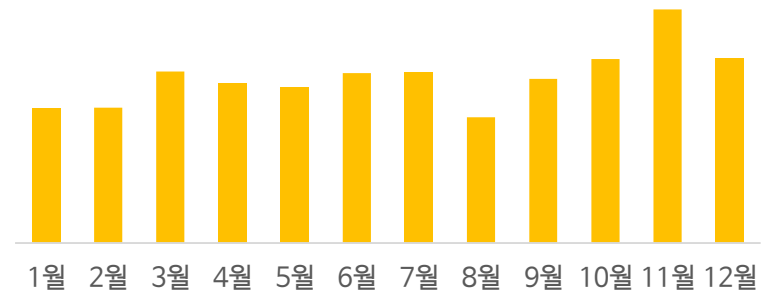
2017년 연간 유입 추이



2017년 연간 전환 추이



2017년 연간 매출 추이



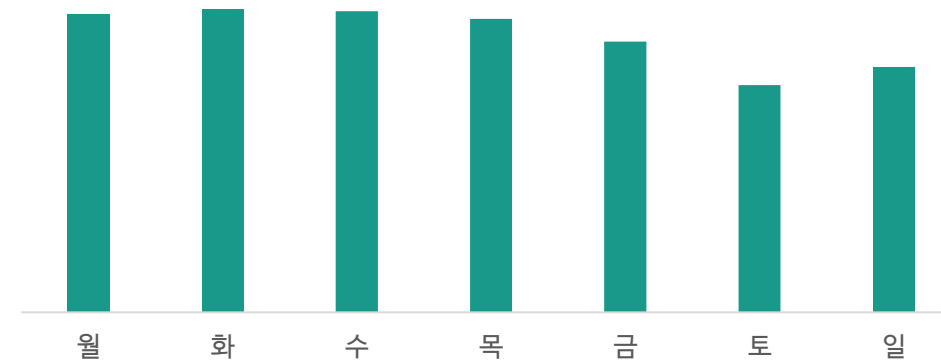
유입 & 전환 분석 - 2. 요일별 유입 & 전환 분석

- 2017년 의류·패션 업종의 연간 요일별 수치는
유입과 전환 모두 주말 보다 주중 수치가 좋으며,
주중의 유입은 주말보다 약 19%, 전환은 24%가 높음.

요일별 유입(2017년)



요일별 전환(2017년)

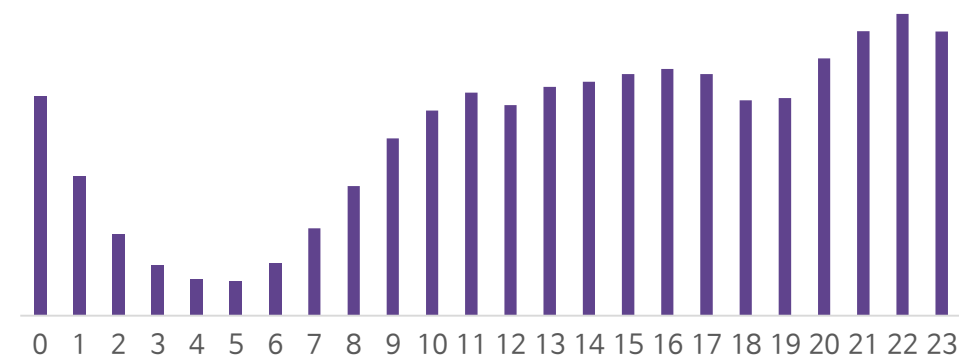


출처: 에이스카운터 내부 로그분석 자료

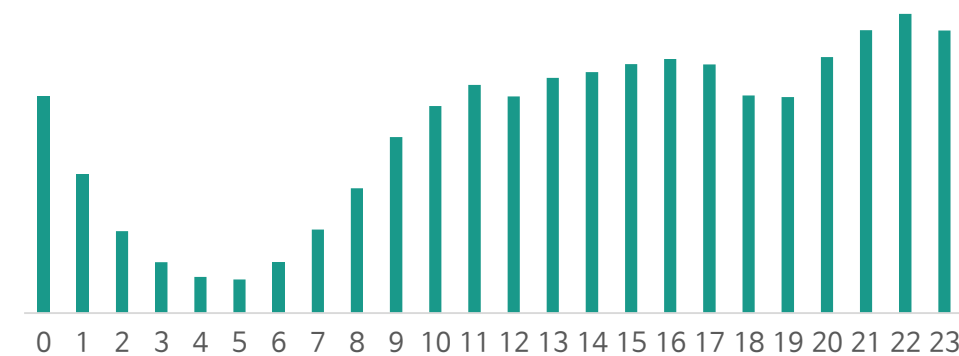
유입 & 전환 분석 - 3. 시간대별 유입 & 전환 분석

- 2017년 의류·패션 업종의 시간대별 유입과 전환 수치는 13시부터 17시까지의 시간대에 수치가 좋으며, 늦은 밤 시간대인 21시부터 23시 까지 유입과 전환이 하루 중 가장 상승하는 것으로 나타남.

시간대별 유입 (2017년)



시간대별 전환 (2017년)



출처: 에이스카운터 내부 로그분석 자료

Contents

■ 의류·패션 시장 현황

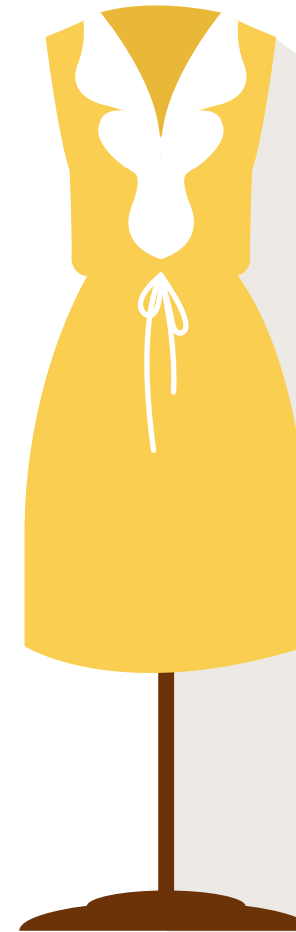
1. 의류·패션 시장 규모
2. 의류·패션 시장 트렌드

■ 유입 & 전환 분석

1. 월별 유입 & 전환 분석
2. 요일별 유입 & 전환 분석
3. 시간대별 유입 & 전환 분석

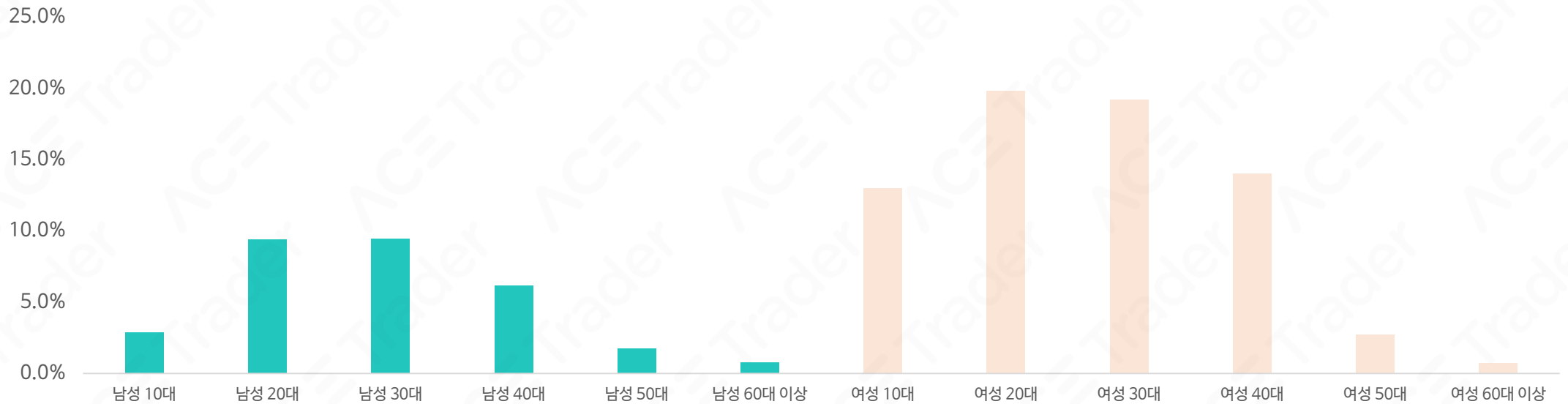
■ 의류·패션 이용자 분석

1. 데모 분석
2. 관심사 분석
3. 페르소나 분석



의류·패션 이용자 분석- 1. 데모 분석

- 의류·패션에 관심있는 이용자를 추정하여 데모별 선호도 분석하였음.
- 전체적으로 여성 이용자 특히 20대와 30대의 비중이 높게 나타났으며, 남성도 다른 연령대 보다 20대와 30대가 의류·패션에 선호도가 높게 나타남.



출처: ACE DMP 관심사 데이터, 의류·패션에 관심있는 이용자 분석
2018년 03월 기준, 데이터 추출 시점에 따라 결과가 상이할 수 있음.

의류·패션 이용자 분석- 2. 관심사 분석

- 의류·패션에 관심있는 이용자를 추정하여 상위 관심사를 분석하였음.
- 관심사 분석결과를 보면 여성 이용자가 많은 영향으로 여성커뮤니티, 임부복, 수영복, 속옷 등 여성이 선호할만한 관심사가 상위 관심사로 나타남.



출처: ACE DMP 관심사 데이터, 의류·패션에 관심있는 이용자 분석
2018년 03월 기준, 데이터 추출 시점에 따라 결과가 상이할 수 있음.

· 의류·패션에 관심있는 이용자의 페르소나 분석 결과, 패션에 관심 많은 20대 여성 패피족의 비중이 가장 높으며, 자신의 행복을 즐기고 소비하는 멋쟁이 올로족 그룹과 패션과 미용에 아낌없이 투자하는 남성들로 이루어진 그루밍족 그룹이 비슷한 규모의 비중으로 나타남.

[illegible][illegible]

ACE Trader

Summary

- 2017년 의류·패션의 시장규모는 약 43조 408억원이며, 소비심리 회복세, 온라인과 아웃렛 유통의 성장세에 힘입어 2018년에는 3.0% 성장한 44조 3,216억원 시장으로 성장할 것으로 예상됨.
- 의류·패션의 업종의 온라인 시장은 2017년 12조원 규모로 매년 평균 18%씩 성장하고 있음. 특히 모바일 쇼핑은 약 40%대의 성장률을 보여 온라인 시장 성장의 견인 역할을 하였음.
- 최근 의류·패션 트렌드는 소비자가 공감할 수 있는 스토리와 체험을 통해 제품 구매로 이어질 수 있도록 유도하는 경험 소비가 강세이며, 가치 소비 트렌드의 영향으로 성별과 나이, 장소, 시간, 상황의 경계가 모호해진 ‘보더리스’ 패션이 지속적으로 유행할 것으로 예상됨.
- 1년간 의류·패션 업종의 유입과 전환 추이를 분석한 결과, 3월과 11월에 유입이 가장 높으며, 7월은 전환이 연중 가장 높음. 계절 특성상 전환수는 7월이 높으나 매출액은 11월이 가장 높은 것도 특징.
- 의류·패션 에 관심있는 이용자 성향을 분석한 결과 20-30대 여성 비중이 압도적으로 높게 나타남. 주요 관심사는 여성커뮤니티, 임부복, 수영복, 속옷, 수영복 등이며, 페르소나의 경우 ‘패피족’, ‘멋쟁이올로족’, ‘그루밍족’ 등 3개 그룹으로 분석되었음.
- 보다 정교한 이용자 성향 분석은 at@nhnent.com으로 문의해 주시기 바랍니다.

ACE Trader 광고문의



at@nhnent.com



031-8038-1369

보고서 관련 문의



yjchung@nhnent.com



031-8038-1320

감사합니다.