

보도자료

동남아 최대 이커머스 플랫폼 쇼피, '11.11 빅세일' 행사에서 하루 동안 2억 개 제품 판매, 한국 셀러 성과도 역대 기록 경신

- '11.11 빅세일'에 처음 참여한 셀러 평소보다 평균 10 배 이상 주문 달성
- K뷰티 인기 지속... 3CE, 아임미미, 포렌코즈 등 올해 신규 입점 브랜드 성과 주목



[인포그래픽] 쇼피 11.11 전체 성과 및 탑 3 한국 제품 카테고리

2020 년 11 월 19 일 -

동남아와 대만 최대의 이커머스 플랫폼 쇼피(대표 핑지민, Shopee)가 연중 최대 할인 행사인 '11.11 빅세일(Big Sale)'에서 총 2 억 개의 제품이 판매되며 싱가포르, 대만, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 베트남, 필리핀 7 개 전 지역에서 신기록을 달성했다고 밝혔다.

이번 행사에 처음 참여한 셀러들은 평소보다 평균 10 배 이상의 주문을 달성했다.

쇼피 고객들은 '11.11 빅 세일' 기간 동안 쇼핑을 포함해 라이브 스트리밍과 게임을 즐기며 셀러들과 의미 있는 상호작용을 했다. 쇼피의 라이브 커머스 기능인 '쇼피 라이브(Shopee Live)'는 2 천만 시간 동안 재생됐고, 쇼피에서 즐길 수 있는 모바일 게임은 25 억 회 이상 플레이됐다.

쇼피에 진출해 있는 한국 셀러들의 성과도 기록적이었다. 하루 평균 주문량의 10 배 이상, 역대 최고 성과를 냈던 지난 '9.9 슈퍼 쇼핑 데이'의 기록도 경신했다.

특히 올해 쇼피에 신규 입점한 뷰티 브랜드들의 활약이 컸다. 지난 7 월 입점한 3CE 의 경우 싱가포르와 대만의 메이크업 카테고리에서 1 위를 차지했고, 아임미미, 포렌코즈 등 올여름에 입점한 브랜드의 평균 주문수도 평소 대비 평균 20 배 이상 증가해 한국 셀러들의 잠재력을 보여줬다.

쇼피코리아는 이번 행사에서 한국 셀러들의 상품이 플랫폼에서 최대한 노출될 수 있도록 K 팝 아이돌 및 인플루언서와 함께하는 K 브랜드 중심의 프로모션을 기획했다. 또한 캠페인 기간 동안 플랫폼 내 메인 배너와 카테고리별 마이크로사이트를 운영하는 등 다양한 판매 촉진 이벤트를 진행했다.

쇼피 대표 펑지민은 "'11.11 빅세일'의 성공은 이커머스 시장의 지속적인 성장, 그리고 이커머스가 기업들과 고객들에게 제공하는 수많은 기회에 기반했다. 비즈니스 환경이 계속 변화하는 이 시점에서 셀러와 브랜드들이 쇼피에서 새로운 성장의 기회를 발견할 수 있도록 꾸준히 지원할 예정이다"라며, "이번 성과에 발맞춰 '모두를 위한 이커머스'라는 우리의 비전을 계속 쌓아가겠다"고 전했다.

###

쇼피(Shopee) 개요

2015 년 싱가포르에 설립된 쇼피는 총 6 억 인구를 보유한 동남아시아와 대만의 최대 이커머스 플랫폼이다. 지역별 사용자 특성에 최적화된 모바일 기반 서비스를 통해 단기간에 최대 이커머스 플랫폼으로 자리 잡았다. 현재 싱가포르, 대만, 베트남, 태국, 필리핀, 말레이시아, 인도네시아 7 개국에서 쉽고, 안전하고, 즐거운 온라인 쇼핑 경험을 제공하고 있다. 쇼피는 디지털 엔터테인먼트, 이커머스, 핀테크 서비스를 제공하는 동남아 최대 규모의 인터넷 기업 시 그룹(Sea Group)의 자회사이다. 시 그룹은 2009 년 창립 이래 급속 성장해 2017 년 뉴욕증권거래소(NYSE)에 상장되었다.

쇼피코리아는 한국의 판매자들이 동남아 및 대만에 쉽게 진출할 수 있도록 마켓 오픈, 판매자 교육, 담당 매니저 배정, 통합 물류 서비스, 현지 마케팅 및 번역/CS 등 전반적인 수출 솔루션을 지원하고 있다. 자세한 내용은 shopee.kr 에서 확인할 수 있다.

문의

쇼피코리아 박소연 PR 담당

| soyeon.park@shopee.com

| Shopee.kr / [Blog](#)