2025년 10월 소비자 실무 위원회 결과 보고서

• 일 시 : 2025년 10월 17일
• 참 석 : GS SHOP 고객 7명(IDI), GS SHOP 임직원 4명
• 안 건 : 모바일 라이브 시청 및 구매 행태 관련 고객 의견 청취

모바일 라이브 시청 및 구매 행태

모바일 라이브 시청 행태 (습관 VS 목적)

목적형 78%

55.0%
관심 가는 상품/브랜드가 있을 때만 본다

평소 관심 있는 브랜드의 상품	53.9%
성능, 품질 비교, 실사용 방법 정보가 중요한 상품	17.0%
단독·한정 판매라 희소성이 있는 상품	12.7%
...	

19.3%
할인·특가·사은품 등 혜택이 있을 때만 본다

3.3% 관심 있는 판매자/진행자가 방송할 때만 본다.

습관형 22%

특별히 살 게 없어도, 습관처럼 켜놓고 본다

모바일 라이브 시청/구매 요인

		시청 (300)	주 시청 (300)	구매 (100)
혜택	방송의 할인/쿠폰/사은품 등 혜택	55.7	45.0	60.0
	해당 채널 멤버십·적립 등 전용 혜택	38.7	40.7	53.0
상품/브랜드	다양한 상품/브랜드 방송	25.0	38.3	23.0
	트렌디한/최신 상품 방송	28.7	21.7	14.0
	단독/희귀 상품 방송	19.7	8.7	12.0
플랫폼	앱/웹 사용성의 익숙함과 편리함	24.7	34.7	-
	방송에서 상품 구입 시, 결제의 편리함	-	23.0	31.0
	해당 채널에 대한 신뢰도	16.3	21.0	20.0
	방송/진행자/상품 탐색의 편리함	15.7	14.3	28.0
콘텐츠/진행자	실시간 소통·참여 이벤트	23.3	17.0	12.0
	방송 구성 및 연출의 전문성과 몰입감	13.3	14.0	9.0
	진행자의 전문성·신뢰성	13.3	8.3	9.0
	진행자의 매력·스타일·재미	15.3	7.3	10.0
	유명인·인플루언서 진행자	9.7	4.7	3.0

☞ 관련부서 전달 (샤피라이브 기획팀)