

전미소매연맹, 2014년 50대 온라인 소매업체 발표

뉴욕지부

2014. 9. 23

- 전미소매연맹(NRF¹⁾)은 최근 2014년 50대 온라인 소매업체를 선정, 발표
- 상위 소매업체들에는 큰 변화가 없으나, 소비자들이 점차 온라인 쇼핑에 익숙해지면서 타 소매업체를 시도해보는 경향이 늘어나고 있는 것으로 분석
 - 할인 쇼핑사이트인 Zulily.com이 올해 최초로 21위에 랭크된 것이 소비자들이 새로운 소매 업체를 시도하고자 하는 의향을 잘 반영
- 2013년 대비, 일부 상위 업체를 제외한 여타 업체들은 순위 등락이 많음
 - Amazon(56.4%)이 1위를 고수하였으며, 순차적으로 Walmart(12.7%), eBay(6.3%)가 2, 3위를 차지
 - EddieBauer.com(34위), JCrew.com(36위), Wayfair.com(43위) 등이 리스트에 새로이 등극
 - 9개의 업체는 리스트에서 탈락하였으며, 이 중 여성의류 소매업체 Coldwater Creek은 4월에 파산신청을 하였음
 - 10대 청소년 의류 소매업체인 Aeropostale 및 아동의류 소매업체 Children's Place는 2014년 1분기 매출이 전년 동기 대비 각각 12%, 4%씩 하락

1) National Retail Federation

50대 온라인 소매업체

순위	소매업체	2013 순위	주요 상품
1	Amazon.com, Seattle	1	general merchandise
2	Walmart.com, Bentonville, Ark.	2	general merchandise
3	eBay.com, San Jose, Calif.	3	online marketplace
4	Kohls.com, Menomonee Falls, Wis.	4	apparel
5	BestBuy.com, Richfield, Minn.	5	electronics
6	Macys.com, Cincinnati	8	apparel
7	Target.com, Minneapolis	6	general merchandise
8	JCPenney.com, Plano, Texas	7	apparel
9	Sears.com, Hoffman Estates, Ill.	9	general merchandise
10	Google.com, Mountain View, Calif.	11	information
11	OldNavy.com, San Francisco	10	apparel
12	LLBean.com, Freeport, Maine	10	apparel
13	LandsEnd.com, Dodgeville, Wis.	12	apparel
14	AE.com/American Eagle, Pittsburgh	28	apparel
15	Lowes.com, Mooresville, N.C.	31	hardware
16	QVC.com, West Chester, Pa.	21	general merchandise
17	Nordstrom.com, Seattle	24	apparel
18	KMart.com, Hoffman Estates, Ill.	13	general merchandise
19	Express.com, Columbus, Ohio	36	apparel
20	LaneBryant.com, Mahwah, N.J.	41	apparel
21	Zulily.com, Seattle	N.R. ²⁾	online marketplace
22	Gap.com, San Francisco	19	apparel
23	HomeDepot.com, Atlanta	28	hardware
24	Forever21.com, Los Angeles	17	apparel
25	VictoriasSecret.com, Columbus, Ohio	26	apparel
26	Zappos.com, Las Vegas	20	footwear
27	WomanWithin.com, New York	16	apparel
28	Costco.com, Issaquah, Wash.	40	general merchandise
29	Overstock.com, Salt Lake City	15	general merchandise
30	Newegg.com, City of Industry, Calif.	29	electronics
31	Nike.com, Beaverton, Ore.	34	sporting goods
32	BedBathandBeyond.com, Union, N.J.	27	home goods
33	Blair.com, Warren, Pa.	23	apparel
34	EddieBauer.com, Bellevue, Wash.	N.R.	apparel
35	Belk.com, Charlotte, N.C.	39	apparel

2) Not ranked in 2013 Top 50

36	JCrew.com, New York	N.R.	apparel
37	OneStopPlus.com, New York	45	apparel
38	Bing.com, Bellevue, Wash.	N.R.	information
39	Yahoo.com, Sunnyvale, Calif.	25	information
40	Haband.com, Oakland, N.J.	22	apparel
41	RossStores.com, Pleasanton, Calif.	44	apparel
42	BananaRepublic.com, San Francisco	49	apparel
43	Wayfair.com, Boston	N.R.	home goods
44	Dillards.com, Little Rock, Ark.	48	apparel
45	HM.com (US), New York	N.R.	apparel
46	Groupon.com, Chicago	N.R.	online marketplace
47	SamsClub.com, Bentonville, Ark.	47	general merchandise
48	NoMoreRack.com, New York	N.R.	general merchandise
49	Torrid.com, City of Industry, Calif.	N.R.	apparel
50	TJMaxx.com, Framingham, Mass.	46	general merchandise

자료: Monthly Consumer Survey, June 2014; Prosper Insights & Analytics

- 온라인 쇼핑물 선호도는 베이비 붐 세대(Boomers)³⁾와 밀레니얼 세대(Millennials)⁴⁾에 따라 차이를 보임
 - 밀레니얼 세대가 베이비 붐 세대에 비해 자신이 선호하는 온라인 업체에 높은 충성도를 보임
 - Amazon은 각각 밀레니얼 세대로부터는 62.2%, 베이비 붐 세대로부터는 52.9%의 지지를 받음
 - 유사하게, Walmart는 밀레니얼 세대로부터는 14.2%, 베이비 붐 세대로부터는 12.9%의 지지를 받음
 - 밀레니엄 세대는 선호하는 쇼핑물을 Target(3위, 7.3%), eBay(4위, 6.8%), Best Buy(5위), Kohl's(6위)순으로 선정

3) 제2차 세계대전이 끝난 1946년 이후 1965년 사이에 출생한 사람들을 일컫는 말

4) 미국에서 1982~2000년 사이에 태어난 신세대를 일컫는 말

- 이에 반해 베이비 붐 세대는 선호하는 쇼핑몰을 Kohl's(3위, 7.2%), Best Buy(4위), eBay(5위)순으로 선정

□ 성별에 따른 온라인 쇼핑몰 선호도도 차이를 보임

- 1위로 랭크된 아마존은 남성에게는 49.5%의 지지를 받은 반면, 여성에게는 50.5%의 지지를 받음
- Walmart는 남성에게는 45.4%, 여성에게는 54.6%의 지지를 받은 반면, eBay는 남성에게는 56.5%, 여성에게는 43.5%의 지지를 받음
 - Walmart는 절약을 중시하는 가정이나, 가정주부들에게 인기가 많은 반면, eBay는 특정 상품을 구매 하고 싶어 하는 남성들에게 인기

□ 소득 수준에 따라서는, 50,000불 이상의 수입을 하는 소비자들로부터 각각 아마존(1위, 58.9%), eBay(2위, 49.4%), Walmart(3위, 34.3%)순으로 지지를 받음

□ 여전히 많은 소비자들이 오프라인 매장에서 직접 상품을 보고 구매하지만, 상당수 소비자들이 온라인 매장을 통해 상품을 구매하고 있음

- 특히, TV 등 값비싼 전자기기 및 태블릿 등 소형 전자기기의 경우, 약 50% (각각 53.6%, 48.7%)의 비율로 온라인 구매를 선호
- 일부 소비자들이 옷이나 실내장식용품을 구매할 경우 구매 전 상품을 확인하고 싶어 하며, 각각 50%, 28.4%가 오프라인 구매를 선호

□ 효과적으로 소비자들이 온라인 검색을 하도록 유도하는 전략으로는 대면의사소통, 쿠폰, 잡지, TV 광고, 광고용 우편물 등이 포함됨

- 비효율적인 온라인 검색 유도 전략으로는 인스턴트 메시지(Instant Messageing, 7.7%), 옥외광고물(Outdoor billboards, 7.7%), 업종별 전화번호부 광고(Yellow Book Ads, 3.3%) 등이 포함됨

소비자들이 온라인 검색을 시작하는 계기

순위	내용	점유율
1	대면의사소통(Face to Face Communication)	45%
2	쿠폰(Coupons)	33.1%
3	TV / 방송(Broadcast)	28.8%
4	케이블 TV	27.7%
5	기사(Read an article)	25.7%
6	잡지(Magazine)	25.6%
7	이메일 광고(Email Advertising)	23.7%
8	신문(Newspaper)	22.2%
9	광고용 우편물(Direct mail)	21.1%
10	인터넷 광고(Internet Advertising)	20.4%
11	라디오(Radio)	18.8%
12	매장 내 홍보(In-store promotions)	18.7%
13	삽입 광고(Advertising Inserts)	17.9%
14	온라인 커뮤니티 / 소셜미디어 (Online Communities / Social Media)	15.1%
15	문자 메시지(Text Messaging)	11.7%
16	전자기기 / 휴대폰(Mobile Device / Cell Phone)	10.4%
17	블로그(Blogs)	8.6%
18	옥외 광고물(Outdoor Billboard)	7.7%
19	인스턴트 메시지(Instant Messaging)	7.7%
20	업종별 전화번호부(Yellow Pages)	3.3%
21	기타(None of the above)	16.1%

자료: Behaviors & Influence Study, Proser Insights & Analytics Media

[출처] 전미소매연맹(National Retail Federation;NRF)