

차도 모바일로 샀다... 작년 온라인 쇼핑 270조 '역대 최대'

국가데이터처 온라인쇼핑동향
자동차·식음료 부문, 성장 견인
티메프 사태로 연간 증가율은 최저

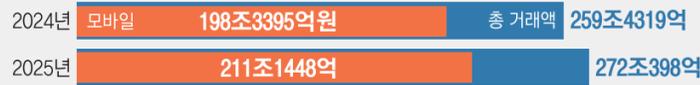
지난해 온라인쇼핑 거래액이 270조 원을 넘어서며 역대 최대를 기록했다. 자동차·자동차용품 부문이 2024년에 비해 30%나 증가했고, 음식서비스와 음·식료품도 각각 10% 안팎의 상승 폭을 나타냈다.

국가데이터처가 2일 발표한 '2025년 12월 및 연간 온라인쇼핑동향'에 따르면 지난해 온라인쇼핑 거래액은 전년 대비 4.9% 늘어난 272조398억 원으로 집계됐다. 이는 관련 통계가 시작된 2017년 이후 최대치다.

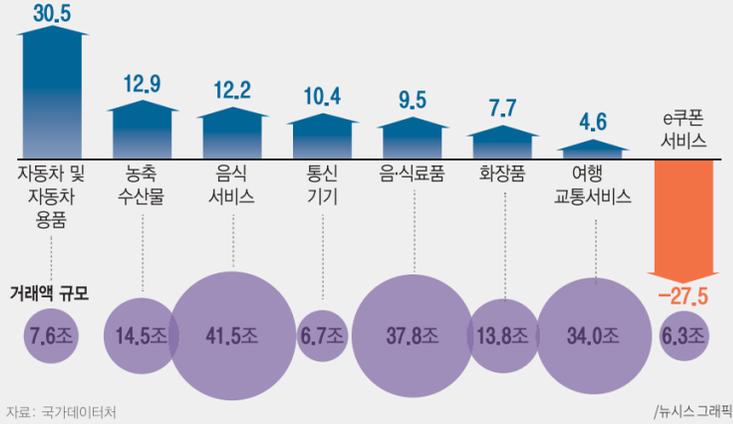
또 전체 소매판매액(654조8833억 원)에서 온라인쇼핑 거래가 차지하는 비중 역시 역대 가장 컸다. 2025년 기준 이 비중은 전년 대비 0.8%포인트(p) 오른 28.2%였다.

반면 연간 증가율은 역대 가장 낮았

온라인쇼핑 거래액 동향



온라인 쇼핑 주요 품목 증감



자료: 국가데이터처

/뉴시스 그래픽

다. 2024년 7월 발생한 이른바 '티메프 사태'의 영향을 받은 것으로 풀이된다. 온라인쇼핑 거래 증가율은 2017년부터 2023년까지 두 자릿수 증가율을 기록

하다 2024년에 7.1%, 2025년에 4.9%로 둔화했다.

상품군별로, 티메프 사태 여파로 이쿠폰서비스(-27.5%)가 크게 감소했

다. 가구(-2.3%), 가방(-11.1%), 신발(-4.5%) 등도 감소했다. 이에 반해 자동차 및 자동차용품(30.5%), 음식서비스(12.2%), 음·식료품(9.5%) 등에서는 거래가 큰 폭으로 증가했다.

분기별로는 2024년 1분기 12.2%, 2분기 9.8%를 기록한 뒤 3분기 4.5%, 4분기 2.7%, 2025년 1분기 2.6%, 2분기 1.9%로 하향곡선을 그렸다. 이후 지난해 3분기 8.9%, 4분기 6.1% 등 반등 추이를 보였다.

권동훈 국가데이터처 서비스업동향과장은 "지난해 분기별로 보면 1분기와 2분기가 많이 낮았고, 3분기와 4분기에는 각각 9%와 6%대의 증가율을 나타냈다"며 "상반기 때 좋지 않았던 흐름이 하반기 들어 개선되고 있는 것으로 보인다"고 설명했다.

지난해 12월 기준 월간 온라인쇼핑 거래액은 24조2904억 원으로 전년동월 대비 6.2% 늘었다. 전체 소매판매액에서 온라인쇼핑이 차지하는 비중은 28.3%로 집계됐다.

지난해 상반기 월간 온라인쇼핑 거래액 증가율은 1월 1.6%, 2월 3.7%, 3월 2.5%, 4월 2.8%, 5월 0.6%, 6월 2.2% 등 다소 부진했다. 이후 하반기 들어 7월 7.8%, 8월 6.0%, 9월 13.0%, 10월 5.5%, 11월 6.5%, 12월 6.2% 등으로 회복 흐름을 나타냈다.

12월 모바일쇼핑 거래액은 18조7991억 원으로 전년동월 대비 6.2% 늘었다. 전체 온라인쇼핑에서 모바일쇼핑이 차지하는 비중은 77.4%를 기록했다.

상품군별 온라인쇼핑 거래는 의복(-5.0%), 신발(-10.9%), 가방(-5.3%) 등에서 감소했지만, 음식서비스(9.1%), 음·식료품(10.2%), 농축수산물(12.2%), 자동차 및 자동차용품(66.4%), 통신기기(20.9%) 등에서 늘었다. 상품군별 거래액 구성비는 음식서비스(15.8%), 음·식료품(13.3%), 여행 및 교통서비스(12.4%) 등에서 높게 나타났다.

/세종=김연세 기자 kys@metroseoul.co.kr

CJ올리브영, 외국 관광객 맞춤 할인 늘린다 SK바이오팜, '오픈 이노베이션' 본격화

돈키호테와 손잡고 日 고객 이벤트
중국인 대상 간편 결제 서비스 행사

CJ올리브영은 오는 3월31일까지 일본 최대 잡화점 돈키호테와 협업한 '일본 고객 대상 신규 행사'를 운영한다고 2일 밝혔다.

올리브영엔(N) 성수, 명동 타운, 현대 타운 등 글로벌 관광 상권 내 위치한 14개 매장에서 진행한다. 해당 매장에서 돈키호테 회원임을 인증하면 혜택을 받을 수 있다.

중국 최대 명절연휴인 춘절을 앞두고 중국 관광객 맞춤형 할인도 마련했다. 중국 고객들이 많이 이용하는 알리페이·위챗페이·유니온페이 등 간편 결제 서비스와 연계해 결제 시 즉시 할인, 쿠폰 등을 제공한다.

이와 함께 외국인 전용 결제 플랫폼 '와우패스', 글로벌 여행 예약 플랫폼 '트립닷컴' 등에서도 국적과 무관하게 활용 가능한 마케팅을 강화한다.

특히 올리브영 모바일 상품권 판매도



서울 성수 소재 '올리브영엔(N) 성수' 매장에서 외국인 관광객이 쇼핑을 마치고 나오며 기념품을 들고 걷고 있다.

/CJ올리브영

늘리고 있다. 외국인 관광객이 한국 여행을 계획하며 미리 구매하도록 해 쇼핑 편의성을 높인다는 복안이다. 지난 2025년부터 글로벌 여행 플랫폼 '클룩'을 통해 한국에서 사용할 수 있는 올리브영 모바일상품권을 선보여 왔다. 올해 1월부터는 베트남과 일본 현지 이커머스 플랫폼에서도 모바일 상품권을 구

매할 수 있다. 올리브영 관계자는 "한국의 라이프스타일을 뷰티, 패션, 미식 등 다양한 영역에서 직접 경험하려는 외국인 관광객 수요가 증가하고 있다"며 "K뷰티 대표 플랫폼으로서 앞으로도 외국인 관광객의 쇼핑 편의성과 혜택을 꾸준히 개선할 계획"이라고 말했다. /이청하 기자 mlee236@

유망 스타트업 발굴

SK바이오팜은 바이오·의료 스타트업 플랫폼 '서울바이오허브'와 함께 오픈 이노베이션 프로그램을 공식 출범한다고 2일 밝혔다. 연구개발 역량 강화와 글로벌 혁신신약 개발을 위해 국내 유망 제약·바이오 스타트업 발굴을 추진한다.

이번 프로그램은 중추신경계(CNS)·항암·인공지능(AI)·노화(비미용 분야) 등 신약 개발 혁신 기술 및 신규 모달리티 분야에서 설립 8년 미만의 제약·바이오 스타트업 및 예비 창업자를 대상으로 한다. 심사를 거쳐 SK바이오팜 핵심 기술 수요에 부합하는 최종 2개 기업을 선정해 별도 협약을 체결한다.

이를 통해 기술실증(PoC), 글로벌 신약 개발 전 주기 공동연구, R&D 컨설팅, 서울바이오허브 입주권 및 임대료 등 다양한 지원을 받게 된다.

SK바이오팜은 올해부터 오픈 이노베이션 센터를 신설해 내부적으로는 신규 모달리티 연구를 고도화하는 한편 외부에서는 혁신 주체와 협력을 확대하는 '투 트랙' 전략을 본격화하고 있다.

이동훈 SK바이오팜 사장은 "이번 오픈 이노베이션을 통해 글로벌 신약 개발 및 상업화 경험에서 축적한 경험을 스타트업과 공유하겠다"며 "유망 기업들과의 협력을 통해 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖춘 신약 개발 성과로 이어지기를 기대한다"고 말했다.

/이청하 기자

알테오젠, 작년 매출액 2021억 '사상 최대'

'하이브로자임' 플랫폼 기술수출 성과

바이오플랫폼 기업 알테오젠은 2일 잠정실적 공시를 통해 2025년도 별도 기준 매출액 2021억원, 영업이익 1148억 원을 기록하며 사상 최대 실적을 경신했다고 밝혔다. 2024년 실적 대비 매출액은 117%, 영업이익은 275%가 증가했다. 같은 기간 영업이익률도 33%에서 57%로 상승했다.

이번 실적은 '하이브로자임' 플랫폼 기술수출 계약에 따른 수익이 반영된 성과다. 글로벌 비파마아스트라제네카

와의 라이선스 계약 계약금과 피하주사(SC) 제형 키트루다 큐렉스의 미국 및 유럽 승인 마일스톤 등이 포함됐다.

또 중국 파트너사 치루제약이 판매 중인 허셉틴 바이오시밀러 안국타에 대한 판매 로열티 수익과 ALT-B4 공급 매출도 기록됐다.

알테오젠은 올해부터는 판매와 연동되는 마일스톤 유입이 실적 성장을 이어갈 것으로 내다보고 있다.

오는 4월 발표 예정인 키트루다 큐렉스의 J-code 부여로 보험 청구 절차가 간소화되고 시판 국가가 확대되면서 피

하주사 제형의 점유율 확대가 전망된다. J-code는 미국 보건부 산하의 보건 의료재정청이 관리하는 의료 청구제도로 전자 및 자동 심사가 가능하다.

전대연 알테오젠 대표는 "2025년은 알테오젠의 하이브로자임 플랫폼 기술이 파트너사 MSD를 통해 상업화에 진입한 의미 있는 한 해였다"며 "올해는 판매에 따른 마일스톤 인식을 통해 그 성과를 보다 가시적으로 확인할 수 있을 것"이라고 말했다.

이어 전 대표는 "장기적 관점에서 기업 가치에 새로운 요소를 더할 수 있는 전략적 의사결정도 지속해 나갈 계획"이라고 덧붙였다.

/이청하 기자

온코닉테라퓨틱스, '자큐보'로 실적 반등

지난해 매출 260% 급증

온코닉테라퓨틱스는 지난해 매출 534억원과 영업이익 126억 원을 기록했다고 2일 공시했다.

매출은 전년 대비 260% 급증했고 영업이익은 전년 영업손실 48억원에서 흑자 전환했다. 같은 기간 당기순이익 역시 137억 원을 기록하며 흑자로 반등했다.

이번 호실적은 제37호 국산 신약인 위식도역류질환 치료제 '자큐보'의 매출이 견인했다. 또 중국 임상3상 성공 및 허가신청에 따라 중국파트너사 리브존으로부터 수취한 기술이전 마일스톤 수익이 반영됐다.

의약품 시장조사기관 유비스트의 원외처방 데이터에 따르면, 자큐보의 월 처방액은 2024년 10월 약 5억원에서 2025년 12월 약 66억원으로 확대됐다.

출시 후 1년 남짓한 기간 만에 약 13배 증가한 규모다.

온코닉테라퓨틱스는 '자큐보' 매출 성장세에 힘입어 자체 개발한 신약이 창출한 수익을 다시 후속 신약에 재투자하는 R&D 선순환 구조도 구축하고 있다.

현재 차세대 항암 신약 파이프라인으로 네수파립을 확보했고, 제3암, 자궁내막암, 난소암, 위암 등 총 4개 적응증에서 임상 2상 단계에 착수했다. 특히 네수파립을 특정 암종에 국한되지 않고 다수의 적응증에 듣는 팬튜머(Pantumor) 치료 신약으로 개발한다는 방침이다.

온코닉테라퓨틱스 관계자는 "올해 국내외 주요 학회를 통해 네수파립의 성과를 지속 공유하며 네수파립 가치를 극대화할 계획"이라고 말했다.

/이청하 기자