# ABLY

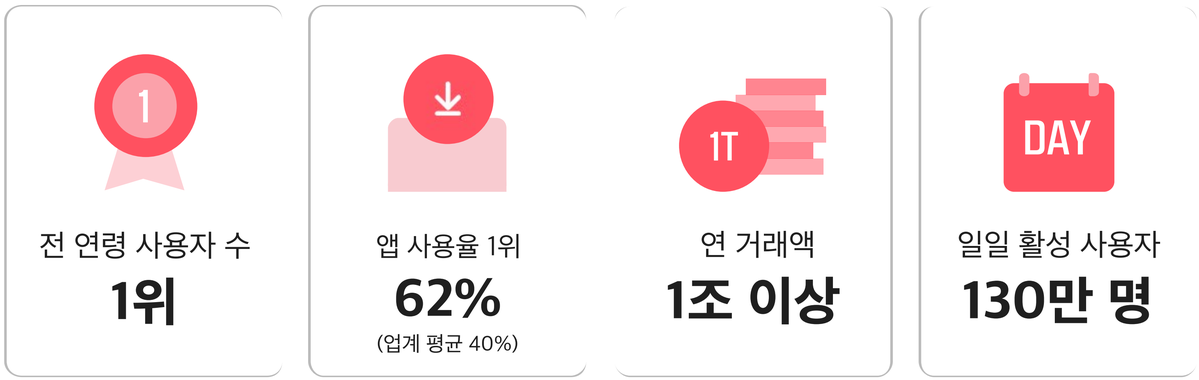
라이프 입점 제안서

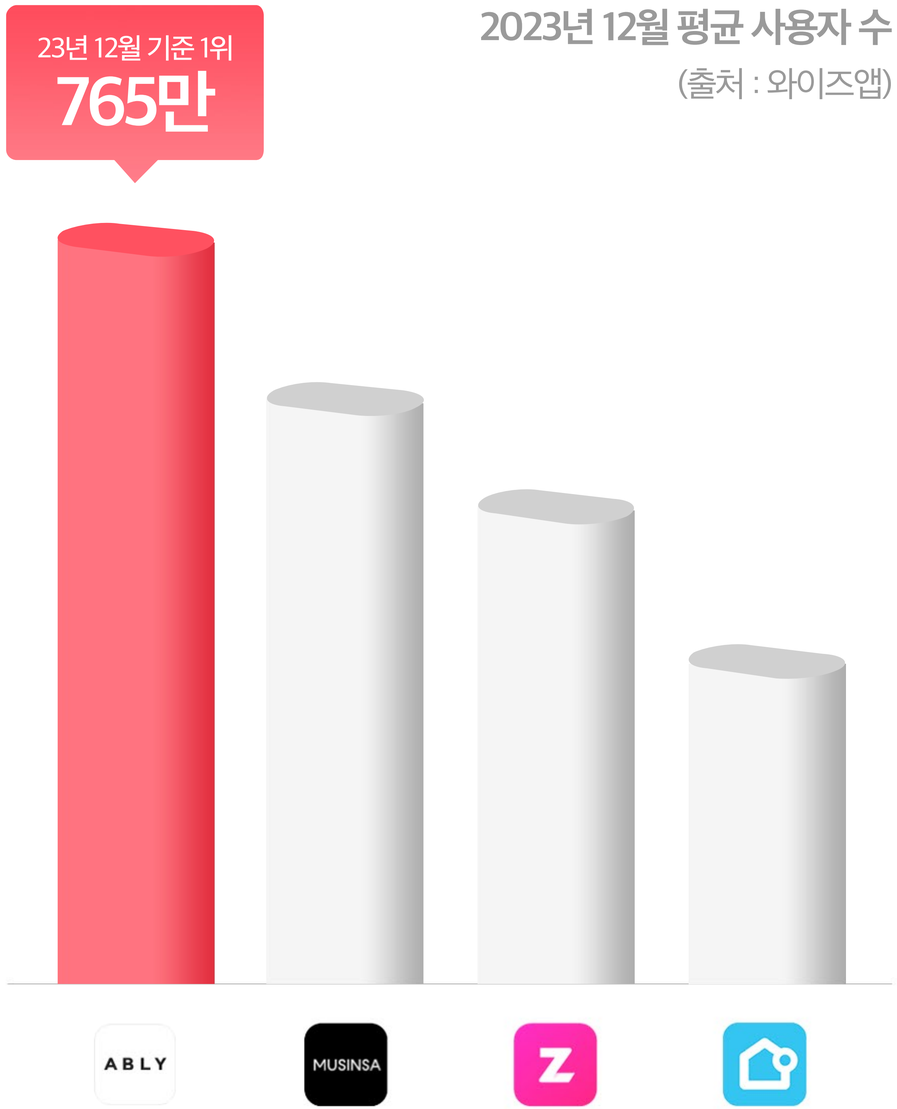
# 스타일 커머스앱 1위 에이블리!

업계 최초 월평균 사용자 수 765만 명으로 주요 전문몰 앱 중
**사용자 수 1위는 물론, 전 연령대에 걸쳐 가장 많이 사용하는 앱**으로 선정되었습니다.

2018년 앱 런칭 이후 **4년**만에 월 거래액 1천억 이상,
**연 거래액 1조**를 돌파하며 가장 빠르게 성장하고 있습니다.

탄탄한 사용자층과 상품 다양성을 기반으로 **취향 맞춤 스타일 커머스**
플랫폼의 입지를 굳히며 NEXT COMMERCE를 만들어가고 있습니다.



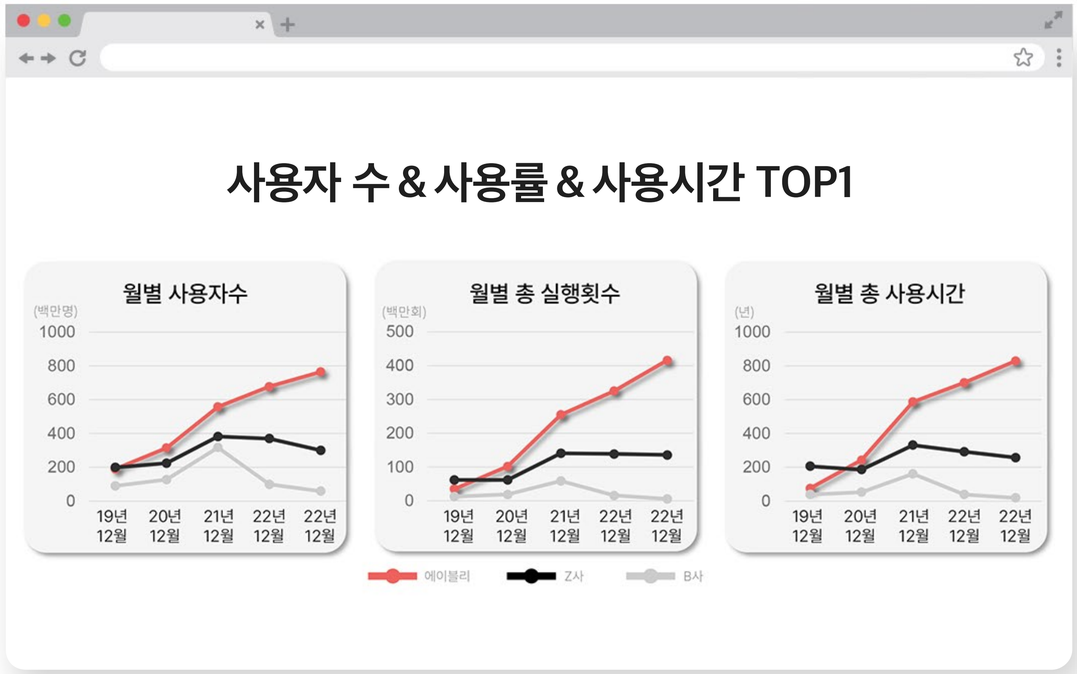



# 대표 리서치 기업 3사 서베이에서 사용자 수 1위

**2030 여성 10명 중 9명이 사용하는 업계 1위** 사용자 수와 사용률 업계 1위 앱으로서

신규 고객 확보 뿐 아니라 전략 상품의 시장 반응 테스트 및 트렌드 파악까지 빠르게 가능합니다.

자료 : Wiseapp, 리테일 굿즈 '전문몰 이용 동향'

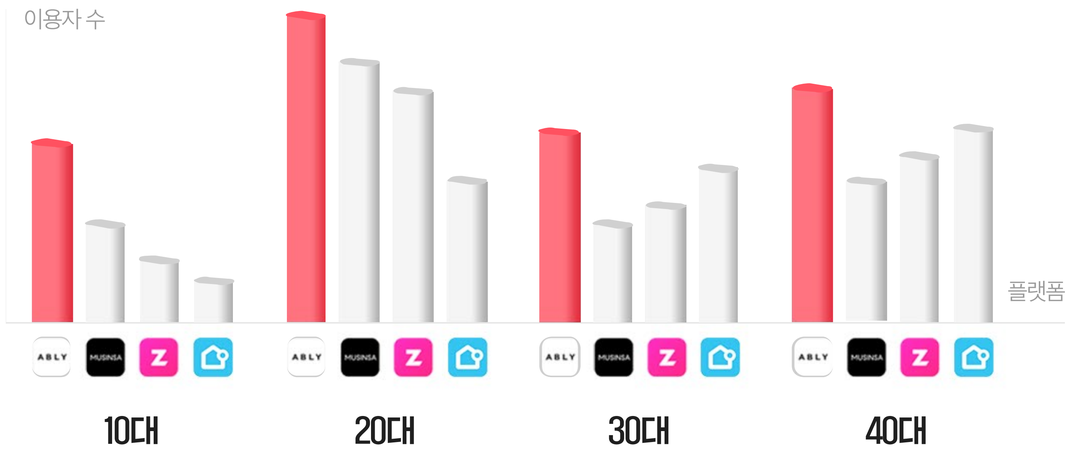



자료 : Wiseapp

# 전 연령대가 사랑하는 스타일 커머스 앱 에이블리

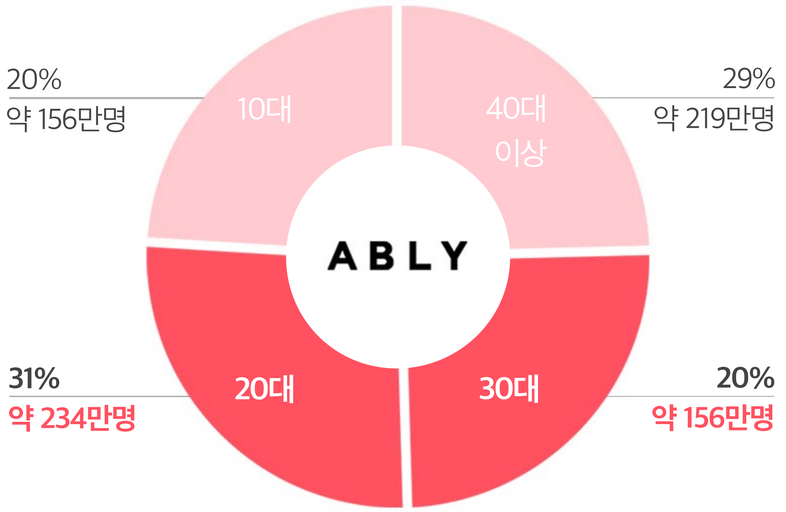
트렌드를 만들어가는 **1824** 타겟부터 구매력이 있는 **2534** 타겟까지, 에이블리는 **전 연령대 사용자 수 1위 플랫폼**입니다.
마켓은 에이블리의 765만 명 사용자들을 새로운 고객층으로 확보할 수 있습니다.

## 전 연령대 1위




Wiseapp 23년 12월 기준

## 2030 연령층 사용자 수 약 765만명

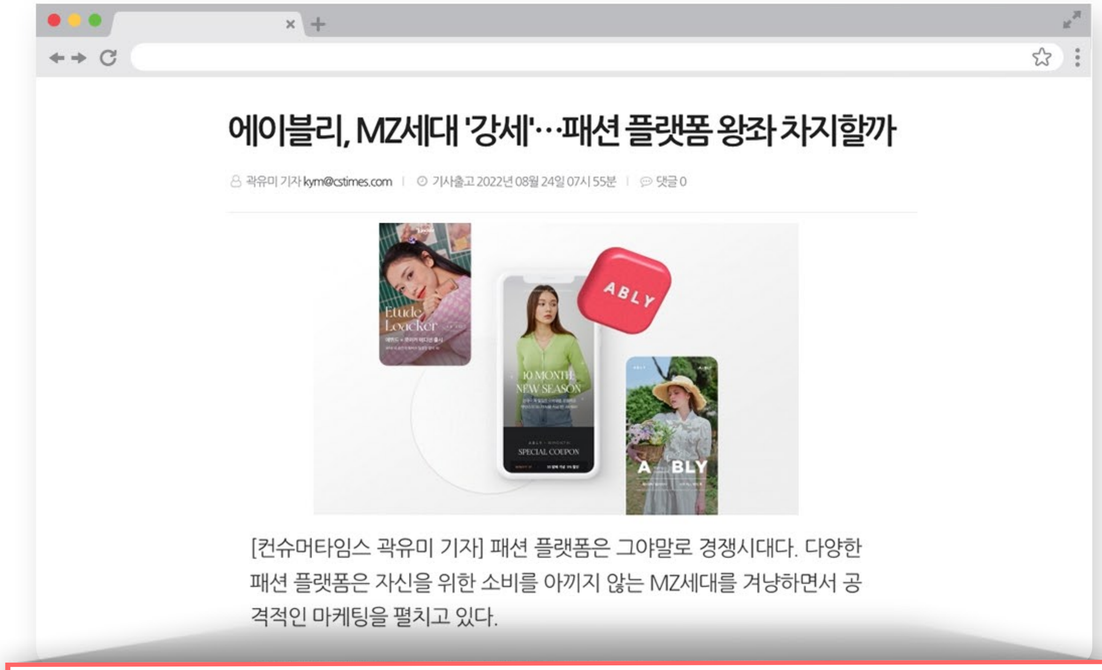



23년 12월 기준

# 라이프 카테고리 고속 성장

에이블리는 취향 맞춤형 스타일 커머스로 나아가고자 2010년 10월 라이프 카테고리 런칭 이후,

**매월 최대 매출을 기록**하며 꾸준한 성장을 이뤄내고 있습니다.



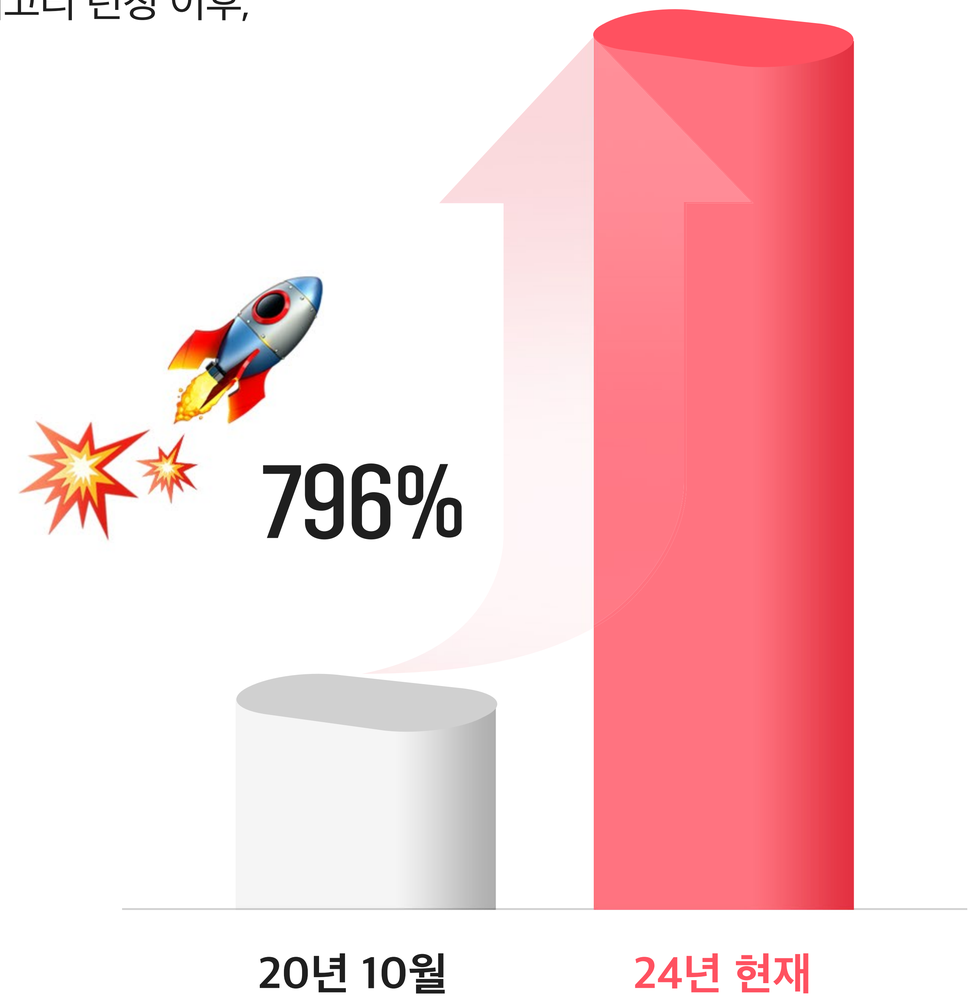
에이블리, MZ세대 '강세'…패션 플랫폼 왕좌 차지할까

곽유미 기자 kym@cstimes.com | 기사출고 2022년 08월 24일 07시 55분 | 댓글 0



[컨슈머타임스 곽유미 기자] 패션 플랫폼은 그야말로 경쟁시대다. 다양한 패션 플랫폼은 자신을 위한 소비를 아끼지 않는 MZ세대를 겨냥하면서 공격적인 마케팅을 펼치고 있다.

**라이프 카테고리 역시 론칭 1년 만에 거래액이 380% 증가했다. 디지털 카테고리의 경우에는 꾸준한 성장과 함께 지난 7월 거래액은 지난해 대비 110% 증가했다. 회사는 다양한 상품군을 원하는 고객들의 수요에 맞춰 푸드 카테고리도 확장했다.**



# 에이블리, 새 학기 기대감 개학룩·문구류 검색량 급증

# 에이블리, '기념일·선물' 카테고리 론칭…라이프 부문 다양화

# 에이블리, MZ세대 '강세'…패션 플랫폼 왕좌 차지할까

# 에이블리, '갓생' 위한 패션,뷰티,라이프 상품 거래액 증가

# 에이블리 푸드관 랭킹 상위권 휩쓸어... 취향대로 원하는 문구, 디자인 선택. 개성 중시하는 MZ세대 만족도 높아

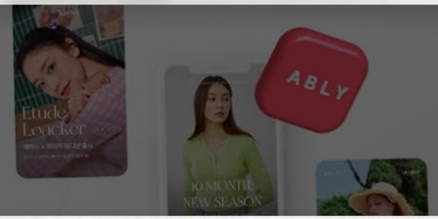
# "다시 돌아온 헤드폰 열풍"…에이블리 음향기기 거래액 급증

스타일 커머스 플랫폼 에이블리는 음향기기 카테고리의 거래액이 급증했다고 1
3일 밝혔다.올해 1~2월 기준 에이블리 내 음향기기 카테고리 거래액은 전년 대비
230%(3.3배) 증가했다. 지난달 6일부터 8일까지 진행한 음향기기 기획전에서
글로벌 테크 브랜드 소니(SONY)의 에이블리 내 거래액은 직전 동기간(2월 3일~5일)
대비 7배가량 증가했다. 동기간 사운드 전문 브랜드 브리츠(Britz)의 에이블리 거래액도
3배가량 대폭 늘었다

에이블리는 패션 업계를 휩쓴 'Y2K(2000년대 세기말 감성)' 트렌드가 음향기기

[컨슈머타임스 곽유미 기자] 패션 플랫폼은 그야말로 경쟁시대다. 다양한 패션 플랫폼은
자신을 위한 소비를 아끼지 않는 MZ세대를 겨냥하면서 공격적인 마케팅을 펼치고 있다.

에이블리(ABLY)는 올 상반기 거래액이 지난해 대비 65%가량 증가하면서 사상 최대치를
기록했다. 7월 거래액의 경우 70% 성장으로 빠른 성장세를 보이고 있다.
에이블리의 주요 소비층인 2030 여성 유저의 수는 지난해 대비 약 30% 증가했다.
에이블리코퍼레이션(대표 강석훈)이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 에이블리는 '[illegible]'
트렌드에 관련 패션, 뷰티, 라이프 상품 거래액이 지난해 대비 65%가량 증가했다고 1일 밝혔다. △ 갓생의 시작 '[illegible]'
…애슬레저 거래액 급증, 바디프로필 [illegible]
[illegible]어관 신설도
[illegible]에서는 헬스, 러닝, 홈트레이닝
[illegible]에 입기 좋은 상품의 인기가 돋보였다
[illegible] 에이블리 애슬레저 카테고리
거래액은 2021년 동기 대비 무려 23배(2,173%)

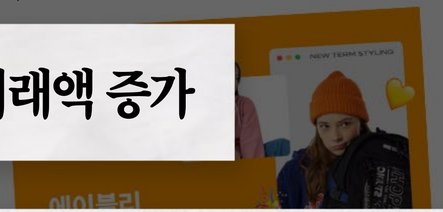



## "'자이언트 얀' 잘 나가네"…에이블리, 겨울 쇼핑 트렌드 공개

### 실시간 검색어·유저 데이터 기반 겨울 트렌드 공개

[데일리한국 천소진 기자] 에이블리는 실시간 검색어 및 유저 데이터를 기반으로 '2022 패션, 뷰티, 라이프 겨울
[illegible]
[illegible]'는 80만 건 이상 검색
[illegible]을 느낌과 멋스러움을 갖춘 소품
[illegible] 실시간 검색어 순위 1위를 차지
[illegible]30%), '털가방'(290%)도 많은 관심을
[illegible]보가 시작된 지난주(지난달 21~
받았다.패딩, 핸드메이드 코트 등 두꺼운 아우터 [illegible]

## 에이블리, 새 학기 기대감 개학룩 · 문구류 검색량 급증




교복 아우터·가디건 등 10대 스타일링 검색 패턴
가방·실내화 등 등교 준비 위한 패션 잡화 키워드 상위 랭크
20대는 개강룩·봄 외출복 동시 활용 가능 아이템 선호
학용품, 라이프 카테고리 내 압도적 1위 차지

에이블리 2월 소비자 앱 이용 현황 분석 결과 등교를 앞둔 1
[illegible]련 상품 검색량과 주문량이
[illegible]룩과 어울리는 스타일링을
[illegible]' 키워드는 2월 첫째 주
[illegible]어나며 상위 검색어에

[이데일리 문다애 기자] 패션, 뷰티, 라이프까지 활발한 영역 확장을 보여주고 있는 에이블리가 푸드 [illegible]
테고리를 정식 론칭하며 MZ세대 입맛 잡기에 나선다.

에이블리는 식생활에 있어서도 개성과 취향이 담긴 상품을 경험할 수 있도록 푸드 카테고리를 오픈했
다고 6일 밝혔다.

에이블리 푸드 카테고리는 △과자/쿠키 △초콜릿/젤리/캔디 △그릭요거트/아이스크림 △그래놀라/시
리얼 △도시락/식단관리 △간편식 △떡/베이커리 △차/커피/음료 등 MZ세대 맞춤형 간식코너로 구성
했다. 채소, 해산물, 육류 등 신선식품 장보기를 위한 기존 식료품 플랫폼과 달리, 떡켓팅과 빵켓팅 등
로운 간식 문화를 선도하는 MZ세대 특성을 [illegible]

## 에이블리, '갓생' 위한 패션,뷰티,라이프 상품 거래액 증가 "운동복,이너뷰티,다이어리 함께 구매"

[스페셜타임스 최선은 기자] MZ세대를 중심으로 부지런하며 스스로에게 집중하는 삶을 뜻하는 '갓생('God'과 '인생'의 합성어)' 열풍이 불고 있다. '미라클모닝(이른 아침 일어나 자기 계발을 하는 것)' '[illegible]

에이블리코퍼레이션(대표 강석훈)이 운영하
는 스타일 커머스 플랫폼, 에이블리는 '[illegible]'
트렌드에 관련 패션, 뷰티, 라이프 상품
증가했다고 1일 밝혔다. △ 갓생의 시작
…애슬레저 거래액 급증, 바디프로필 [illegible]
[illegible]어관 신설도
[illegible]에서는 헬스, 러닝, 홈트레이닝
[illegible]에 입기 좋은 상품의 인기가 돋보였다
[illegible] 에이블리 애슬레저 카테고리
거래액은 2021년 동기 대비 무려 23배(2,173%)

## 에이블리, MZ세대 '강세'…패션 플랫폼 왕좌 차지할까

[illegible]일 커머스 플랫폼 '에이블리'에 선물
[illegible]템 수요가 증가에 따라 '기념일·선물'
[illegible]테고리를 새로 선보이고, 라이프
[illegible]테고리를 다양화한다고 28일 밝혔다.

[illegible]기념일·선물' 카테고리는 ▲용돈박스 ▲
[illegible]에터링/각인 ▲파티/풍선 ▲꽃다발 ▲
[illegible]드로잉/포토로 구성했다. 나만의
[illegible]아이템을 자체 제작할 수 있는 품목부터
[illegible]다양한 기념일을 대비한 이색 선물까지
[illegible]재미 요소를 더해 라인업을 강화했다.
[illegible]카테고리 시범 운영 기간인 지난 4월 12
[illegible]일부터 25일까지 에이블리 '이벤트 및
[illegible]선물' 관련 상품 거래액은 전년 동기 대비
[illegible]76% 증가했다. 25일 기준 '기념일·선물'
[illegible]카테고리 상품 수도 전년 대비 424%
[illegible]늘었다.

[illegible]에이블리 4월 3주차(18일~2
[illegible]앱 이용 현황 분석 결과, '어
[illegible]키워드 검색량은 4월 첫 주
[illegible]로 대폭 증가했다. '카테이션'

에이블리는 이러한 현상의 원인으로 기념일과 이벤트에 '소확템'을 선물하는 트렌드가 자리 잡은 것을 꼽았다. 특히 MZ세대를 중심으로 값비싼 아이템보다 레터링, 드로잉 같은 자체 제작 상품 또는 재미와 추억을 선사하는 이색 상품을 소소하지만 확실한 선물로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 지난 25일부터 실시한 '어버이날 효도템' 기획전 인기 상품 1위 역시 '주문제작 감사장'이 차지했으며, 2위는 꽃장식, 과일상자 등으로 위장한 '반전 용돈박스'로 조사됐다.

이밖에 '카네이션 무드등', '각인 머그 등 톡톡 튀는 아이디어 상품들이 판 상위권에 이름을 올렸다.

에이블리 관계자는 "가벼운 선물 [illegible]
[illegible]어관 신설도

## "'자이언트 얀' 잘 나가네"…에이블리, 겨울 쇼핑 트렌드 공개

### 실시간 검색어·유저 데이터 기반 겨울 트렌드 공개

[데일리한국 천소진 기자] 에이블리는 실시간 검색어 및 유저 데이터를 기반으로 '2022 패션, 뷰티, 라이프 겨울
[illegible]
[illegible]'는 80만 건 이상 검색
[illegible]을 느낌과 멋스러움을 갖춘 소품
[illegible] 실시간 검색어 순위 1위를 차지
[illegible]30%), '털가방'(290%)도 많은 관심을
[illegible]보가 시작된 지난주(지난달 21~
받았다.패딩, 핸드메이드 코트 등 두꺼운 아우터 [illegible]

## 에이블리, 새 학기 기대감 개학룩 · 문구류 검색량 급증




교복 아우터·가디건 등 10대 스타일링 검색 패턴
가방·실내화 등 등교 준비 위한 패션 잡화 키워드 상위 랭크
20대는 개강룩·봄 외출복 동시 활용 가능 아이템 선호
학용품, 라이프 카테고리 내 압도적 1위 차지

에이블리 2월 소비자 앱 이용 현황 분석 결과 등교를 앞둔 1
[illegible]련 상품 검색량과 주문량이
[illegible]룩과 어울리는 스타일링을
[illegible]' 키워드는 2월 첫째 주
[illegible]어나며 상위 검색어에

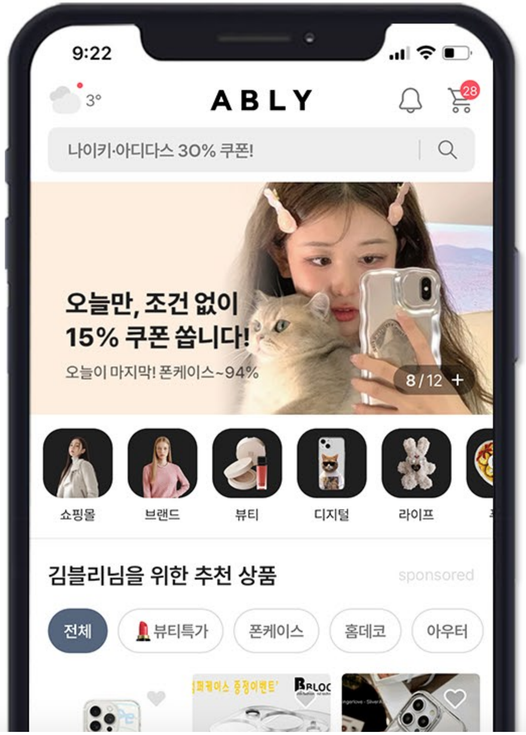
[이데일리 문다애 기자] 패션, 뷰티, 라이프까지 활발한 영역 확장을 보여주고 있는 에이블리가 푸드 [illegible]
테고리를 정식 론칭하며 MZ세대 입맛 잡기에 나선다.

에이블리는 식생활에 있어서도 개성과 취향이 담긴 상품을 경험할 수 있도록 푸드 카테고리를 오픈했
다고 6일 밝혔다.

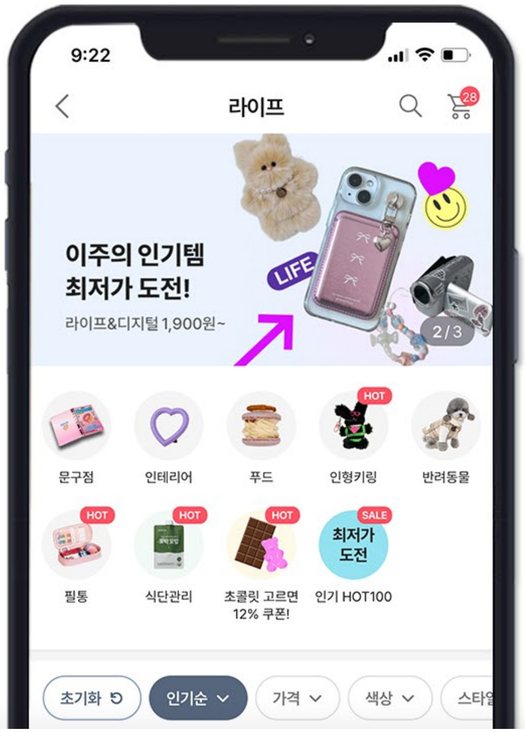
에이블리 푸드 카테고리는 △과자/쿠키 △초콜릿/젤리/캔디 △그릭요거트/아이스크림 △그래놀라/시
리얼 △도시락/식단관리 △간편식 △떡/베이커리 △차/커피/음료 등 MZ세대 맞춤형 간식코너로 구성
했다. 채소, 해산물, 육류 등 신선식품 장보기를 위한 기존 식료품 플랫폼과 달리, 떡켓팅과 빵켓팅 등
로운 간식 문화를 선도하는 MZ세대 특성을 [illegible]

# 라이프 카테고리 입점 효과 01

에이블리 전체 유저에게 노출되는 구좌를 활용하여
효과적인 브랜딩 및 판매 전략을 설계할 수 있습니다.

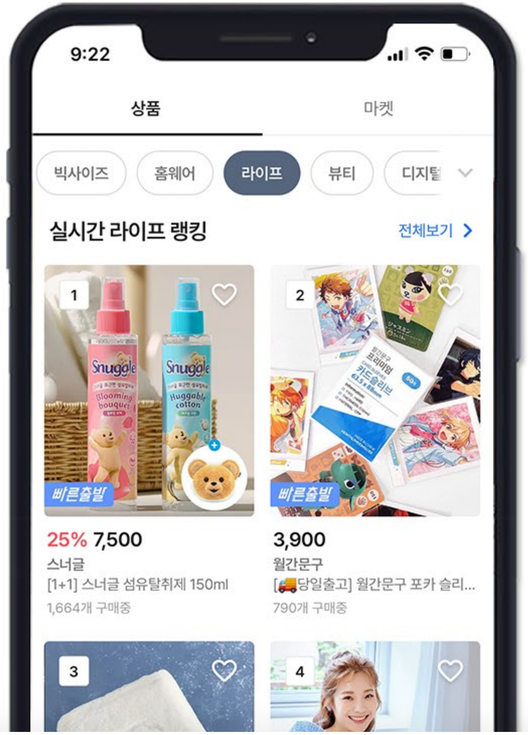



765만 월 활성유저에게 노출되는
**개인화 추천 메인 구좌**




패션과 구분되어 노출되는
**라이프관 메인 구좌**

카테고리별 셀링 포인트를 반영한
**카테고리 배너 + 숏컷 아이콘 구좌**



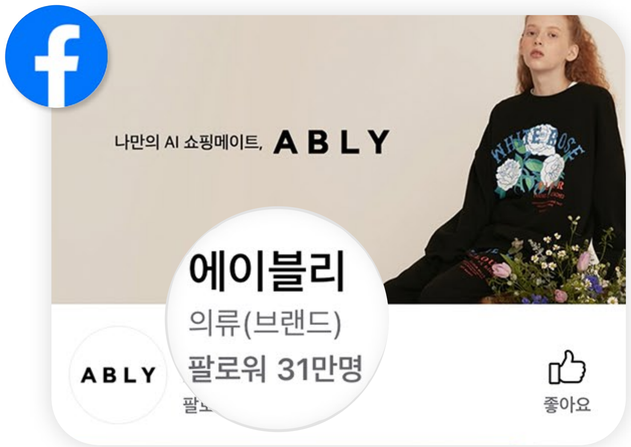

트렌드를 확인할 수 있는
**실시간 상품/마켓 랭킹 페이지**

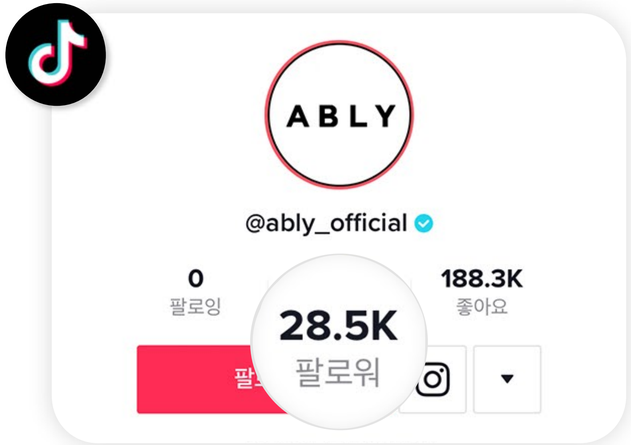
# 라이프 카테고리 입점 효과 02

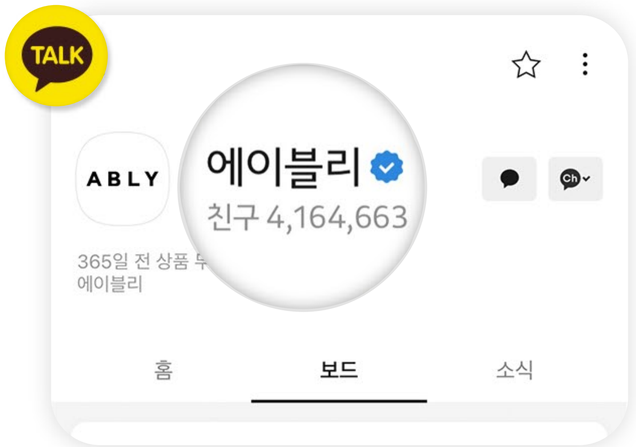
에이블리 765만 유저 뿐만 아니라 다양한
외부채널에서의 노출을 통한 **마케팅 홍보** 효과

## 추가 리타겟팅 광고 지원

유저가 앱에서 구경한 상품을
페이스북 / 인스타그램에서 다시 노출시켜주는
리타겟팅 광고를 입점사 중 선별된 브랜드에
무료로 제공합니다.

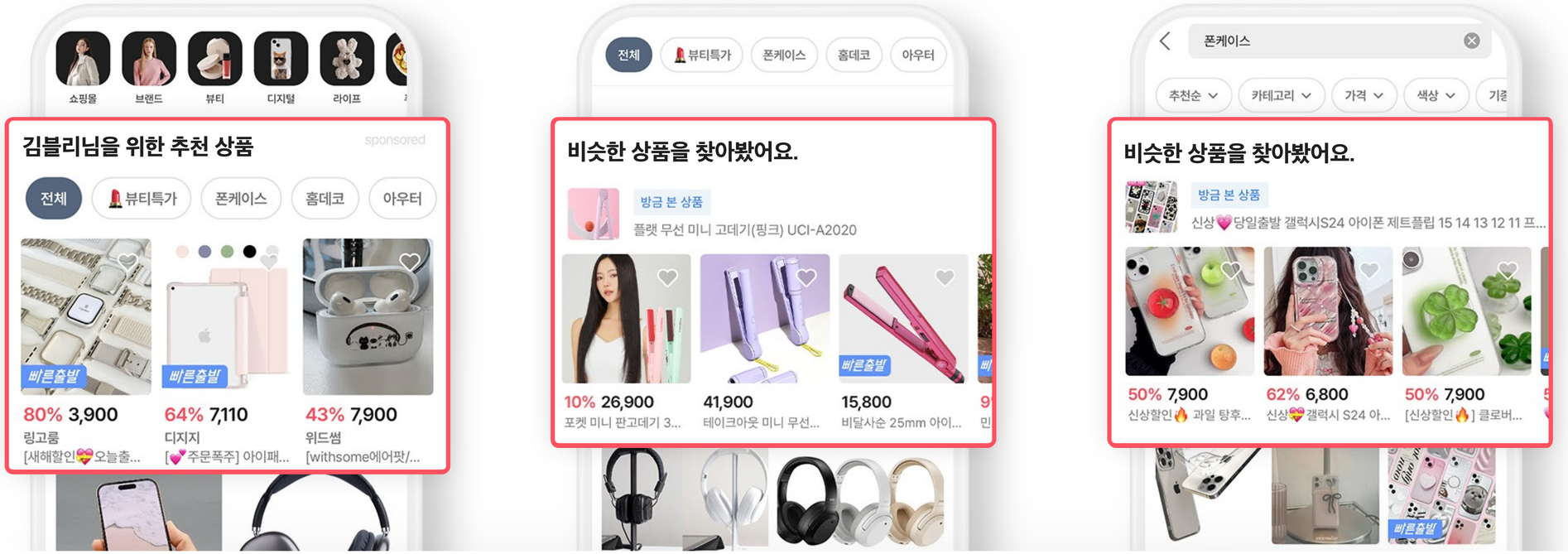


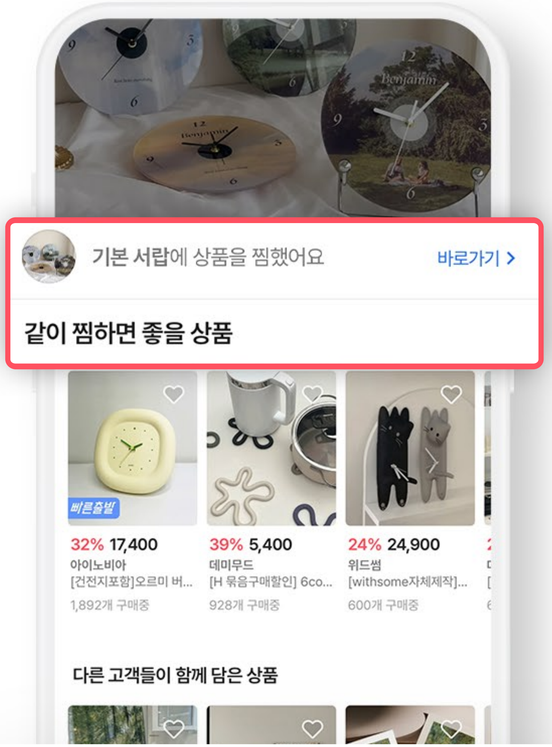



# AI 기반 개인화 추천 서비스 01

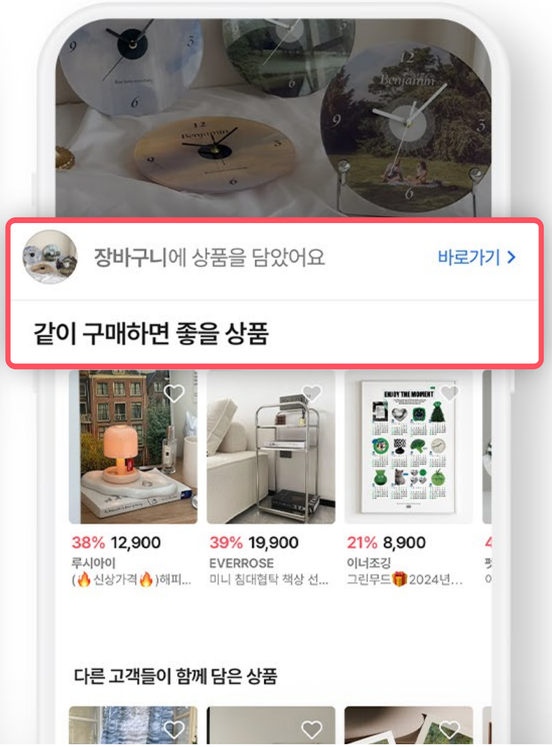
에이블리의 성장 원동력은 **AI 기반 개인화 추천 서비스**입니다. 상품 뷰와 구매이력 등 빅데이터 기반 AI 알고리즘을 바탕으로
가장 적합한 고객에게 상품을 추천하여 구매 전환율을 높입니다. 에이블리만의 차별화된 기술력을 바탕으로
가장 쉽고 빠르게 **전 연령대의 사용자들을 마켓 충성 고객**으로 확보할 수 있습니다.



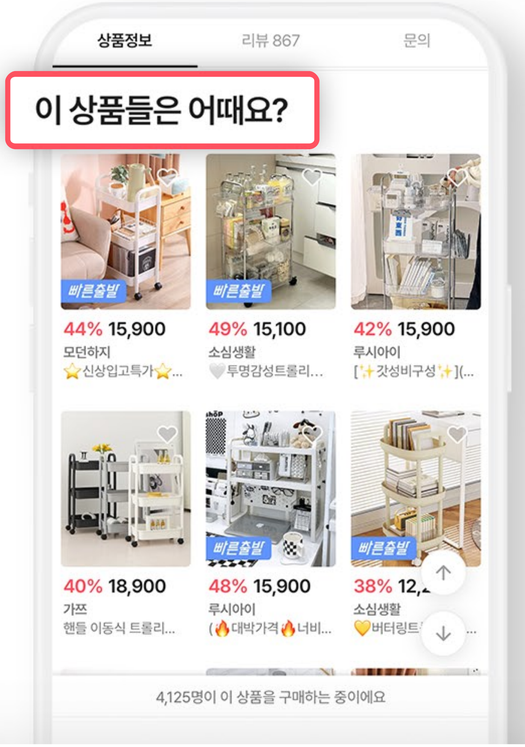
# AI 기반 개인화 추천 서비스 02



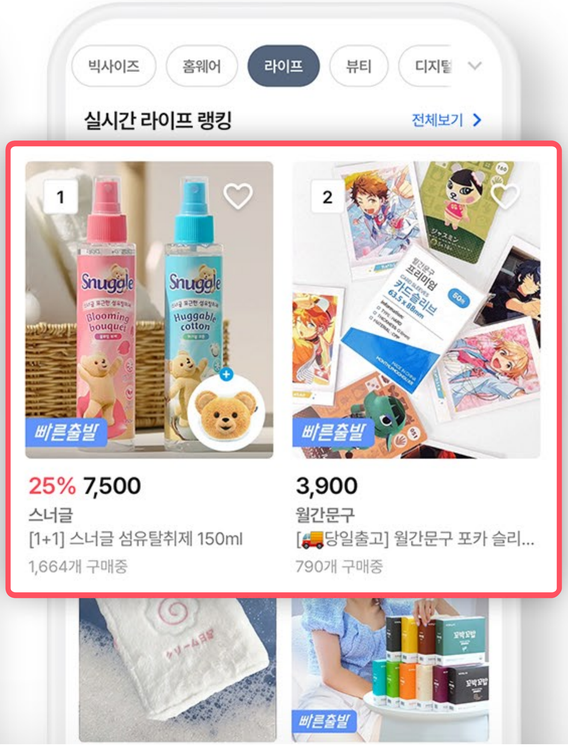

1. 같이 찜하면 좋을 상품 (찜하기)




2. 같이 구매하면 좋을 상품 (장바구니)

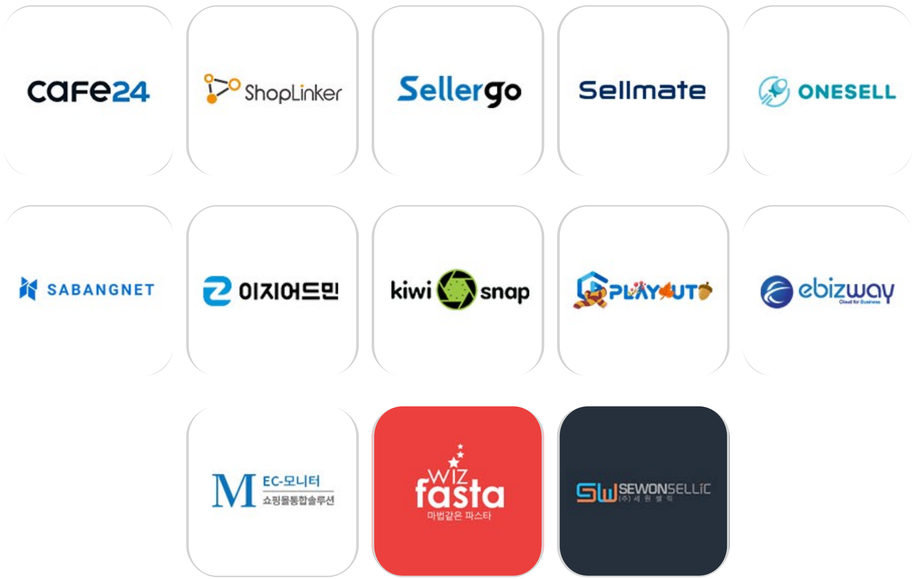



3. 추가 상품 추천 (상세 페이지)

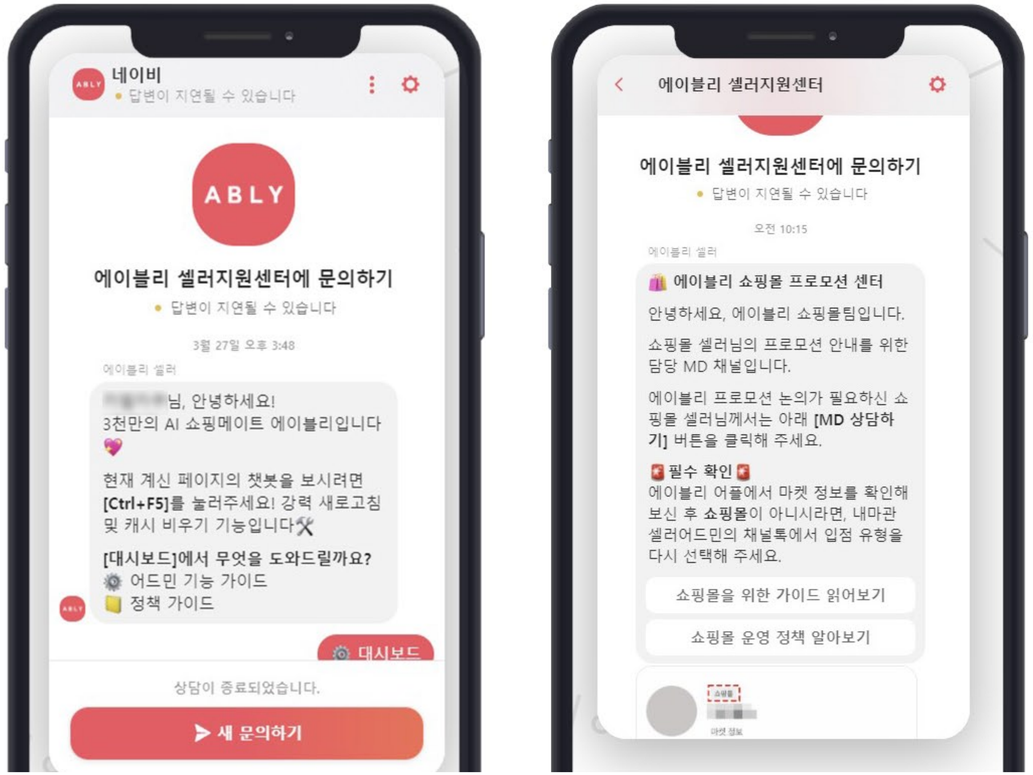



4. 실시간 랭킹 전체보기 (카테고리)

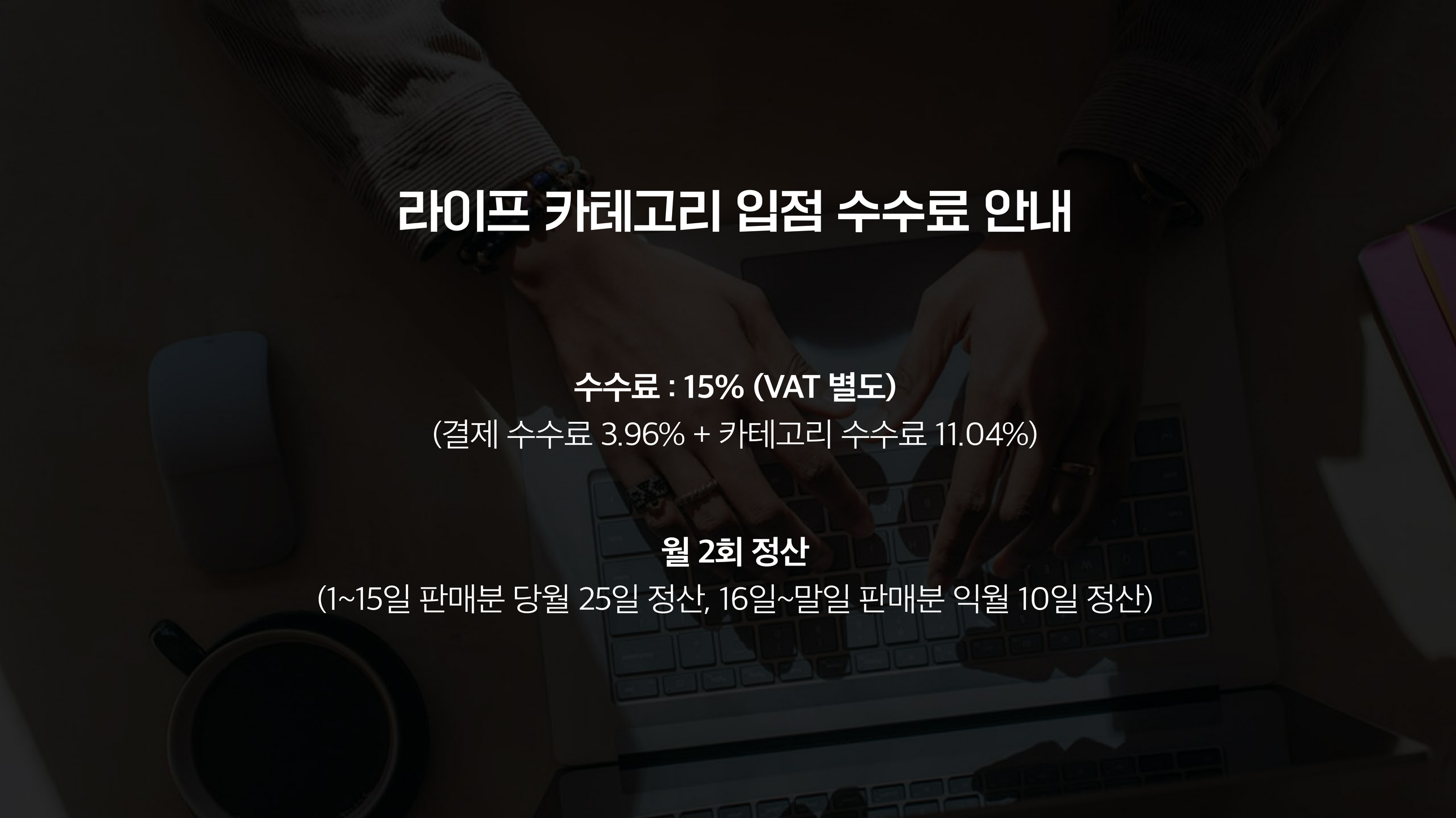
# 에이블리 운영 편의 기능




에이블리는 셀러님의 편리한 운영을 위해
**다양한 외부 솔루션 연동**을 제공하고 있습니다.




**에이블리 채널톡**을 통해 운영 및 프로모션 문의도
**각 담당자와 빠르게 소통**이 가능합니다.



# 라이프 카테고리 입점 수수료 안내

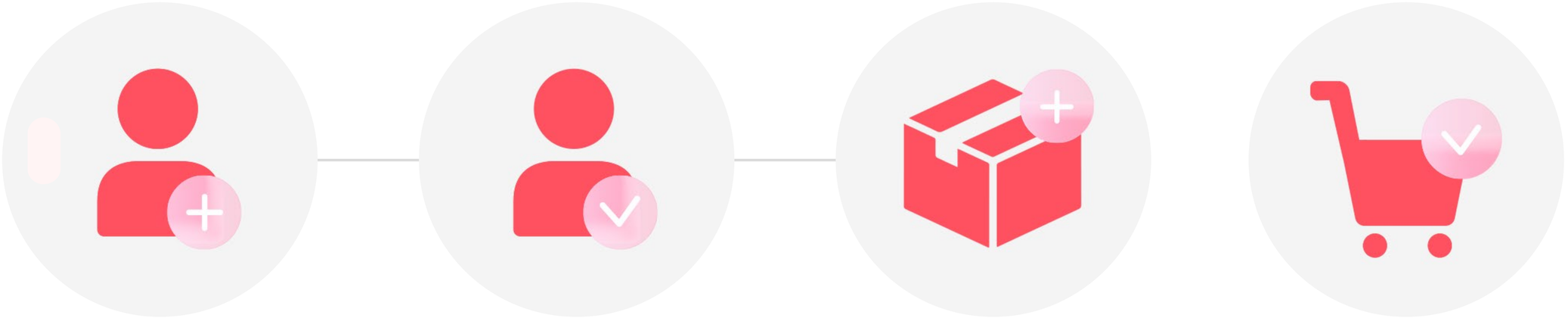
**수수료 : 15% (VAT 별도)**

(결제 수수료 3.96% + 카테고리 수수료 11.04%)

**월 2회 정산**

(1~15일 판매분 당월 25일 정산, 16일~말일 판매분 익월 10일 정산)

# 간편 입점 절차



**어드민 회원 가입**

**셀러 승인**
(2일 이내)

**상품 등록**

**판매 시작**

ABLY

**[에이블리 라이프팀]**

**E-MAIL** ably_life@a-bly.com
**라이프 프로모션 문의** http://pf.kakao.com/_FSxndK

입점 및 프로모션에 관한 문의사항이 있으시다면 연락 부탁드립니다.