

NHN ACE 인사이트 리포트

2018-2019 서울사람들의 여름 이야기



NHN ACE

데이터 분석 기준

Part 1 2018-2019년 여름 데이터 분석

- 데이터 기간: 2018년 7월16일 ~ 8월19일 (5주)
2019년 7월16일 ~ 8월19일 (5주)
- 데이터 출처: DIGHTY, 기상청(www.weather.go.kr)
- 데이터 소스: 서울시 일 별 최고기온, 강수량
서울시로 수집되는 PV, 키워드, 유입 데이터
카테고리 별 주요 상품 구매 데이터 (전체 지역)

Part 2 2019년 여름 주요 업종 구매 분석

- 데이터 기간: 2019년 7월16일 ~ 8월19일 (5주)
- 데이터 출처: DIGHTY
- 데이터 소스: 카테고리 별 주요 상품 구매 데이터

NHN ACE 인사이트 리포트
2018-2019 여름이야기

? 간단 퀴즈! 한번 맞춰보세요

2018년 서울에서 가장 더웠던 날의 최고기온은?

40.2 vs 39.6 vs 36.8

2019년 5주(7/16~8/19) 동안 서울시에 비 온 날은 며칠?

2일 vs 12일 vs 22일

2019년 여름, 누구 앨범이 더 많이 팔렸을까?

방탄소년단 vs 강다니엘

2019년 여름, 가장 많이 팔린 여행 상품 순위는?

방콕 vs 대만 vs 나트랑 vs 다낭

정답은 리포트에서 확인하세요!



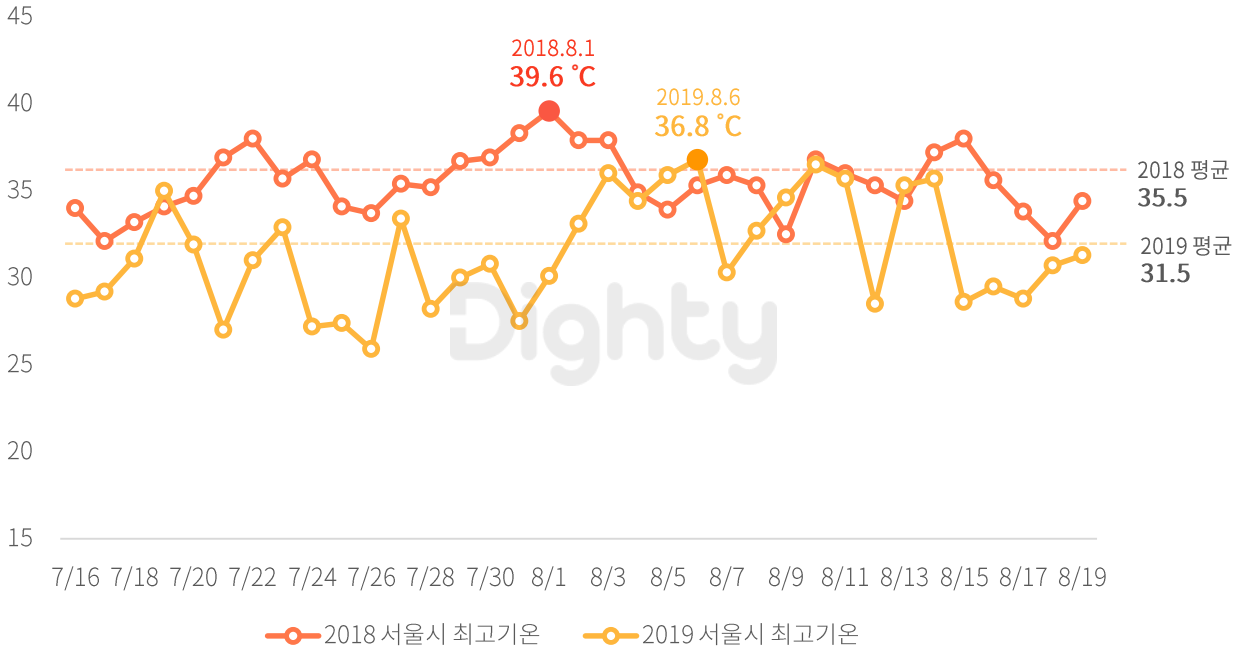
Part.1

2018-2019년 여름 데이터 분석

2018년과 2019년, 가장 더운 5주 동안의
서울시 날씨와 유입 & 구매 데이터 비교



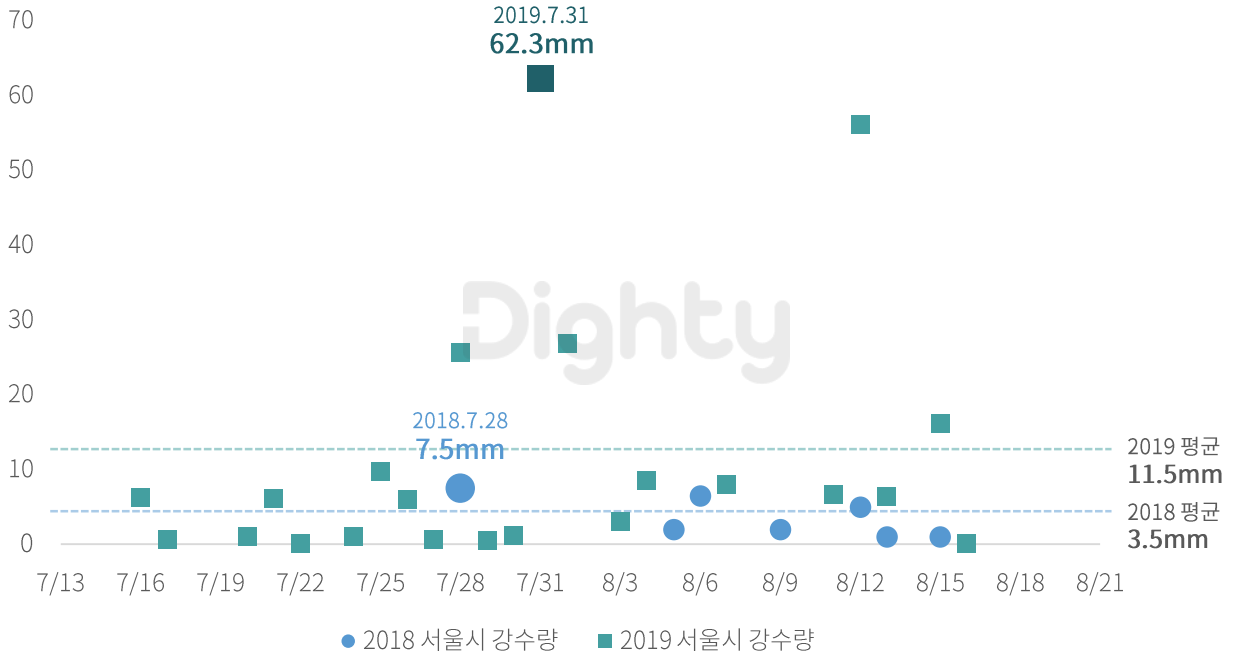
일 별 최고 기온



서울시의 일 평균 최고기온은 2018년은 35.5°C였으며,
2019년은 31.5°C로 2018년이 4°C가 높았음

최고기온이 35°C 이상이었던 일 수도
2018년은 21일, 2019년은 7일로 2018년 여름이 더 무더웠음

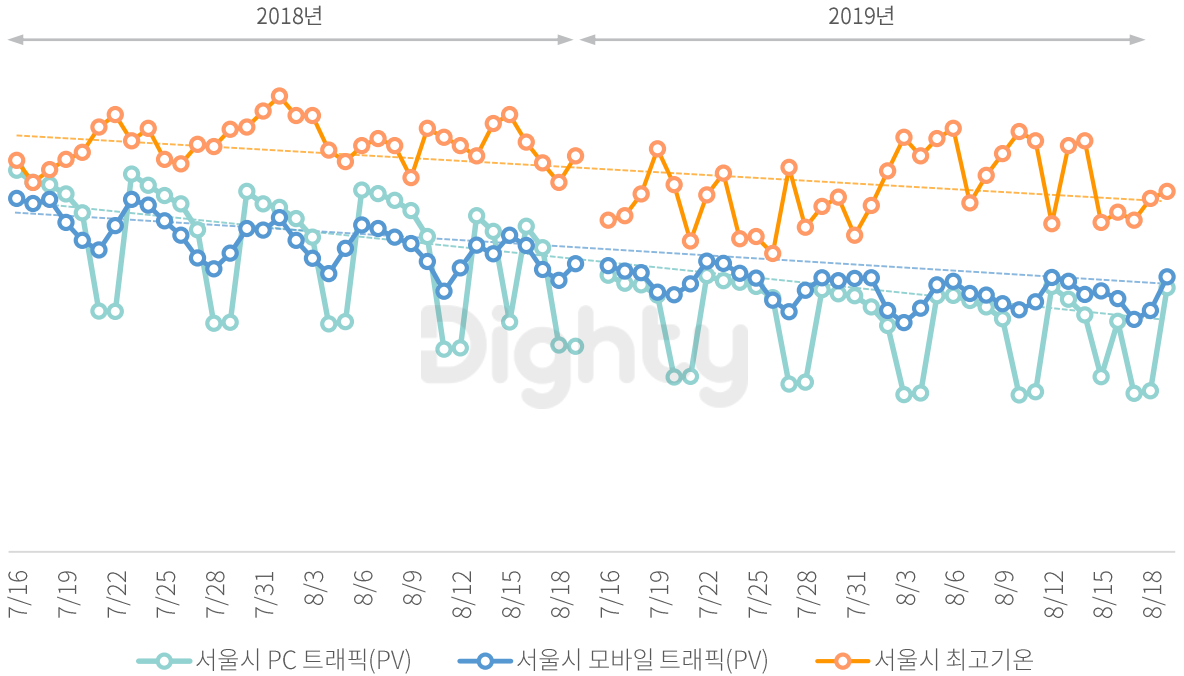
일 별 강수량



여름 5주 동안, 2018년은 서울에서 비 온 날이 7일인데 비해
2019년은 22일이 비가 왔음 (62%)

강수량 5.0mm이상 기록된 일도
2019년은 13일로 2018년(3일)에 비해 4배 이상 많음

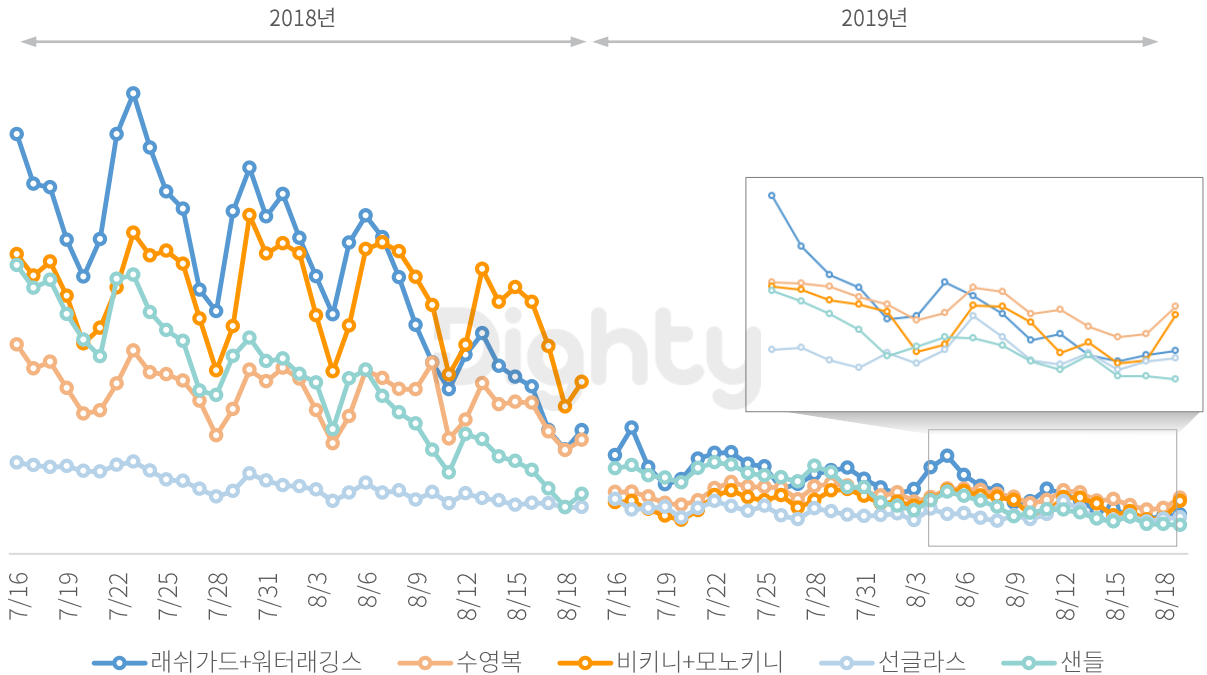
PC, 모바일 일 별 PV 추이



2018년과 2019년의 일 최고 기온과 디바이스별 트래픽을 함께 비교하였을 때,
2018년에 비해 **2019년 최고 기온과 트래픽 모두 감소**

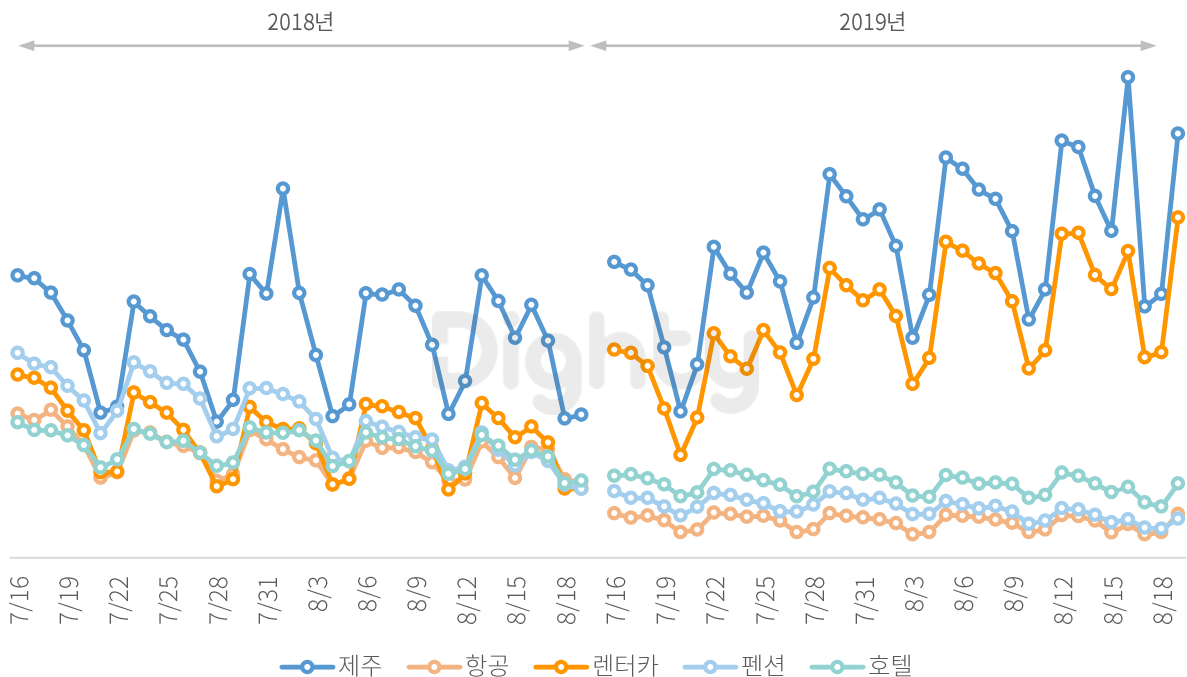
모바일보다 PC가 감소세가 더 컸으며
**더울수록 여름 관련 트래픽이 상승하면서 (기사, 쇼핑 아이템 검색)
전체 트래픽의 상승까지 이끄는 것으로 보임**

패션 키워드 유입량 추이



패션 주요 키워드의 유입량을 확인 하였을 때,
 대부분의 모든 여름 패션 키워드가 2018년에 비해 2019년에 크게 하락
 특히, 레저와 관련된 아이템(비키니/모노키니/래쉬가드/워터레깅스/수영복)키워드의
 유입량이 크게 하락하여,
비가 자주 오고 덜 더운 날씨가 관련 아이템 검색의 감소를 유도한것으로 보임

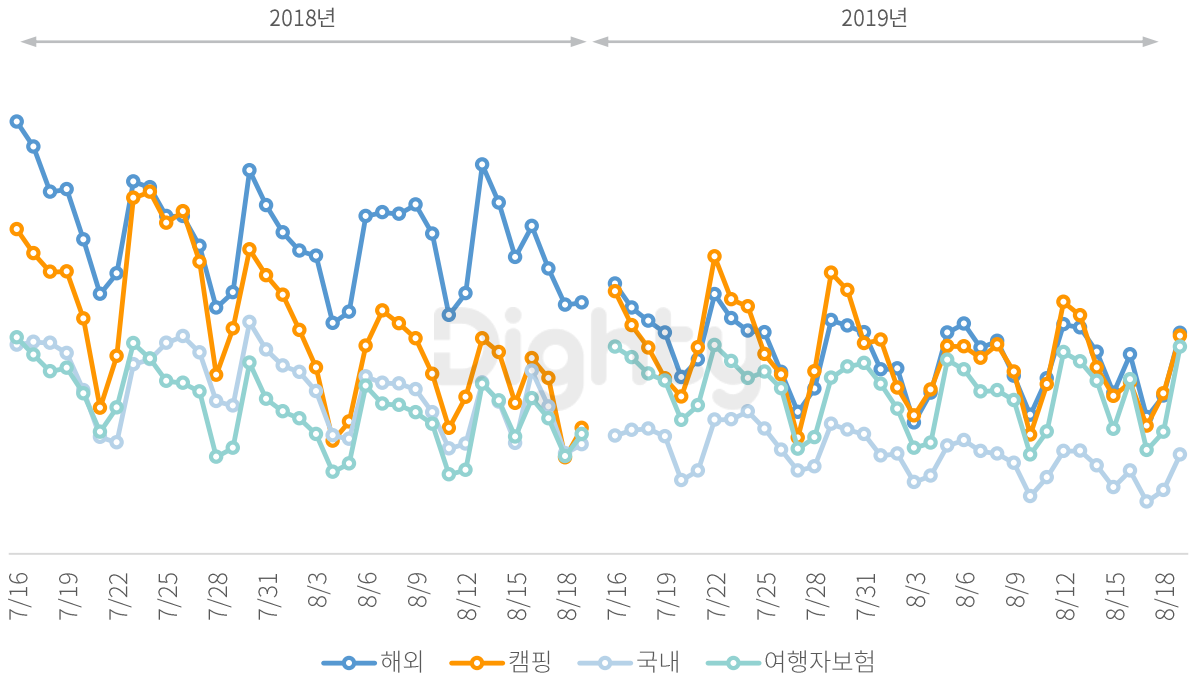
Part.1 2018-2019년 여름 데이터 분석
 여행 키워드 유입량 추이(1)



항공 및 숙박과 관련된 키워드(펜션, 호텔)는 2018년에 비해 하락하였으며,
 특히 '펜션' 관련 키워드의 하락세가 컸음

반면 '렌터카' '제주'와 관련된 키워드 유입량은 2019년에 상승

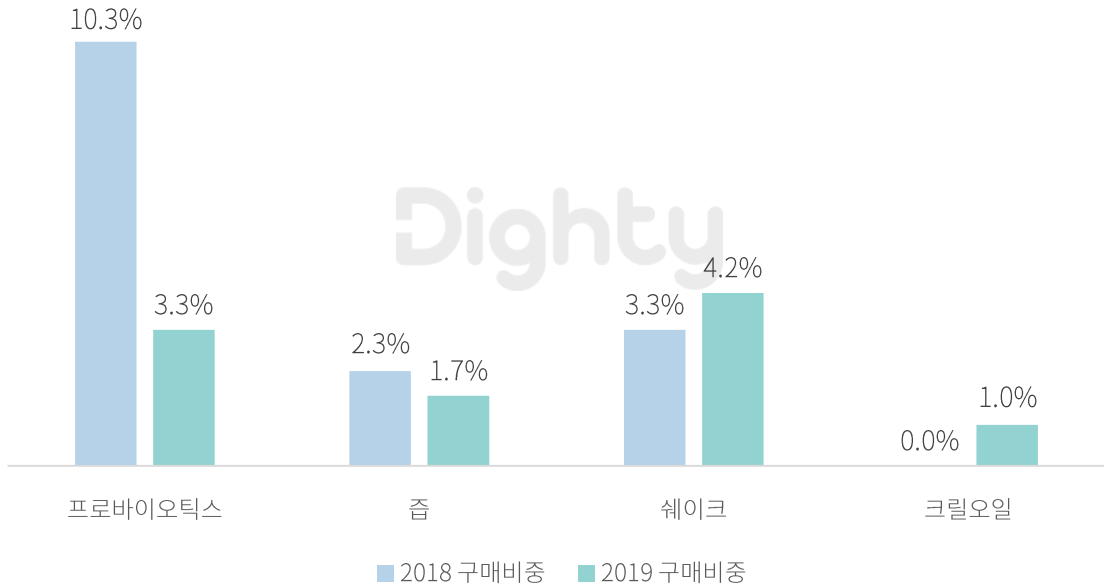
여행 키워드 유입량 추이(2)



일본과 홍콩 등의 이슈로 인해 ‘해외’ 키워드의 유입량이 큰 폭으로 하락하였으며
 반면, ‘여행자보험’ 키워드의 유입량은 상승하여
 해외 여행에 안전성에 대한 인식이 커지고 있는 것으로 분석

‘호텔’ ‘펜션’의 하락세가 큰 것에 비해, ‘캠핑’의 유입량은 어느정도 유지하여
 여행 트렌드의 변화와 인기 프로그램이 유입량에 영향을 준 것으로 보임

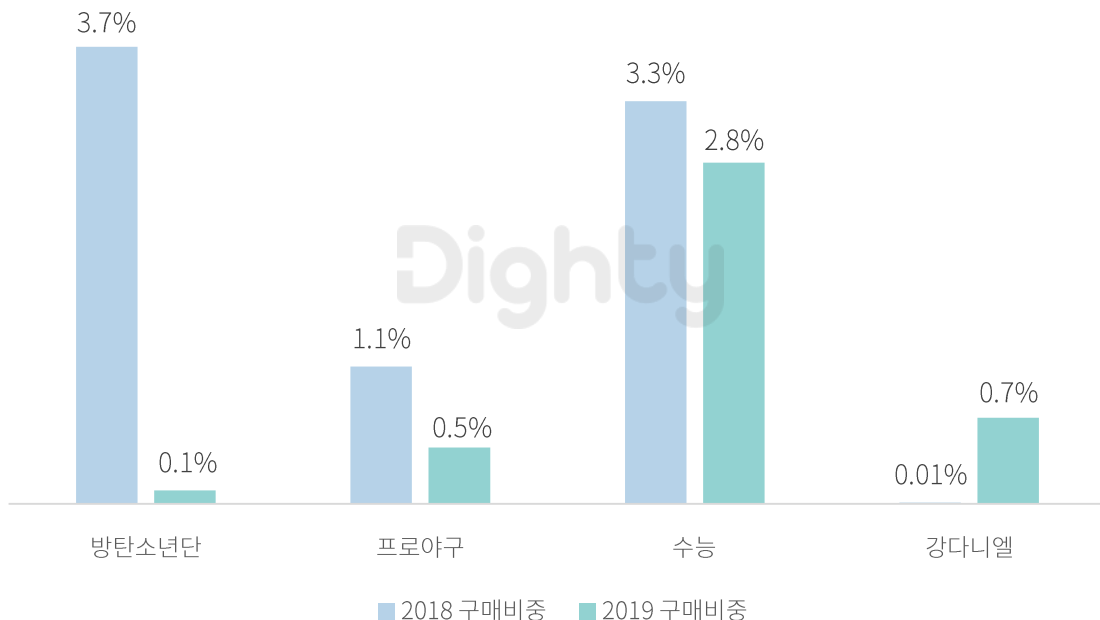
건강/다이어트 상품 별 구매 비중 비교



‘유산균(프로바이오틱스)’이 큰 폭으로 감소하였으며
‘즙’ 제품의 비중은 하락, ‘쉐이크’ 제품은 상승

2018년에는 구매데이터가 없던 ‘크릴오일’ 제품이 2019년에는 1% 비중 차지

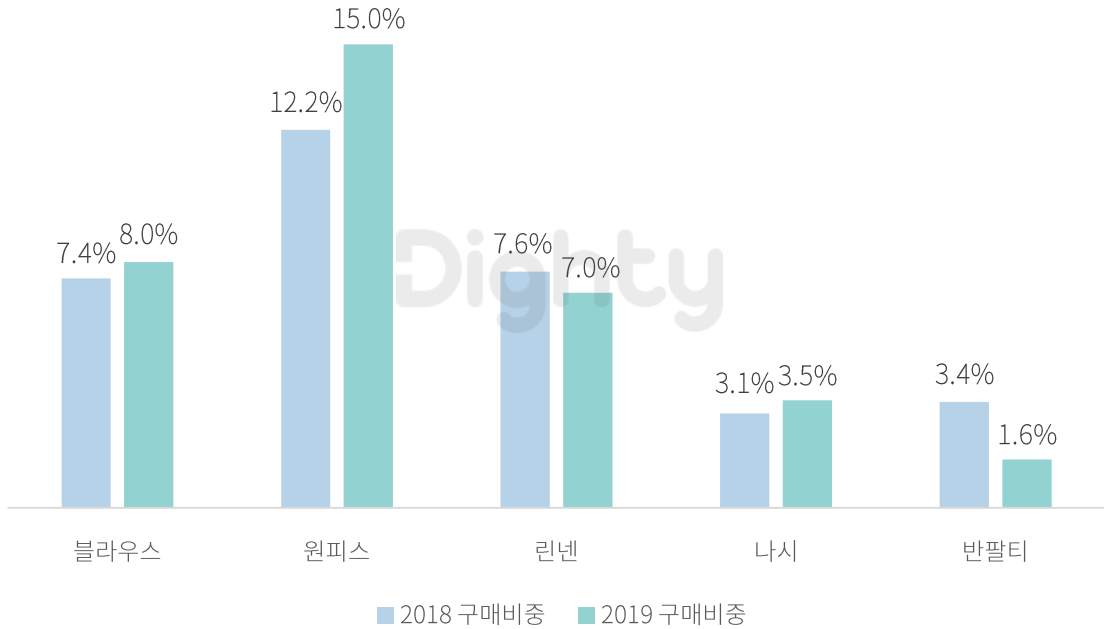
문화/예매 상품 별 구매 비중 비교



‘방탄소년단’ 관련 상품의 구매 점유율은 하락하였으며(2019년 여름 정규음반 미발매)
솔로앨범을 발표한 ‘강다니엘’은 0.7%의 비중 차지하며 상승

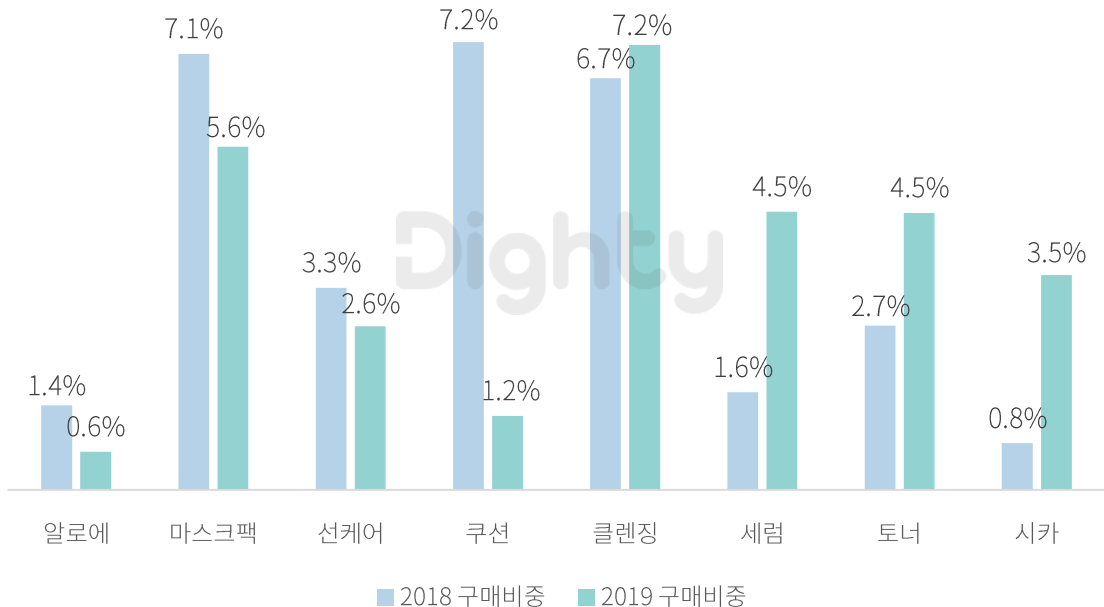
‘프로야구’는 작년에 비해 점유율이 절반 정도로 하락

여성의류 상품 별 구매 비중 비교



2019년 여름, '블라우스' '원피스' 제품이 많이 팔렸으며,
'린넨'과 '반팔티'의 점유율은 하락
투피스(점프수트)의 인기로 '나시' 제품의 구매 점유율은 상승

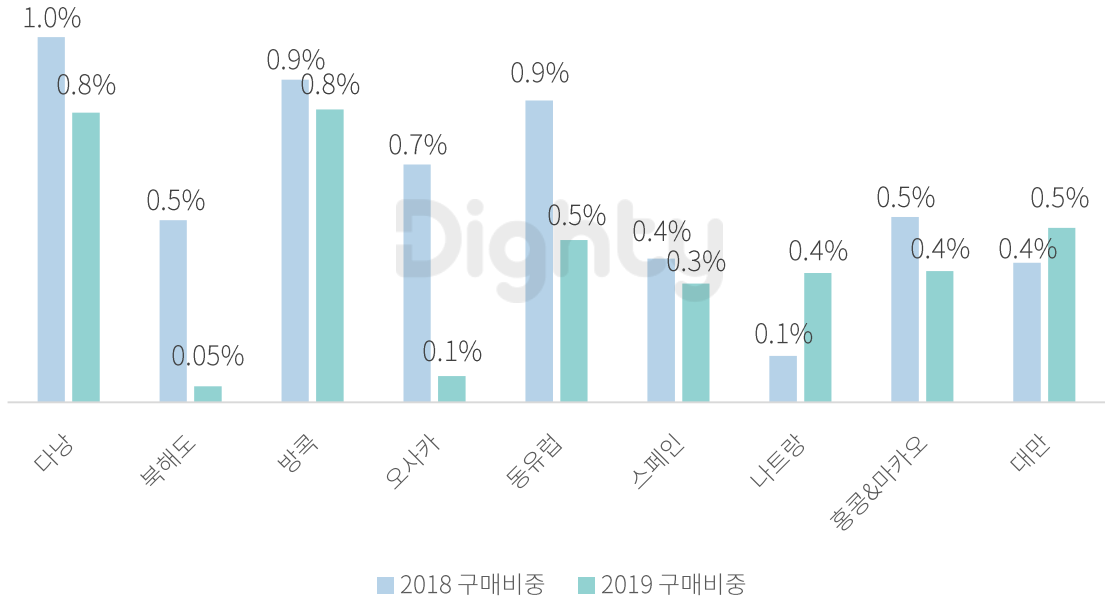
화장품 상품 별 구매 비중 비교



2018년보다 낮아진 기온으로 인해
열 진정 효과가 있는 ‘알로에’ ‘마스크팩’과 ‘선크어’ 제품의 점유율 하락

또한 ‘쿠션’의 구매 비중이 크게 하락하였으며,
기초 제품과 기능을 강조한 제품들의 구매 비중은 상승
‘미니멀’ ‘약산성’ ‘순한’ 화장품의 트렌드가 2019년에 더 강해진 것으로 분석

Part.1 2018-2019년 여름 데이터 분석
 여행 상품 별 구매 비중 비교



불매운동의 영향으로 일본의 인기 여행지 구매 비중의 하락세가 컸으며(북해도/오사카) 시위 이슈가 있는 홍콩은 마카오 상품이 대체 구매되어 비교적 적은 하락세를 보임

2018년 가장 인기가 많았던 ‘다낭’의 점유율은 하락하였으며,
 ‘나트랑’ 관련 상품의 점유율은 상승

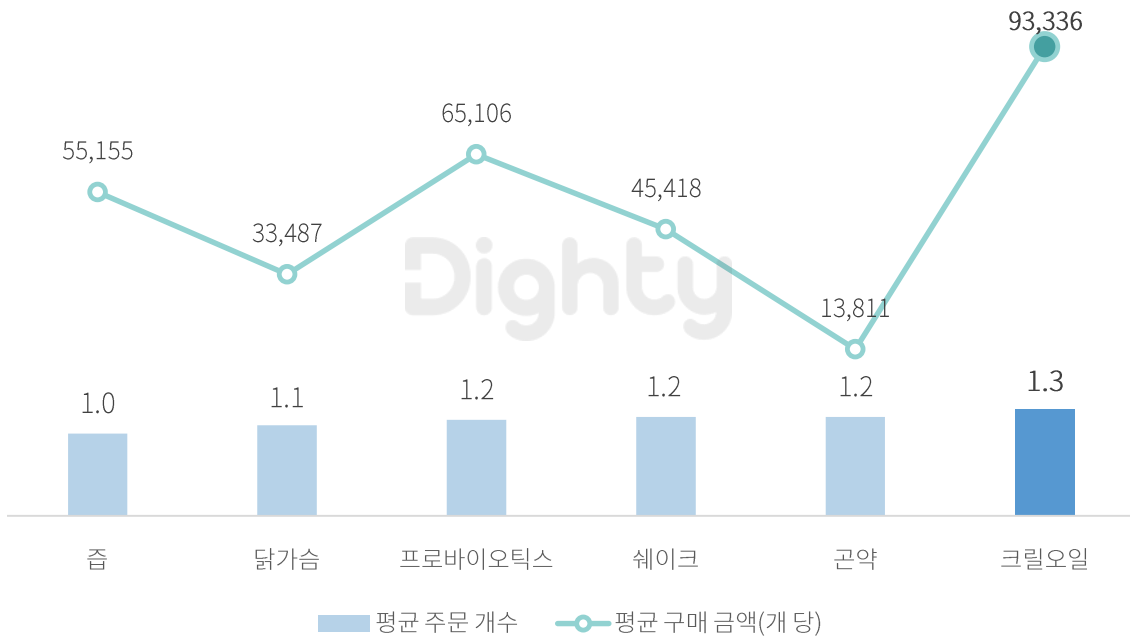
Part.2

여름 주요 제품 구매 분석

여름에 많이 판매 되는 주요 상품의
2019년 수량 및 금액 데이터 분석



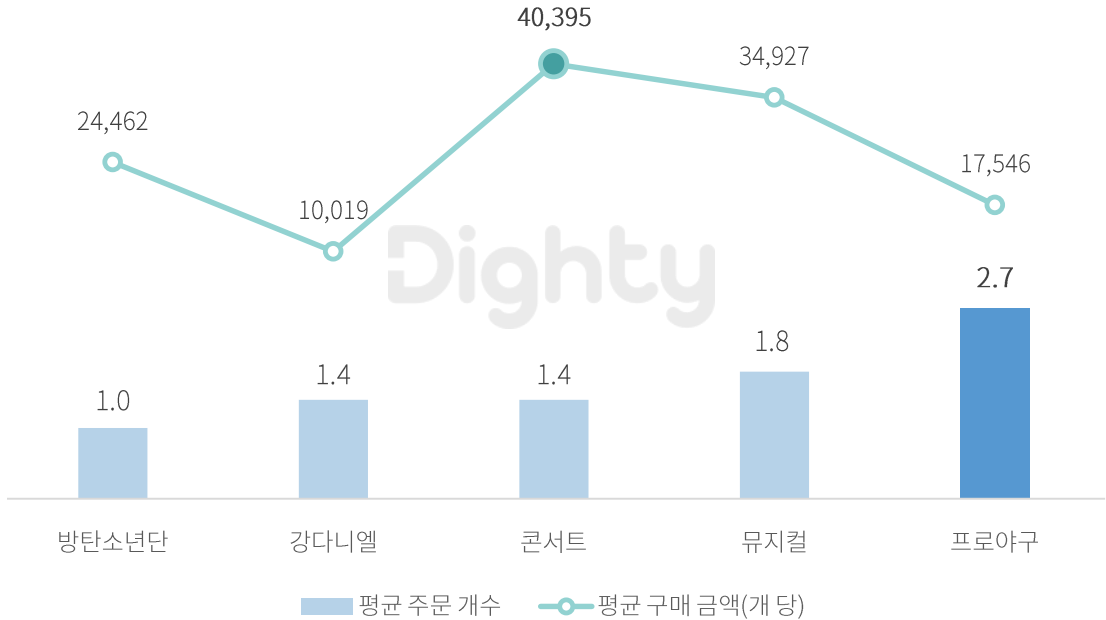
건강/다이어트 주요 상품 구매 수량·금액



식사대용제품(곤약 / 닭가슴살 / 셰이크)보다 건강보조제품(즈 / 유산균 / 크릴오일)의 가격이 더 비쌌으나, 1회 주문시 구매하는 제품 개수는 1~1.2개로 비슷함

제품 구매 비용이 가장 큰 것은 크릴오일로, 제품 개당 평균 금액은 약 9만3천원

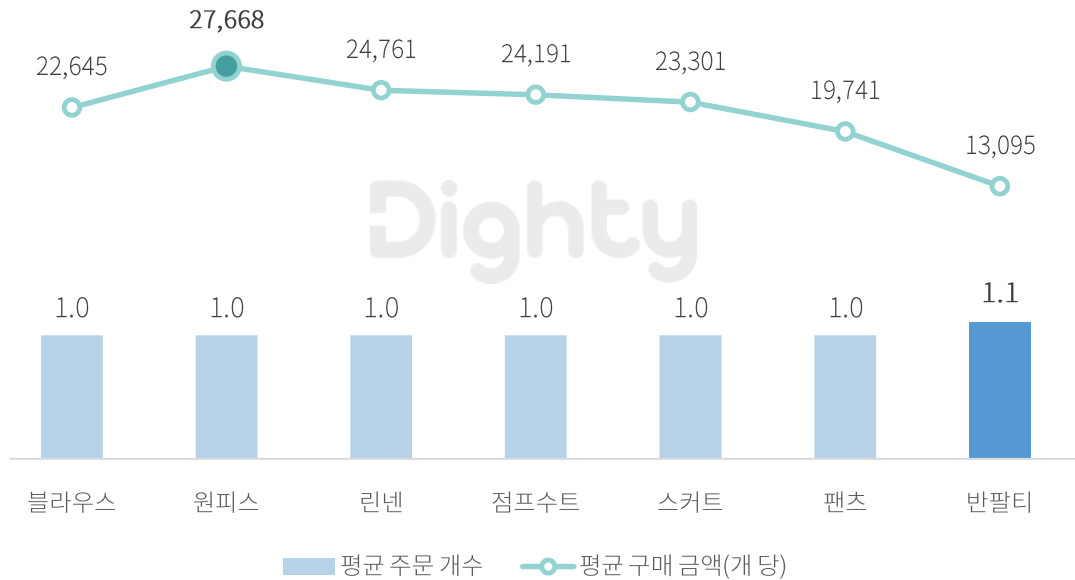
문화/예매 주요 상품 구매 수량·금액



공연 티켓은 뮤지컬이 콘서트보다 평균 구매 개수는 높으나
구매 금액은 콘서트 티켓이 약 6천원 더 비싼 것으로 나타남

**프로야구 티켓은 주문 당 평균 2.7개를 구매하여
많은 지인들과 함께 즐기는 것으로 보임**

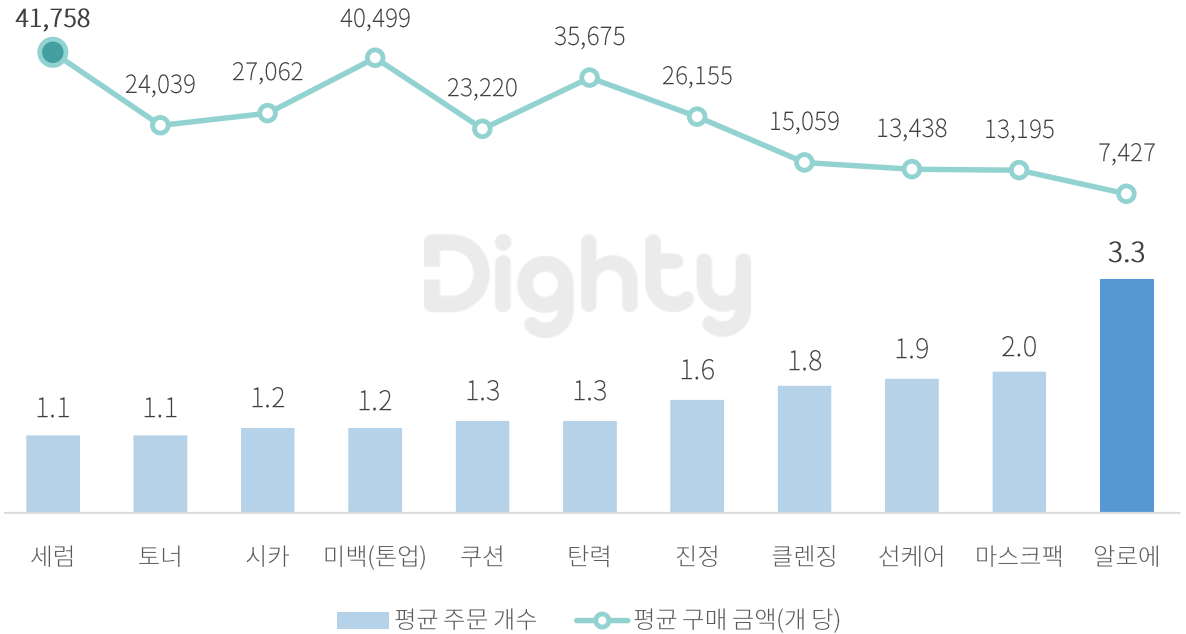
여성의류 주요 상품 구매 수량·금액



여성 의류 구매 시에는 한 상품당 평균 1개씩만 구매하였으며,
 개당 평균 금액은 반팔티가 1만3천원대로 가장 저렴한것으로 나타남

**가장 평균 금액이 높은 의류는 '원피스' 였으며,
 스커트가 팬츠보다 4천원 가량 비싼 것으로 확인 됨**

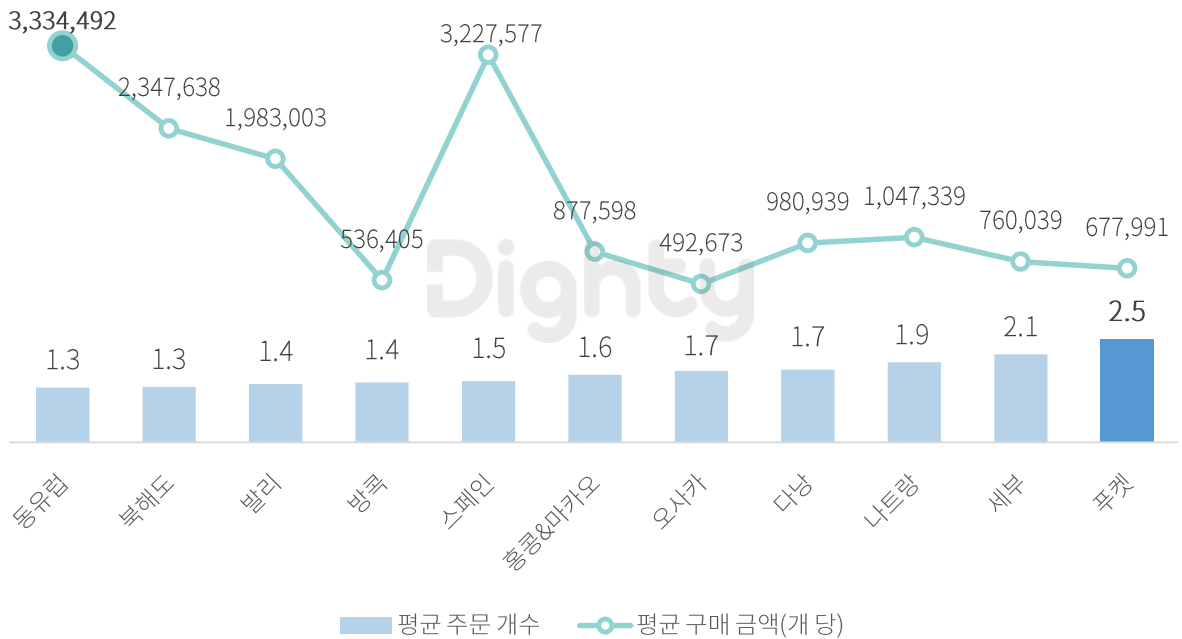
화장품 주요 상품 구매 수량·금액



평균 구매 개수가 가장 많은 화장품은 ‘알로에’ 관련 제품이었으며
 평균 금액도 가장 낮아 한번에 부담 없이 여러 개를 구매하는 것으로 나타남

제품당 가장 금액이 높은 것은 ‘세럼’으로 1개의 평균 금액이 약 4만1천원이며
 피부 고민별로는 ‘미백 > 탄력 > 진정’ 제품 순으로 가격이 비싼 것으로 확인 됨

여행 주요 도시 상품 구매 수량·금액



상품의 평균 금액이 높은 여행 도시는 유럽권으로(동유럽/스페인) 300만원 이상이었으며 가장 낮은 도시는 오사카와 동남아(방콕/푸켓/세부)로 확인됨

일본의 경우 주로 온천 패키지가 포함된 북해도 상품은 200만원 이상이지만 도시 위주의 관광인 오사카는 약 50만원으로 도시 별 금액 차이가 컸음

동남아권 안에서도 발리, 방콕 관련 상품은 평균 1.4개를 구매하는데 비해 **세부, 푸켓은 2개 이상 구매하여 여러 명이 함께하는 여행지로 나타남**

INSIGHT



날씨 영향을 많이 받는 여름 레저

- 무더운 날씨가 이어졌던 2018년에 비해 2019년은 기온은 낮았으나 비가 자주 내리고 연이은 태풍 소식으로 피서 및 레저 아이템(수영복, 비키니, 래쉬가드, 아쿠아슈즈 등)의 검색이 감소되면서 작년에 비해 PC와 모바일 전체 트래픽까지 감소



사회 이슈에 영향을 많이 받는 여름 여행

- 2019년 일본과의 외교 문제, 홍콩 시위로 단기여행으로 많이 찾는 일본여행지역 및 홍콩 여행상품 구매가 감소
- 제주 및 렌트카의 유입량은 2018년에 비해 상승하여 해외보다는 국내여행지를 많이 탐색한것으로 보임

INSIGHT



뷰티 대세로 떠오른 '진정 기초'

- 2018년까지 히트 제품이 계속 출시되었던 '쿠션'의 판매 비중 감소
- 주성분 및 진정효과를 강조한 기초제품(토너, 세럼)이 인기를 얻으면서 2019년에 관련 제품의 구매 비중이 크게 상승
- 비교적 비가 많이 오는 날씨로 인해 자외선차단 제품 및 알로에 제품의 구매 비중은 감소



주춤한 유산균, 떠오르는 셰이크와 크릴오일

- 2018년, 다양한 유산균(프로바이오틱스)상품이 인기가 있었으나 2019년에는 구매 비중이 크게 감소(10%대 -> 3%대)
- 식사 대용 제품인 셰이크의 구매 비중이 2018년에 비해 상승하였으며, 2018년에는 구매 데이터가 없던 '크릴오일'이 방송매체의 영향으로 1% 점유율을 차지하여 다이어트와 관련된 제품들의 구매가 상승한것으로 나타남

INSIGHT



콘서트는 혼자, 야구는 다같이 예매

- 문화상품을 구매할 때 콘서트는 평균 1.4개를 구매하는데 비해 프로야구 관람권은 약 2.7개를 구매하는 것으로 약 2배 정도 많음
- 콘서트는 단독 또는 2명이, 야구는 여러 명이 함께 즐기는 문화생활로 나타남



누구와 가느냐에 따라 달라지는 동남아

- 허니문으로 많이 찾는 발리의 여행 상품은 금액(1,983,003원)이 높은 대신 평균 구매 개수가 1.4였으며, 푸켓 상품은 발리의 3분의1 금액(677,991)이지만, 평균 2.5명을 구매하는 것으로 나타나 누구와 여행하느냐에 따라 동남아를 찾는 휴양지에 차이가 있는 것으로 파악
- 방콕의 경우 상품 금액은 낮으나 구매 개수도 낮아, 젊은 연령대의 배낭여행지로 인기가 지속되고 있음

리포트의 데이터가 궁금하신가요?

NHN DATA에서는 다양한 데이터를
합리적인 가격으로 제공하고 있습니다.

- **원하시는 기간과 업종의 리포트**

본 데이터의 기준 기간과 업종을 변경한 리포트 제공이 가능합니다.
아래 메일주소로 원하시는 기간 및 데이터를 알려주시면,
제공 소요 기간과 금액을 안내해드립니다.

- **인사이트 리포트의 데이터 파일**

인사이트 리포트의 데이터를 필요하신 파일 형태로 제공해드립니다.

- 데이터 RAW 파일 (EXCEL 또는 CSV)
- 비중과 수치가 포함된 1차 가공 데이터 (EXCEL 또는 CSV)

데이터 제안 요청 및 구매 문의

데이터컨설팅팀 | dightydata@nhndata.com

THANK YOU

작년과 올해, 봄과 여름, 어제와 오늘
다양한 기간의 데이터 비교를 통해
활용도 높은 인사이트를 제공합니다