

보도자료

## 전 세계 소비자 절반 이상 “광고 보고 제품 구매 경험” 크리테오, 2025 글로벌 소비재 트렌드 리포트 발표

*전 세계 소비자 51%가 광고 보고 구매...58%는 신규 브랜드에서 구매  
제품 사양과 가격 비교(40%), 최적의 할인 확인(38%), 제품 관련 질문 해결(32%) 등에 AI 활용*

**2025 년 11 월 5 일(수)** – 커머스 생태계를 연결하는 글로벌 플랫폼 크리테오(Criteo)는 전 세계 소비자의 절반 이상이 소비재(CPG) 제품 광고를 보고 실제 구매한 경험이 있으며, 전략적 광고 배치와 AI 활용이 소비자의 소비재 구매 행동을 촉발한다고 분석했다.

크리테오는 한국을 포함한 6 개국 소비자 6 천 명과 글로벌 브랜드·리테일러 400 곳을 대상으로 한 ‘글로벌 소비재 트렌드 리포트(Global CPG Pulse 2025)’를 발표했다. 이번 조사에서는 49 억 건 이상의 실제 구매 기반 거래 데이터를 분석해 소비자 행동과 광고 영향력을 추적했다.

조사 결과, 전 세계 소비자의 약 41%가 지난 1 년간 온라인 소비재 제품 구매가 증가했다고 답했으며, 한국 소비자의 42%도 작년 대비 지출이 늘었다고 응답했다. 특히 연말 시즌을 앞두고 소비재 부문 매출은 더욱 증가할 것으로 예상된다. 지난해 미국 소비재(CPG) 부문은 두 자릿수 성장을 기록했으며, 식료품 거래량은 11 월 77%, 12 월 96% 증가했다. 건강·뷰티 카테고리는 11 월 한 달 동안 미국 42%, 유럽 32%, 아시아·태평양(APAC) 20% 증가했다.

이처럼 소비재 구매가 증가하는 가운데, 광고와 AI 는 소비자의 구매 결정에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전 세계 응답자의 51%는 지난 30 일간 광고가 실제 구매를 유도했다고 답했으며, 같은 기간 58%는 광고를 보고 신규 브랜드를 시도했고, 61%는 계획에 없던 상품을 장바구니에 담은 경험이 있었다.

AI 를 활용하는 소비자 중 약 69%는 제품 구매 전 여러 사이트를 비교·검색했으며, 신규 브랜드를 시도하는 비율(63%)과 새로운 소매업체 제품을 구매하는 비율(50%)도 높았다. 이들 중 57%는 광고가 구매 결정에 중요한 역할을 했다고 응답해, AI 활용 여부에 따라 소비자 행동에 차이가 있는 것으로 분석됐다.

또한 AI 는 온라인 쇼핑에서 구매 편의성과 신뢰도를 높이는 핵심 도구로 활용되고 있다. 제품 사양과 가격 비교(40%), 최저가 확인(38%), 제품 관련 문의(32%) 등 다양한 쇼핑 과정에서 AI 를 활용하며, 이를 통해 소비자들은 보다 신속하고 자신 있게 구매 결정을 내리는 것으로 나타났다.

크리테오는 이러한 AI 와 광고의 영향력을 바탕으로, 기업들이 리테일 미디어를 활용해 맞춤형 제품 추천 알고리즘을 활용해 소비자가 원하는 제품을 경쟁력 있는 가격으로 제공하고, 개인화된 풀 퍼널 캠페인을 조기에 전개함으로써 빠르게 변화하는 AI 이용 소비자를 신규 고객으로 유입시키고, 구매



전환을 효과적으로 공략할 수 있다고 분석했다.

소비재 산업에서는 브랜드 충성도가 낮은 특징도 드러났다. 제품 품목과 시장에 따라 최대 70%에 달하는 소비자가 지난 1년간 구매하지 않았던 신규 브랜드 제품을 시도했으며, 평균 36개의 제품을 비교하고 평균 19일간 고민한 후 구매를 결정했다.

한국 시장에서 신규 브랜드 구매 경험이 가장 높은 카테고리는 스킨케어(35%)였으며, 이어 목욕용품·바디케어(29%), 사탕·초콜릿(26%) 순으로 나타났다. 또한 한국 소비자들은 구매 결정을 내리기 전 다양한 제품을 꼼꼼히 비교하는 경향을 보였으며, 커피는 평균 10개의 제품(SKU), 스킨케어는 6개, 비타민·보충제는 5개의 제품을 비교·검토하는 것으로 조사됐다.

한편, 크리테오는 디지털 쇼핑에 설렘과 감성을 더하고 브랜드와 소비자 간 연결을 강화하기 위해 지난 7월 '커머스에 대한 진심을 담아(For the love of commerce)'라는 전략적 방향을 제시했다. 7억 2천만 명에 달하는 일일 활성 사용자 데이터를 바탕으로 직관적이고 연결된 쇼핑 경험을 구축하며, 크리테오는 AI 기반 커머스 솔루션을 통해 전 세계 브랜드가 소비자와 더욱 효과적으로 접점을 형성하도록 지원하고 있다.

###

### **크리테오에 대하여**

크리테오(Criteo, NASDAQ: CRTO)는 브랜드, 리테일러, 에이전시 및 매체사를 위한 글로벌 커머스 미디어 플랫폼으로, 독보적인 커머스 데이터와 인공지능(AI) 기술을 활용하여 쇼핑 여정 전반에서 소비자와 제품을 효과적으로 연결합니다. 크리테오는 연간 1조 달러 이상의 커머스 거래 데이터를 독점적으로 확보하여, 고객에게 개인화된 광고 경험을 제공하고 브랜드의 비즈니스 성과를 극대화합니다. 전 세계 수천 개의 고객사 및 파트너와 협력하여, 커머스 미디어의 복잡성을 간소화하고 비즈니스의 지속 가능한 성장을 지원하는 데 필요한 기술, 솔루션 및 인사이트를 제공합니다. 자세한 정보는 [www.criteo.com/kr](http://www.criteo.com/kr)에서 확인할 수 있습니다.