

Retail Spotlight Report

2025년 새해가 밝았습니다!

새해의 시작과 함께 Retail Spotlight 1월호를 통해 인사드리게 되어 기쁘게 생각합니다. 이번 1월호는 '라이프스타일 트렌드'를 중심으로 준비했습니다.

빠르게 변화하는 글로벌 시장 환경과 국내 유통업계의 주요 흐름을 분석하여, 유통 채널별 성장 가능성, 소비자 행동의 세분화된 패턴, 그리고 2025년을 주도할 라이프스타일 트렌드에 대한 다양한 데이터와 인사이트를 제공하고자 합니다.

새해를 맞아 여러분의 사업에 실질적인 도움을 드리고, 새로운 기회를 모색할 수 있는 방향성을 제시하는 데 중점을 두었습니다. Retail Spotlight가 제공하는 정보와 분석이 다가올 한 해의 성공적인 전략 수립에 기여하길 바랍니다.

더 궁금하신 점이나 추가로 필요하신 정보가 있으시면 언제든지 연락 주십시오.

마켓링크 D&C 사업부





[ChatGPT-4o 를 이용한 생성 이미지]

마켓링크 데이터 상품 소개 ----- 3~5

1. 국내외 유통동향 ----- 6

1.1 해외 유통동향 ----- 7~8

1.2 국내 유통동향 ----- 9~10

2. 라이프스타일 ----- 11

2.1 라이프스타일: 요약 ----- 12~16

2.2 라이프스타일: 건강 ----- 17~19

2.3 라이프스타일: 면세/명품 ----- 20~21

2.4 라이프스타일: 가전 ----- 22~24

2.5 라이프스타일: 일상생활 ----- 25~30

2.6 라이프스타일: 엔터테인먼트 ----- 31~33

2.7 라이프스타일: 정기구독 ----- 34

Triangle Market Analytic



01 Triangle Market Analytic

- 「RPI를 대체 하기 위하여 방법론 보완된 서비스
- 「대형마트, 체인슈퍼, 조합마트 데이터 소스 변경
- 「5개 채널, 16개 광역 시도, SKU단위 성과

02 구독 채널 Option

- 「대형마트, 체인슈퍼, 조합마트, 편의점, 개인슈퍼
- 「편의점, 개인슈퍼 (기존 RPI와 동일 방법론)
- 「편의점, 개인슈퍼, 대형슈퍼/식자재마트

Key Account Data

01 유통사 POS 데이터

- 「카테고리, 점포, SKU 주간단위 성과
- 「주요 유통사별 경쟁력 및 기회요인 분석



02 실구매 영수증 데이터

- 「지류/전자영수증을 앱을 통하여 수집 후 데이터화
- 「카테고리 상세 트렌드, 브랜드 스위칭 및 프로파일 분석



Holistic 360



- 「F&B: 소비자 2만명의 식음료 음식점 결제 데이터
- 「학교급식: 초중고 급식 식재료 소비 데이터
- 「음식점 메뉴: 전국 10만개 음식점 메뉴 데이터
- 「Store Barometer: 점포 경쟁력, 출점 및 상권분석
- 「무인 점포: 아이스크림 전문점 POS 데이터
- 「분석 모델링: 내/외부 유효변수를 활용한 모형 구축

마케팅 상품 소개 : 이커머스 소비자 결제 데이터

마케팅은 이커머스 유통사별 소비자 구매 정보 수집된 로우 데이터를 활용
자사 상품 분석 및 소비자의 구매 행태 정보를 통해 마케팅에 활용 가능

이커머스 결제 데이터 활용의 필요성



마케팅 소비자 결제데이터 기반 이커머스 머신 러닝 데이터 프로세스



소비자 결제데이터 기반
구매내역수집

마케팅
AI/ML 기반
카테고리 및 유형분류

카테고리내아이템별
1) 소비자 프로파일
2) 구매액/구매수량
3) 자사상품이 담긴 바스켓
사이즈 및 브랜드 스위칭*

고객사 Rawdata 전달

* 해당 상품이 대표 상품이 아닌 바스켓의 경우 데이터에서 제외됨

DATA 제공범위

Market	<p>소비자 결제기반 구매데이터 (예, 쿠팡, 올리브영, 다이소)</p> <ul style="list-style-type: none"> - AI/ML을 통한 정제된 카테고리 - 아이템의 월간 단위 Non-Projection Data - 아이템의 주 구매고객 Demo Profile: 성별, 연령대별 (5세 단위, 20세~69세) - 내 상품이 담긴 바스켓 사이즈 (*대표상품으로 포함된 경우에 한함)
Product	
Fact	아이템별 월간 구매수량 및 구매액
Output	Excel Output 형태로 제공

※ 데이터 및 서비스 구매 문의 : 강원민 이사 (wmkang@marketlink.co.kr)

마켓링크 상품 소개 : 음식점 매입 데이터

전국 7대 광역시 소재 외식업장 매입데이터를 가공 및 분석
 사업자와 공급자의 매입 관련 패턴 분석 및 주요 상품의 판매 성과를 제공

음식점 매입 데이터 제공 가능 옵션

	정의	사업자 번호를 활용한 주요 음식점 매입패턴 분석 및 공급처 데이터
	지역	전국 7대 광역시 (서울/부산/대구/인천/광주/대전/울산)
	카테고리	간장, 고추장, 된장, 쌈장, 식용유, 밀가루, 맥주, 소주, 음료 등 주요 식자재류
	분석 기간	최근 2년치 데이터
	Output	Excel Output 형태로 제공

음식점 매입 데이터의 활용

- 지역별 카테고리(브랜드)의 매입 추이를 통한 자사 상품의 영업력 재고
- 지역별 매입 시장 변화를 이해하고 기회 요인 포착
- 정기적인 소비 동향 파악으로 선제적 대응
- 자사 / 경쟁사의 브랜드 스위칭 매입 현황 확인

데이터 활용 예시

사업자 (매입자) 측면의 지역별
 브랜드 월별 매입 현황

시도	A 브랜드 매출비중 (%)				
	24년 1월	24년 2월	24년 3월	24년 4월	25년 5월
강원	11.5%	48.3%	40.2%	26.9%	11.1%
경기	12.9%	35.6%	51.6%	30.1%	8.2%
경남	17.7%	35.1%	47.1%	41.5%	8.1%
경북	8.8%	35.9%	55.2%	37.4%	8.3%
광주	10.4%	24.3%	65.7%	55.6%	5.6%
대구	11.2%	32.3%	51.4%	41.4%	1.4%
대전	14.8%	15.2%	34.3%	34.2%	1.2%
부산	13.6%	15.2%	34.3%	34.2%	8.6%
서울	11.5%	15.2%	34.3%	34.2%	7.5%
세종	11.5%	15.2%	34.3%	34.2%	7.1%
울산	11.5%	15.2%	34.3%	34.2%	8.9%
인천	11.5%	15.2%	34.3%	34.2%	8.1%
전남	16.0%	29.9%	52.8%	40.6%	6.9%
전북	16.0%	29.1%	54.9%	37.4%	6.7%
제주	3.2%	28.6%	68.2%	7.5%	6.6%
충남	12.6%	48.0%	39.4%	29.4%	11.1%
충북	6.6%	34.2%	59.2%	15.5%	7.9%

브랜드별 사업자수 및
 공급자수 월별 추이

시도	A 브랜드취급 사업자수					A 브랜드취급 공급자수				
	24년 1월	24년 2월	24년 3월	24년 4월	25년 5월	24년 1월	24년 2월	24년 3월	24년 4월	25년 5월
강원	1062	1251	1251	851	451	262	451	451	51	120
경기	6343	6039	6039	5639	5239	5543	5239	5239	4839	4439
경남	2131	2058	2058	1658	1258	131	58	158	258	258
경북	1728	1791	1791	1391	991	928	991	991	591	191
광주	730	861	861	461	261	261	261	261	61	61
대구	1027	1479	1479	1079	679	679	679	279	81	81
대전	523	1158	1158	758	319	858	458	58	58	58
부산	2131	2319	2319	1919	1519	1519	1519	1119	719	719
서울	4190	4242	4242	3190	1442	1442	1442	1042	1642	1642
세종	268	199	199	188	119	119	119	19	59	59
울산	982	938	938	838	382	382	382	138	58	58
인천	1117	1286	1286	886	317	486	486	86	406	406
전남	774	856	856	456	256	374	56	56	196	196
전북	835	1180	1180	780	380	35	380	180	300	300
제주	410	789	789	389	189	330	709	709	309	109
충남	1421	909	909	509	109	621	109	109	209	29
충북	1057	1299	1299	899	499	257	499	499	99	419

지역내 브랜드 스위칭 사업자수

지역	브랜드 스위칭	사업자수		
		24년 1월	24년 2월	24년 3월
강원	A브랜드 ONLY 취급 ▶ B ONLY 취급	22	29	33
	A 브랜드 ONLY 취급 ▶ B브랜드 ONLY 취급 ▶ 기타 브랜드 취급	12	19	23
경기	A브랜드 ONLY 취급 ▶ B ONLY 취급	48	55	59
	A 브랜드 ONLY 취급 ▶ B브랜드 ONLY 취급 ▶ 기타 브랜드 취급	7	14	18
경남	A브랜드 ONLY 취급 ▶ B ONLY 취급	59	66	70
	A 브랜드 ONLY 취급 ▶ B브랜드 ONLY 취급 ▶ 기타 브랜드 취급	63	70	74
경북	A브랜드 ONLY 취급 ▶ B ONLY 취급	21	28	32
	A 브랜드 ONLY 취급 ▶ B브랜드 ONLY 취급 ▶ 기타 브랜드 취급	27	34	38
광주	A브랜드 ONLY 취급 ▶ B ONLY 취급	13	20	24
	A 브랜드 ONLY 취급 ▶ B브랜드 ONLY 취급 ▶ 기타 브랜드 취급	24	31	35

※ 데이터 및 서비스 구매 문의 : 강원민 이사 (wmkang@marketlink.co.kr)

국내외 유통동향

1.1 해외 유통동향

도미노피자는 '오징어게임 시즌2' 공개를 맞아 협업 마케팅 캠페인을 진행, Tote는 온라인 의류 구매 반품율 절감을 위한 새로운 매장 내 시착 서비스를 제공함. 월마트는 온실가스 감축 목표 달성이 지연될 것이라고 발표

Marketing

도미노피자, '오징어 게임' 시즌 2
공개 맞아 협업 마케팅 진행



- ▶ 도미노피자는 넷플릭스와 협업하여 인기 드라마 오징어 게임 시즌2를 기념하며 '비상 피자 (Emergency Pizza)' 프로모션을 진행함
- ▶ 프로모션은 드라마 속 긴박한 상황에서 비상 피자가 생명을 구하는 설정으로 구성됨
- ▶ 도미노피자와 넷플릭스가 창의적 마케팅 경계를 확장하는 사례로, 넷플릭스의 광고 플랫폼 강화와 브랜드 파트너십의 진화를 보여줌

※ 참고 기사 : [marketingdive](#)

Service

Tote, 온라인 구매 의류 반품율 줄이기
위한 온-오프라인 연계 서비스 런칭



- ▶ Tote는 고객이 Shopify 플랫폼을 통해 매장 방문 시간과 상품을 예약하면 피팅룸에 상품을 준비해 주는 서비스를 제공
- ▶ 온라인 의류 구매 반품율은 약 244%로, 사이즈 문제가 주 원인(53%), 이에 반품율을 줄이기 위해 새로운 온-오프라인 연계 서비스를 준비한 것
- ▶ 신규 서비스 이용 고객의 반품율은 2% 미만이며, 예약 고객의 95% 이상이 구매를 완료하며 평균 구매액도 온라인 대비 2~3배 증가함

※ 참고 기사 : [retailbrew](#)

S&S

월마트, 기반 기술 및 인프라 부족으로
기후 목표 달성 실패 인정



- ▶ 월마트는 2025년 온실가스(GHG) 배출량 35% 감축 및 2030년까지 65% 감축 목표를 제시했으나, 저탄소 냉장 기술과 청정 에너지 인프라 부족 등 통제 불가능한 요인을 이유로 목표 달성이 어렵다고 밝힘
- ▶ 동사는 지속 가능한 기술이 경제적으로 실현 가능하고 대규모로 확장 가능해지는 것이 중요하다고 강조하면서, 혁신적인 기술 개발과 채택으로, 2025년 및 2030년 목표를 재검토할 계획이라고 밝힘

※ 참고 기사 : [esgtoday](#)

1.1 해외 유통동향

나이키는 브랜드 구축 전략을 선언하며 스포츠 파트너십 강화를 추진한다고 밝혔으며, 틱톡은 온라인 쇼핑 시장에서의 영향력이 급격히 증가 중. 아마존은 AWS 데이터 센터의 순환 경제 프로그램을 통해 지속 가능성을 강화

Marketing

Nike, 퍼포먼스 마케팅에서 브랜드 마케팅 집중으로 전략 선회



- 나이키는 퍼포먼스 마케팅에서 브랜드 구축으로 전략을 전환한다고 밝힘
- 프로모션 할인과 퍼포먼스 마케팅 지출을 줄이고, 상위 단계 브랜딩 활동에 주력하며, NFL, NBA 등과의 장기 파트너십을 통해 스포츠 마케팅을 재활성화함
- 나이키의 문화와 정체성을 재정립하고 창의적인 캠페인으로 소비자와의 연결을 강화하며, 성장 궤도로 복귀하기 위한 기반을 다짐

※ 참고 기사 : [marketingdive](#)

Service

TikTok Shop, 블랙프라이데이에 매출 1억 달러 돌파



- 2023년 9월 미국에서 출시된 틱톡샵은 2024년 블랙프라이데이에 하루 동안 1억 달러 이상의 매출을 기록하며 전년 대비 세 배 성장했다고 밝힘
- #틱톡샵블랙프라이데이 해시태그는 40억 회 이상의 조회수를 기록하며, 뷰티, 패션, 홈가전 등 다양한 카테고리의 제품을 구매할 수 있는 플랫폼으로 자리 잡았으며, 특히 Z세대를 중심으로 선물 아이디어와 구매를 위한 주요 창구로 부상함

※ 참고 기사 : [marketingdive](#)

S&S

Amazon, 데이터 센터 폐기 하드웨어의 순화 경제 프로그램에서 성과 거둬



- 아마존은 2024년 AWS 데이터 센터에서 폐기된 랙의 99% 이상을 매립 대신 재사용, 재활용 또는 중고 판매로 전환하며 하드웨어 순환 경제 프로그램에서 성과를 나타냈다고 밝힘
- 재활용 및 수리 시설을 확장하고, 23년부터 29만 5천 개의 새로운 하드 드라이브 구매를 피하며 2,350만 개의 데이터 센터 부품을 재활용하거나 판매함
- AWS는 순환 경제를 통해 지속 가능성을 강화하며, "제작-사용-폐기" 모델을 탈피하는 데 주력

※ 참고 기사 : [esgtoday](#)

1.2 국내 유통동향

롯데마트·슈퍼는 최강록 셰프와 협업한 구이용 소고기를 출시했으며, 번개장터는 판매자 지원을 위한 자동 샷폼 동영상 제작 기능을 도입함. 한국콜마는 전문업체와 협력해 재활용 가능한 친환경 종이 마스크팩 용기를 개발

Marketing

롯데마트·슈퍼, 인기 셰프 협업
'최강록의 나야' 구이용 소고기 출시

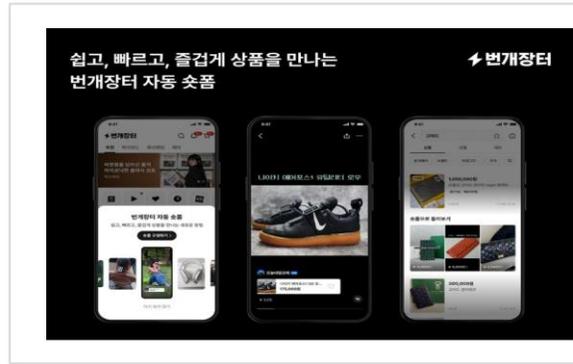


- ▶ 롯데마트·슈퍼가 흑백요리사로 유명한 스타 셰프 최강록과 협업해 '최강록의 나야' 구이용 소고기 시리즈를 단독 출시
- ▶ 이번 제품은 '아늑한 심야 식당' 콘셉트를 적용, 고기를 한 점씩 정성스럽게 구워 맛있는 소스에 찍어 먹는 방식으로 제작됨
- ▶ 또한 최셰프 특유의 유행어를 상품명에 활용해 고객들에게 재미와 함께 특별한 연말 선물을 제안

※ 참고 기사 : [중소기업신문](#)

Service

번개장터, 판매자 위한
자동 샷폼 제작 기능 공식 런칭



- ▶ 중고거래 플랫폼 번개장터는 판매자가 상품 정보를 동영상 콘텐츠로 만들어주는 '자동 샷폼' 기능을 공식 오픈함
- ▶ 해당 기술은 판매자가 상품 이미지와 설명만 등록하면 샷폼 동영상이 자동으로 생성되어 손쉽게 상품을 홍보할 수 있도록 도와줌
- ▶ 번개장터는 판매자와 구매자 모두에게 더 편리하고 효과적인 거래 환경을 제공하며, 상품 탐색과 노출의 효율성을 높이고자 함

※ 참고 기사 : [어패럴뉴스](#)

S&S

한국콜마, 재활용 가능한
친환경 종이 마스크팩 용기 개발



- ▶ 한국콜마가 펄프제지 기업 무림과 협력해 플라스틱 사용량을 45% 이상 줄이고 재활용이 가능한 친환경 마스크팩 종이 파우치를 개발함
- ▶ 이는 기존 플라스틱 및 알루미늄 포장재의 한계를 극복하며 환경 오염 문제를 개선하는 것이 특징
- ▶ 한국콜마는 종이파우치를 쿠션 리필 파우치 등 다양한 화장품 라인으로 확대 적용하고, 지속 가능한 친환경 패키지 개발을 이어갈 계획

※ 참고 기사 : [전자신문](#)

1.2 국내 유통동향

컬리가 '컬리푸드페스타' 행사를 통해 미식 체험과 온라인 구매를 연계하였으며, 지그재그는 겨울 인기 상품을 최대 96% 할인하는 '윈터 시즌오프'를 진행. 힐라코리아는 의류 재활용을 위한 '리턴 투 케어' 캠페인을 펼침

Marketing

컬리, '컬리푸드페스타' 개최...
미식 체험과 온라인 구매 연계



- ▶ 리테일 테크 기업 컬리가 크리스마스를 맞아 '24년 12월 19일~22일 코엑스 마곡에서 미식 축제 '컬리푸드페스타 2024'를 개최함
- ▶ 방문객들은 크리스마스 마을 콘셉트의 공간에서 다양한 식품 시식과 이벤트를 체험할 수 있음
- ▶ 또한 유명 셰프들이 간편식을 직접 조리해 제공하고 방어 해체소 등 다양한 프로그램이 제공되었으며, 컬리는 QR코드로 온라인몰에서 제품 구매도 가능하도록 연계함

※ 참고 기사 : [연합뉴스](#)

Service

지그재그, 겨울 인기 상품 최대 96% 할인
'윈터 시즌오프' 진행



- ▶ 지그재그가 겨울 시즌 상품을 최대 96% 할인하는 '윈터 시즌오프' 프로모션을 진행
- ▶ 이번 행사에서는 블랙 프라이데이 수준의 할인 혜택을 제공하는 '블프 앵콜 특가', 선착순 포인트와 쿠폰 증정, 인기 상품을 99% 할인된 가격에 구매할 수 있는 '100원 달' 이벤트 등이 운영됨
- ▶ 지그재그는 프로모션을 통해 연말 쇼핑 수요를 겨냥하며 고객들에게 FW 시즌 상품을 합리적인 가격으로 제공하고자 함

※ 참고 기사 : [TENANT NEWS](#)

S&S

힐라코리아, 의류 재활용
'리턴 투 케어' 캠페인 진행



- ▶ 힐라코리아가 의류 폐기물 저감과 지속 가능성을 목표로 제시하며 '리턴 투 케어(Return to Care)' 캠페인을 진행함
- ▶ 고객은 오래된 바람막이를 기부하고 20% 할인 쿠폰을 받을 수 있으며 수거된 의류는 업사이클링되어 자립 준비 청년 300명에게 스트링백으로 전달됨
- ▶ 힐라는 이번 캠페인을 통해 환경과 사회적 가치를 동시에 실현하며 지속 가능한 브랜드로서의 입지를 강화함

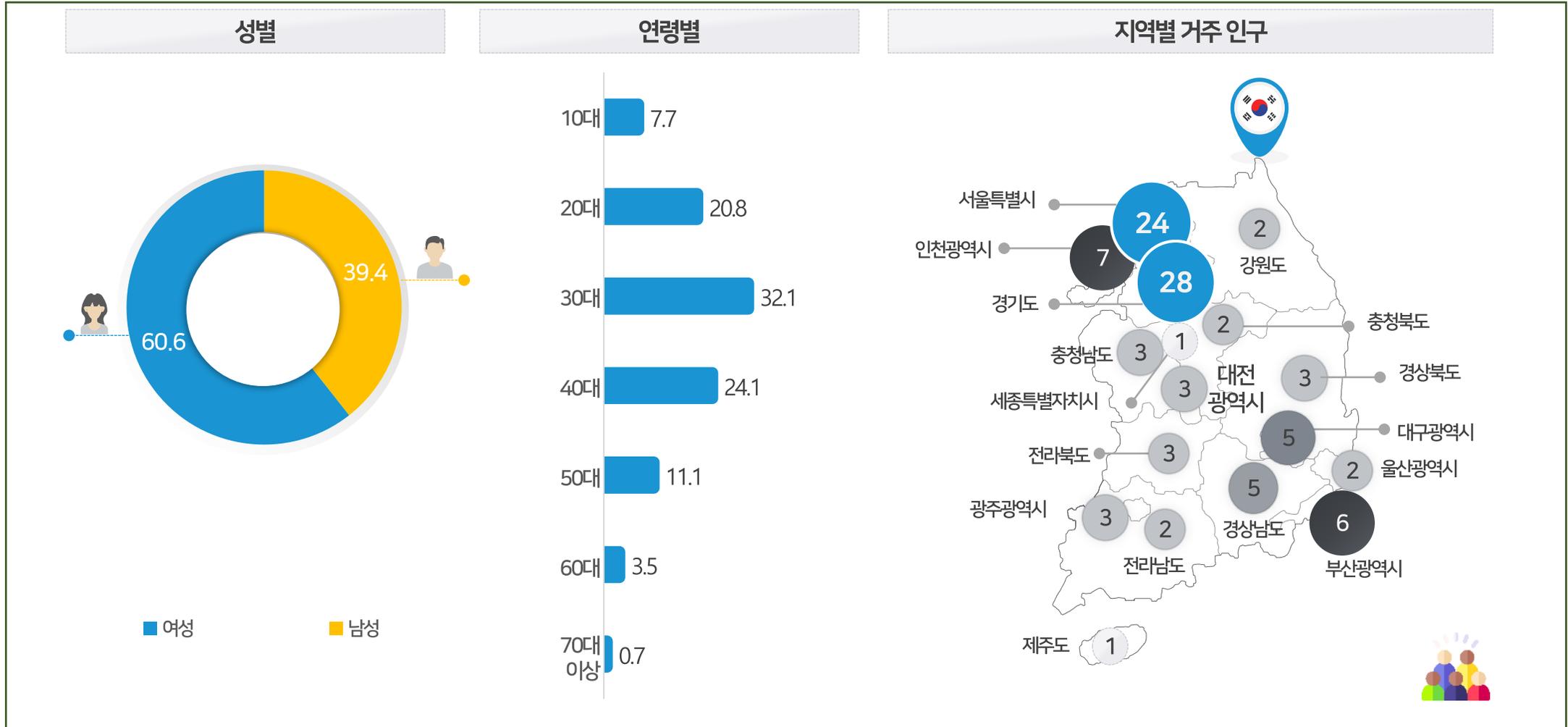
※ 참고 기사 : [어패럴뉴스](#)

라이프스타일

2.1 라이프스타일 : 요약

라이프스타일 조사 개요
 조사 대상 : 마켓링크 소비자 패널
 전체 샘플 수 : 90,132명

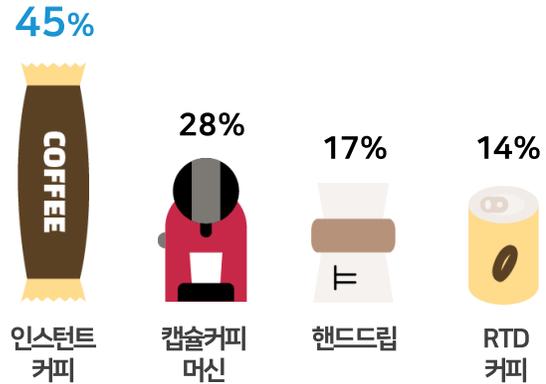
(Base : 전체, N=90,132, 단위 : %)



2.1 라이프스타일 : 요약

라이프스타일 조사 개요
 조사 대상 : 마케팅크 소비자 패널
 전체 샘플 수 : 90,132명

평소 가정에서 음용하는 커피

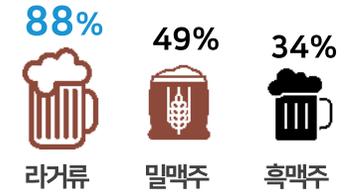


주로 음용하는 술



최근 음용 맥주

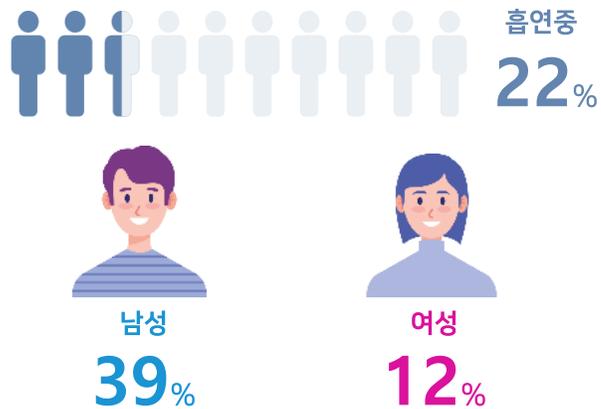
(단위 : %)



최근 음용 맥주 브랜드



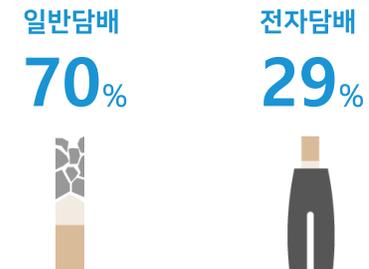
흡연 여부



흡연 기간



담배 종류

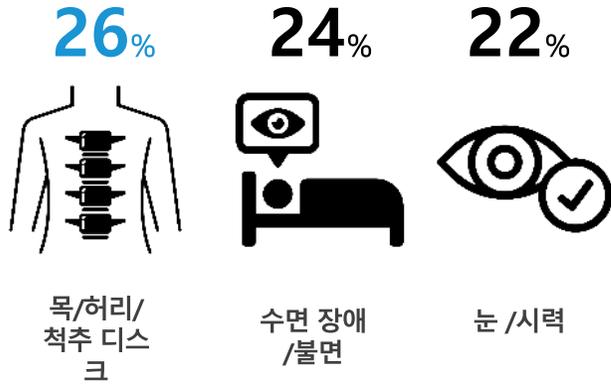


2.1 라이프스타일 : 요약

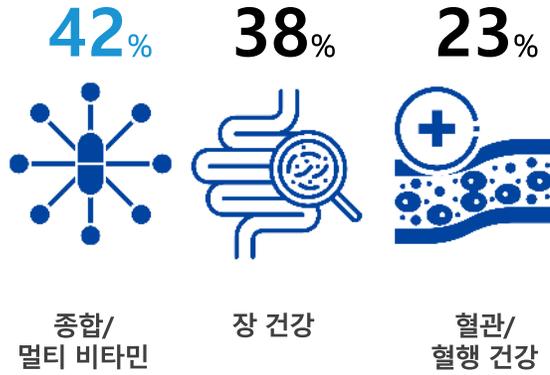
라이프스타일 조사 개요
 조사 대상 : 마케팅크 소비자 패널
 전체 샘플 수 : 90,132명

(단위 : %)

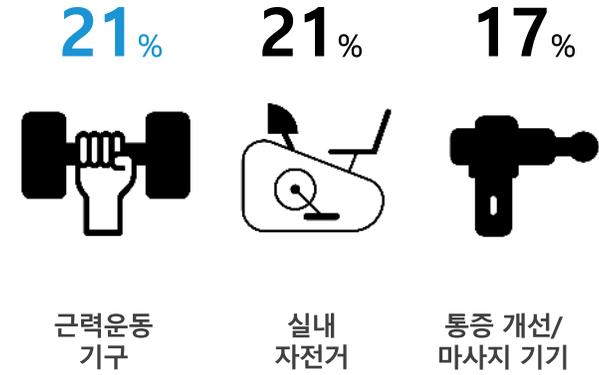
건강 염려 항목



정기적 복용 건강기능식품



가정 내 홈 헬스케어



아웃도어 활동 및 여행



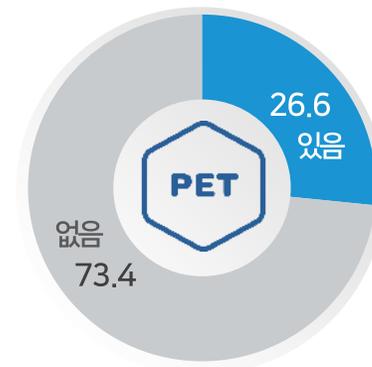
향후 1년내 방문 여행지(국내)



향후 1년내 방문 여행지(해외)



반려동물 동거



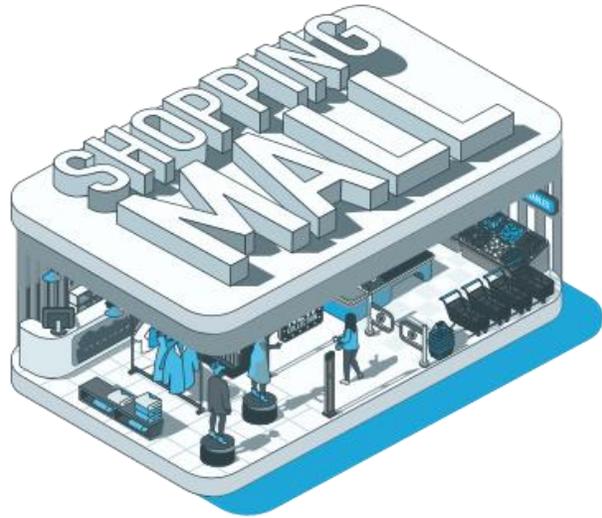
키우고 있는 반려동물



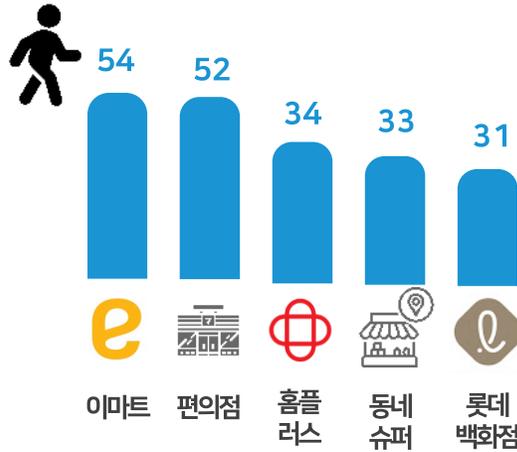
2.1 라이프스타일 : 요약

라이프스타일 조사 개요
 조사 대상 : 마케팅크 소비자 패널
 전체 샘플 수 : 90,132명

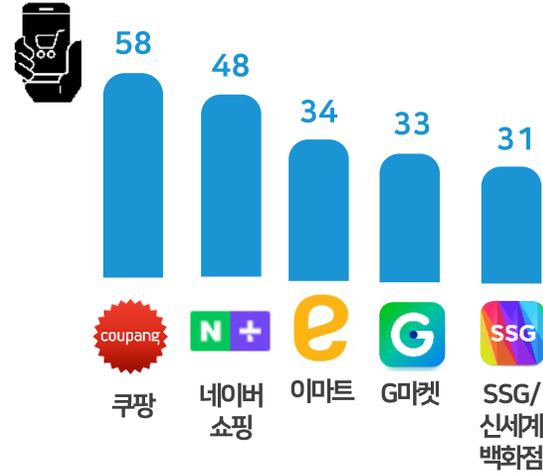
(단위 : %)



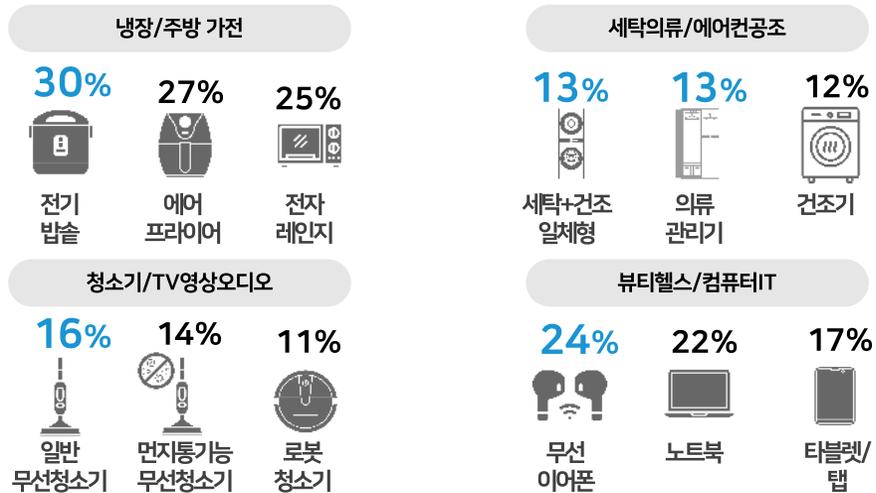
오프라인 유통채널 이용



온라인/모바일 유통채널 이용

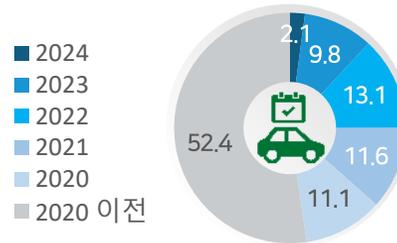


최근 구입 가전



자동차구입 시기 및 의향

現 이용 자동차 구입 시기



2023~24년 자동차 구입의향



現 이용 자동차 브랜드



2.1 라이프스타일 : 요약

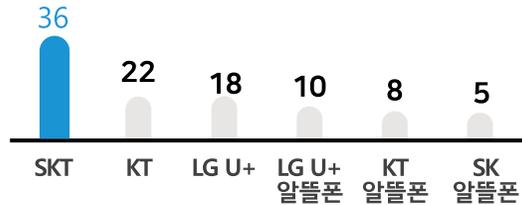
라이프스타일 조사 개요
 조사 대상 : 마케팅크 소비자 패널
 전체 샘플 수 : 90,132명

(단위 : %)

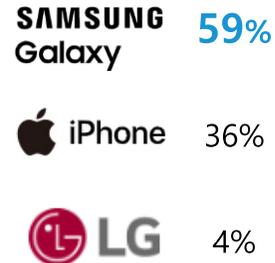
스마트폰 및 통신사 이용 현황

現 이용 스마트폰 이동 통신사

이동통신사는 SKT, KT, LG U+ 순이며,
 알뜰폰의 경우 LG U+, KT, SK 순임



現 이용 스마트폰 브랜드

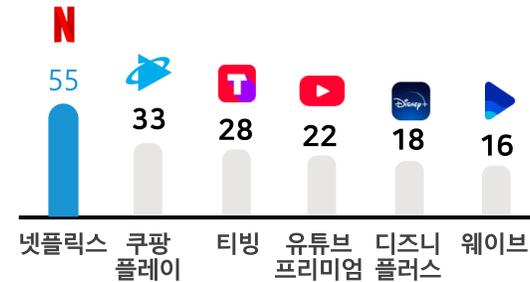


넷플릭스 이용자
 10명중 6명



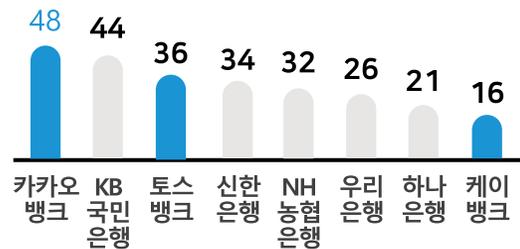
OTT&VOD

OTT/VOD 서비스 이용



주 거래 은행

시중 은행 가운데
 카카오뱅크, 토스뱅크, 케이뱅크 등
 인터넷 은행의 약진

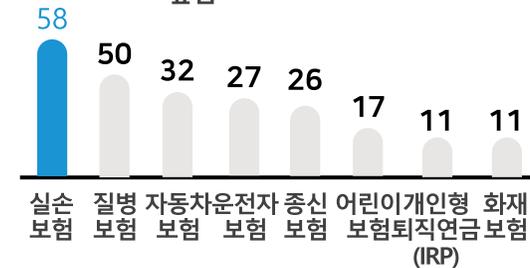


주 이용 신용카드



가입 보험

가입 보험은
 실손 보험과 질병 보
 험이 50% 대로 가장
 높음

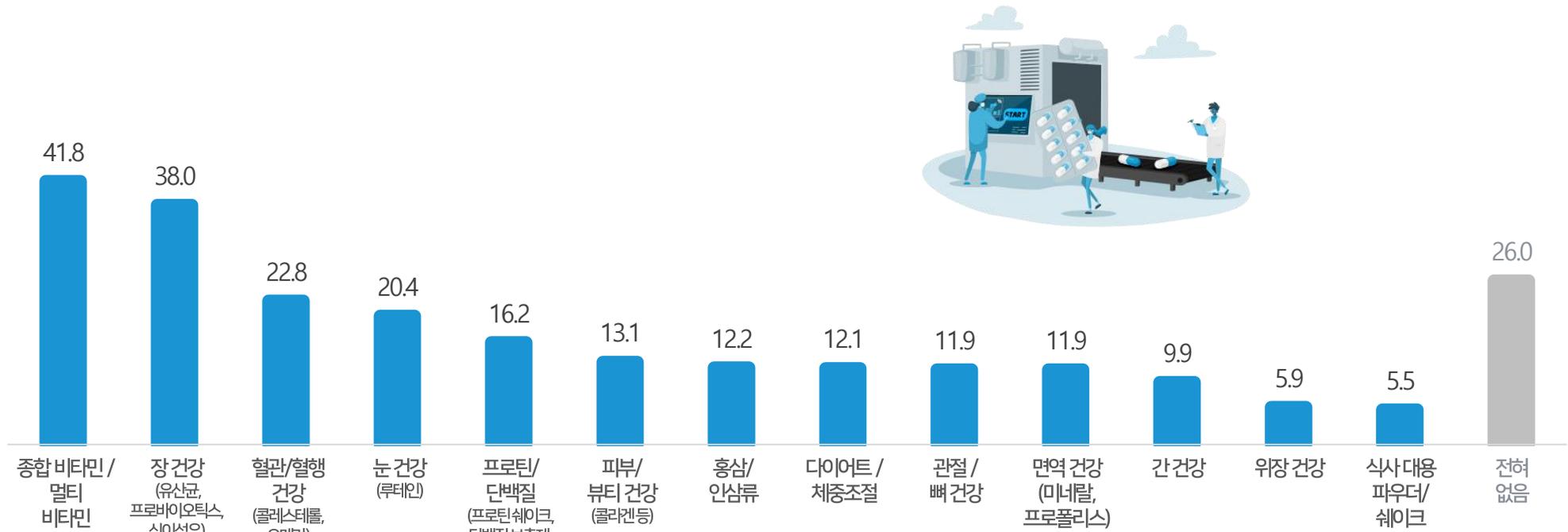


2.2 라이프스타일 : 건강

- 정기적으로 복용하는 건강기능식품으로는 종합/멀티비타민이 42%로 가장 높게 나타남
- 대부분의 식품에서 여성의 복용 비율이 남성보다 높게 나타났으나, 간 건강은 남성에서 높게 나타남

정기적 복용 건강기능식품

(Base : 전체, N=90,132, 단위 : 중복%)



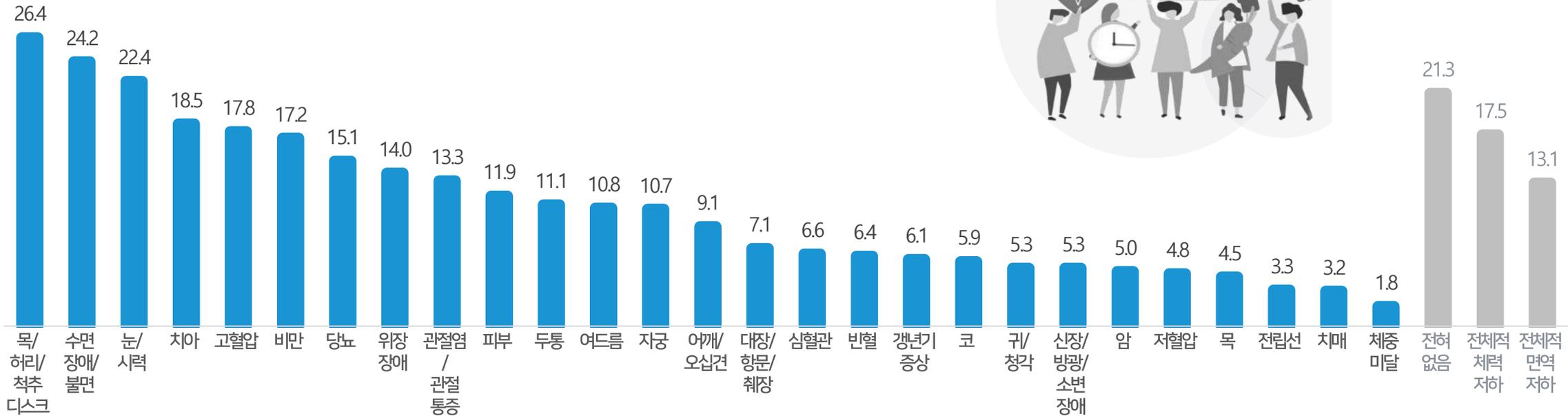
성별	(Base)	건강기능식품												
		종합비타민/멀티비타민	장 건강 (유산균, 프로바이오틱스, 식이섬유)	혈관/혈행 건강 (콜레스테롤, 오메가)	눈 건강 (루테인)	프로틴/단백질 (프로틴쉐이크, 단백질보충제, 단백질파우더)	피부/뷰티 건강 (콜라겐등)	홍삼/인삼류	다이어트/체중조절	관절/뼈 건강	면역 건강 (미네랄, 프로폴리스)	간 건강	위장 건강	식사대용 파우더/쉐이크
남성 (35,535)	35.2	26.2	21.2	19.1	16.9	5.7	12.2	6.2	9.9	10.4	13.0	4.8	3.5	32.8
여성 (54,597)	46.1	45.7	23.8	21.3	15.8	17.9	12.2	15.9	13.2	12.9	7.9	6.6	6.9	21.5

2.2 라이프스타일 : 건강

- 10명중 8명 정도는 건강과 관련하여 염려를 하고 있음
- 가장 염려가 되는 부분은 목/허리/척추디스크 26%, 수면장애/불면이 24%로 가장 흔한 건강 고민 부위로 나타남

건강 염려 항목 관련

(Base : 전체, N=90,132, 단위 : 중복%)



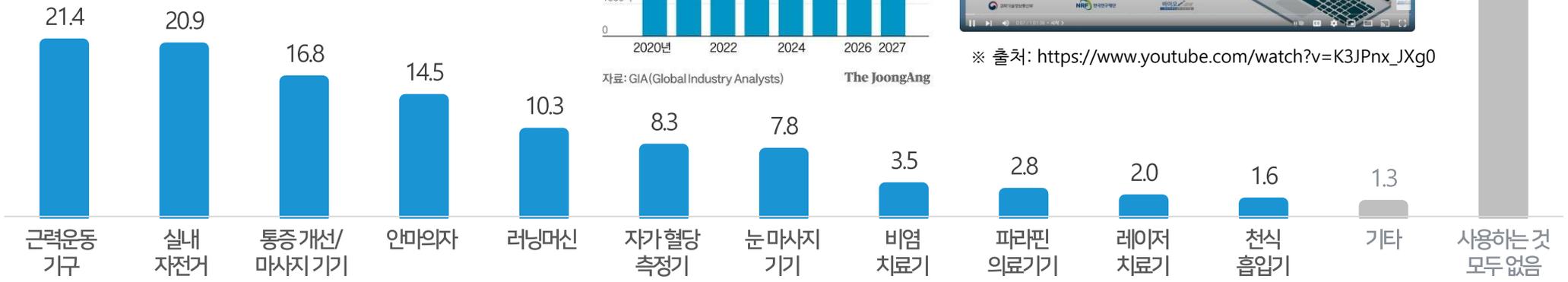
2.2 라이프스타일 : 건강

- 10명 중 6명은 적어도 1개 이상의 헬스케어 기구를 이용 중
- 업계에서는 향후 디지털 헬스케어 시장의 가파른 성장에 따른 다양한 상품 및 서비스 출시 예상

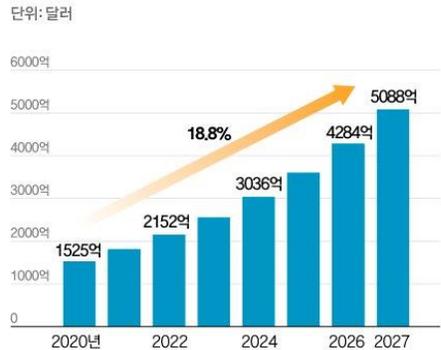


(N=90,132, 단위: 중복%)

홈 헬스케어 이용 현황



글로벌 디지털 헬스케어 시장 전망



자료: GIA(Global Industry Analysts) The JoongAng

제199차 바이오 아카데미
성공하는 디지털 헬스케어 기업의 미래전략

- ◆ 강의 내용
 - 디지털 헬스케어 Overview
 - 디지털 헬스케어 산업 동향과 주요 트렌드
 - 디지털 헬스케어 산업의 시사점
- ◆ 강의: 김진영 대표이사(리츠브록스홀딩스㈜)
- ◆ 진행: 원병원 교수(대전대 바이오헬스창업연구소장, 바이오아이코어사업단장)

※ 출처: https://www.youtube.com/watch?v=K3JPnx_JXg0

성별	(Base)
남성 (35,535)	
여성 (54,597)	

구분	21.4	20.9	16.8	14.5	10.3	8.3	7.8	3.5	2.8	2.0	1.6	1.3	21.4
남성 (35,535)	21.4	20.9	16.8	14.5	10.3	8.3	7.8	3.5	2.8	2.0	1.6	1.3	21.4
여성 (54,597)	25.8	18.5	12.2	14.1	11.4	8.1	6.0	3.3	2.5	2.0	1.4	0.7	25.8

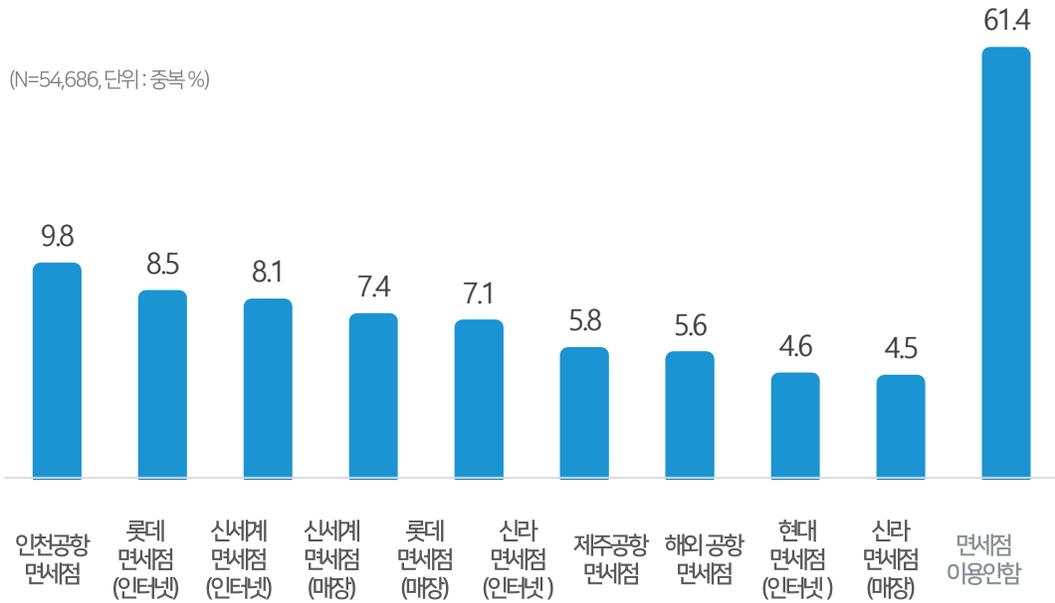
2.3 라이프스타일 : 면세/명품

- 2025년 면세산업은 더딘 회복세를 유지하며, 2024년보다 약간 상회 또는 하락 예상
- 면세점 활성화를 위한 정부 정책 : 면세 주류 2병 제한 없앤다 (아시아경제)



면세점 이용 현황(2023년 이후~) 및 2025년 전망

(N=54,686, 단위: 중복 %)



성별	(Base)	인천공항 면세점	롯데 면세점 (인터넷)	신세계 면세점 (인터넷)	신세계 면세점 (매장)	롯데 면세점 (매장)	신라 면세점 (인터넷)	제주공항 면세점	해외 공항 면세점	현대 면세점 (인터넷)	신라 면세점 (매장)	면세점 이용인함
남성	(20,987)	9.9	7.3	7.0	8.0	7.8	4.8	5.6	4.2	5.0	4.6	60.3
여성	(33,699)	9.8	9.3	8.8	7.0	6.7	6.3	5.7	4.8	4.2	3.5	62.1

2025 유통산업 전망 세미나 | 면세점업계 결산 및 2025년 전망

2.1 2025년 면세점업계 전망

2025년 면세산업은 더딘 회복세를 유지하며 2024년보다 약간 상회 또는 하락 예상

상방 요인	무비자 입국	한국 여행객의 중국 무비자 입국 본격화 ('24.11.8~'25.12.31) → 상호 호혜적 조치로 중국 국민의 무비자 허용 가능성 제기
하방 요인	경기 침체	세계 경기침체 및 트럼프 2.0 체제로 인한 중국 경제성장률 둔화 예상 → 소비심리 위축
	임대료 부담	과도한 출구권 임대료(여객수 연동) 부담 → 여객수의 면세점 구매전환률 9~15%
	중국 정책	시내면세점 확대 정책 → 중국 소비자의 한국 면세점 시장 이탈 가능성
	소비 변화	Z세대 중심 '저소비 코어' 열풍 → 면세점 이탈 가능성

2025 유통산업 전망 세미나
2024년 유통업계 결산 및 2025년 유통산업 전망

한국면세점협회
황선규 단장

※ 출처 1: <https://www.youtube.com/watch?v=aBGLlCvHQtg>
 ※ 출처 2: <https://www.seoul.co.kr/news/economy/2024/02/21/20240221018009>

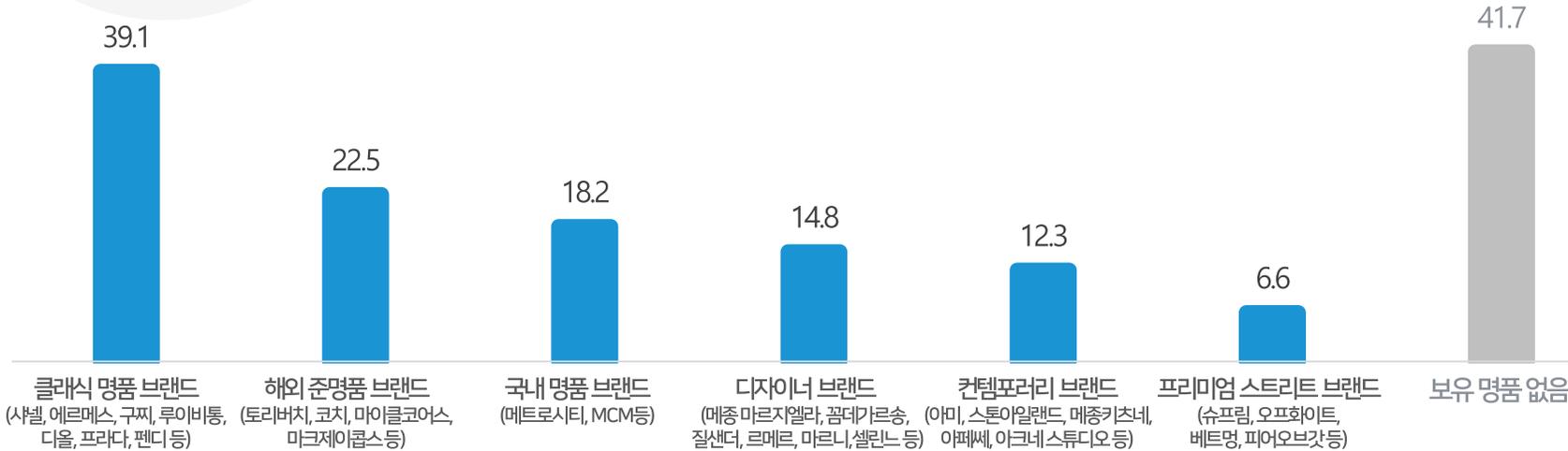
2.3 라이프스타일 : 면세/명품

- 넷플릭스 및 쿠팡플레이 중심으로 OTT 시장 성장 중 (2024년 6.1조 → 2027년 7.2조 예상)
- 중고명품 시장 확대 예상 (관련 글 : <https://buy-sale.tistory.com/13>)



보유 명품 브랜드 현황

(N=81,455, 단위: 중복 %)



※ 출처 1: <https://bitl.to/3Yev>



명품 플랫폼 트레넵이 3월부터 GS리테일이 운영하는 GS25 및 GS THE FRESH의 택배기사를 통해 중고명품을 맡길 수 있는 서비스를 시작했다.

※ 출처 1: <https://bitl.to/3Yex>

성별



(31,390)



(50,065)

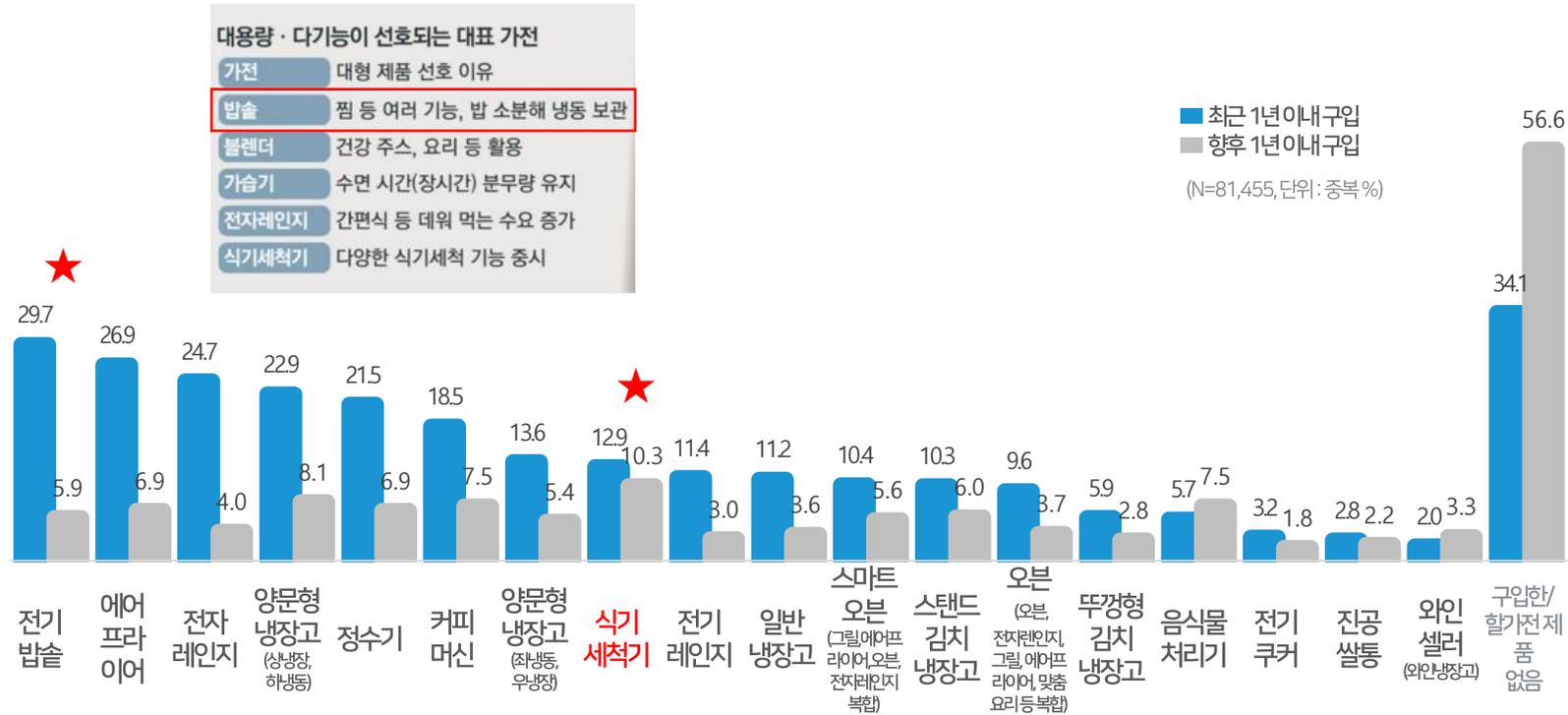
(Base)

클래식 명품 브랜드	26.8	11.6	10.8	10.8	10.8	7.2	55.3
해외 준명품 브랜드	46.8	29.3	22.8	17.4	13.2	6.3	33.1

2.4 라이프스타일 : 가전

- 구매 경험률 1위 : 전기 밥솥. 저당 기능성 및 대용량(6인용 및 10인용) 인기
- 구매 의향률 1위 : 식기세척기 (14인용은 2020년 1.2%에서 2024년 31.5%로 약 30배나 급성장)

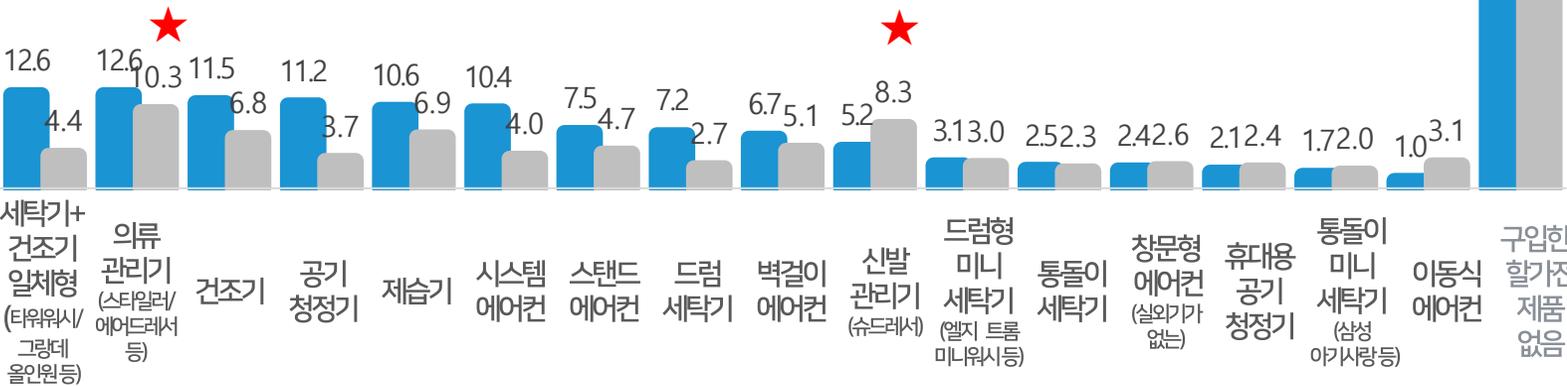
가전제품 구매 경험 및 의향 : 냉장 및 주방가전



2.4 라이프스타일 : 가전

- 구매 경험을 상위 : 세탁기&건조기, 의류관리기 (LG전자 AI 가전제품이 TV, 냉장고, **세탁기·건조기** 높은 인기)
- 구매 의향을 상위 : 의류관리기, 신발관리기

가전제품 구매 경험 및 의향 : 세탁의류 / 에어컨공조



※ 쿠팡, 네이버, 다나와 가전 POS 데이터 문의 : 강원민 팀장(wmkang@marketlink.co.kr)

※ 이미지 출처 1: https://news.stockplus.com/m?news_id=14032016&os=
 ※ 이미지 출처 2: <https://www.youtube.com/watch?v=V1bHbluhHc8>

2.4 라이프스타일 : 가전

- 구매 경험을 상위 : 무선 이어폰, 노트북(GPU성능 중요), 태블릿/탭
- 구매 의향을 상위 : 노트북(NPU 탑재 중요), 태블릿/탭 (AI 컴퓨터 기기의 필수 조건 : 코파일럿)

가전제품 구매 경험 및 의향 : 컴퓨터 IT / 뷰티헬스

퀄컴 '스냅드래곤 X 엘리트'를 탑재한 코파일럿+ PC

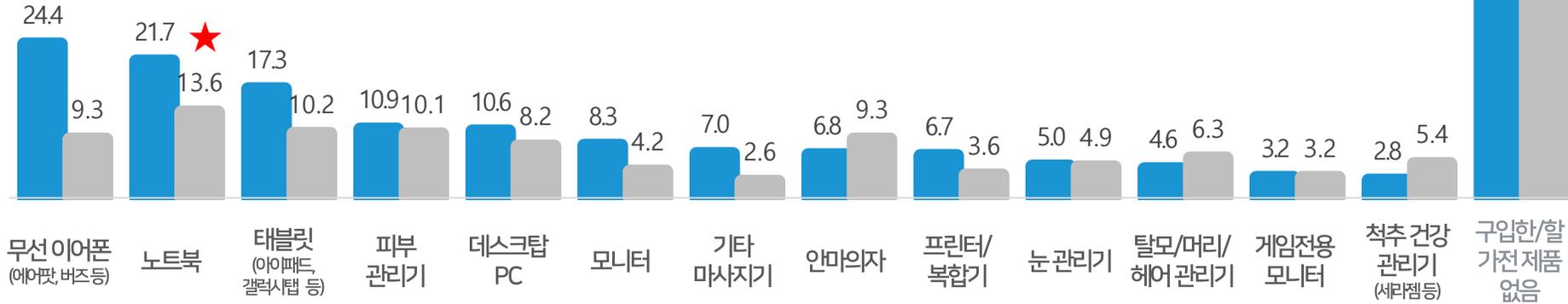


제조사	이름
MS(마이크로소프트)	서피스 프로·서비스 랩탑
삼성전자	갤럭시 북4 엣지
레노버	요가 슬림 7x·싱크패드 T14s 6세대
델	XPS 13
HP	HP 엘리트북 울트라 G1q AI PC

▶ 갤럭시 북4 엣지

MT 머니투데이

■ 최근 1년내구입
■ 향후 1년내구입
(N=81,455, 단위: 중복 %)



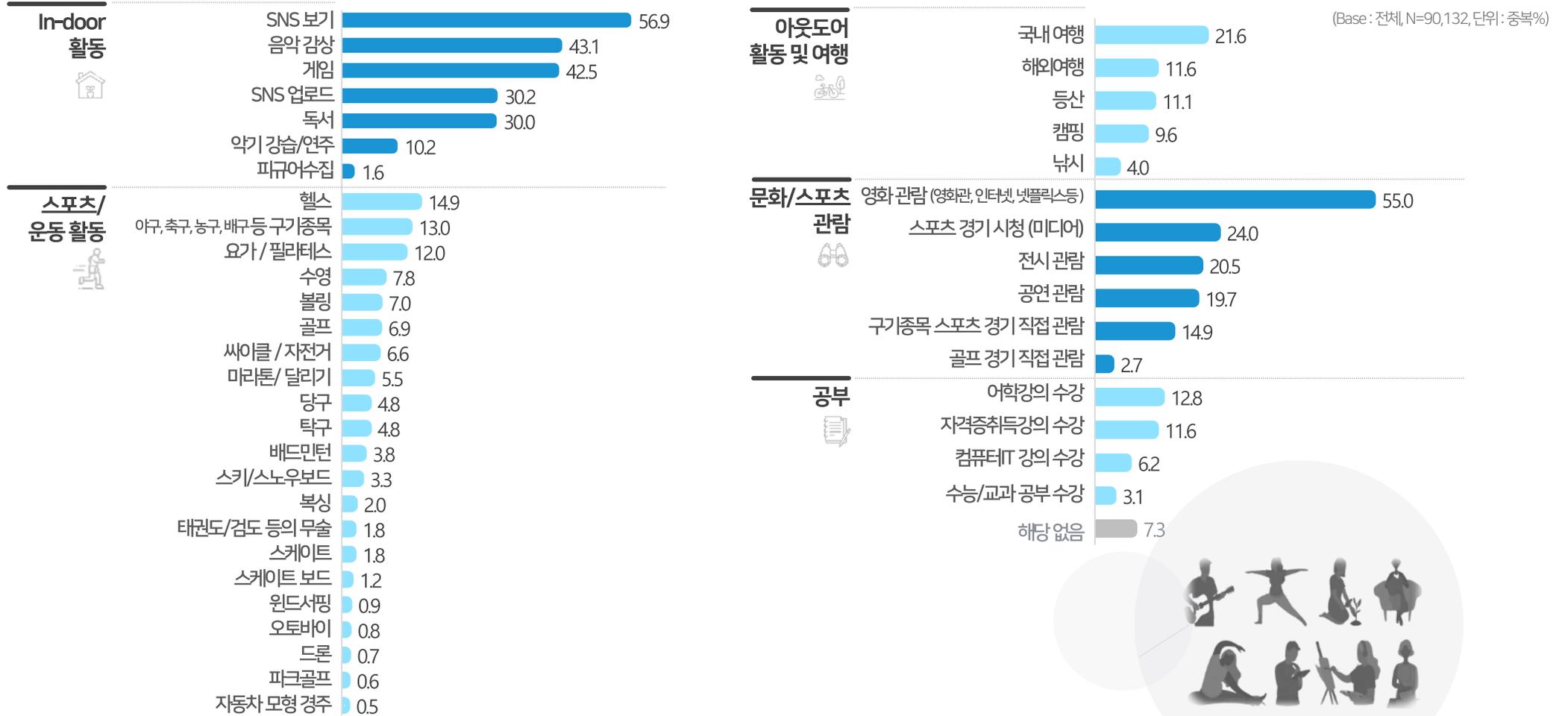
※ 쿠팡, 네이버, 다나와 가전 POS 데이터 문의 : 강원민 팀장(wmkang@marketlink.co.kr)

※ 이미지 출처 1: <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2024052115445376064>
 ※ 이미지 출처 2: <https://www.youtube.com/shorts/tVRzDxzHnv0>

2.5 라이프스타일 : 일상생활

- 자주하는 취미활동은 주로 In-door 활동이 많으며, SNS보기(57%), 음악감상(43%), 게임(43%) 순으로 나타남

정기적 취미활동

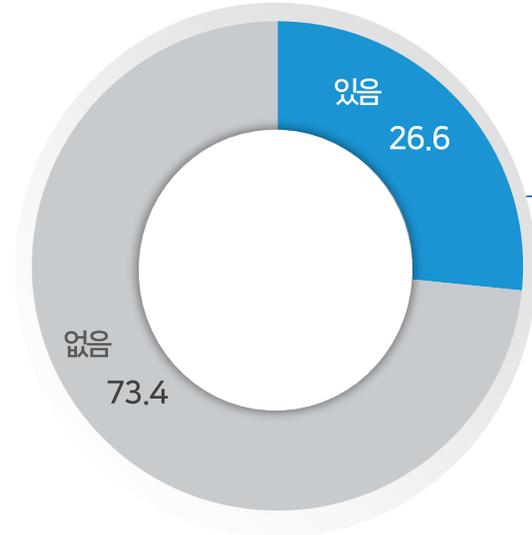


2.5 라이프스타일 : 일상생활

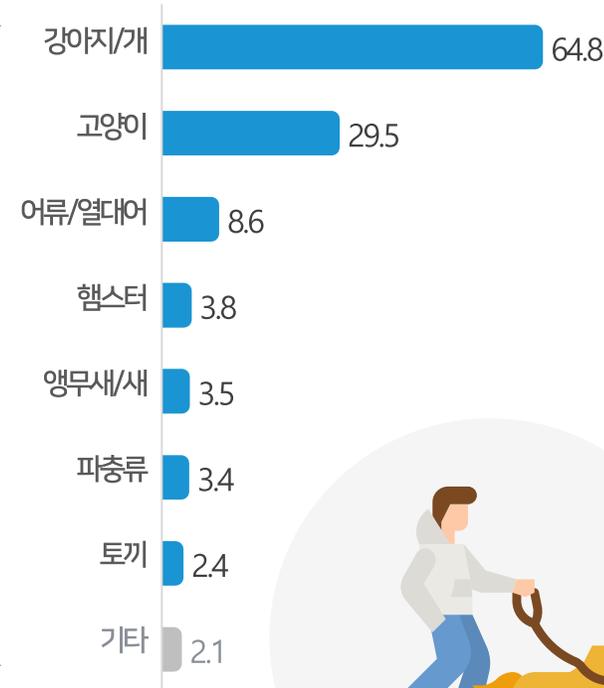
- 반려동물 시장 규모는 2022년 기준 약 8조원이며, 연평균 9.5% 성장하여 2032년 약 20조원 규모로 성장할 전망
- ‘신성장산업’으로서 반려동물 시장의 중요성이 커지면서 정부도 반려동물 산업의 지원에 나섬

반려동물 동거여부 및 종류

(Base: 전체, N=81,455, 단위: %)



(Base: 반려동물 동거자, n=21,682, 단위: 중복 %)

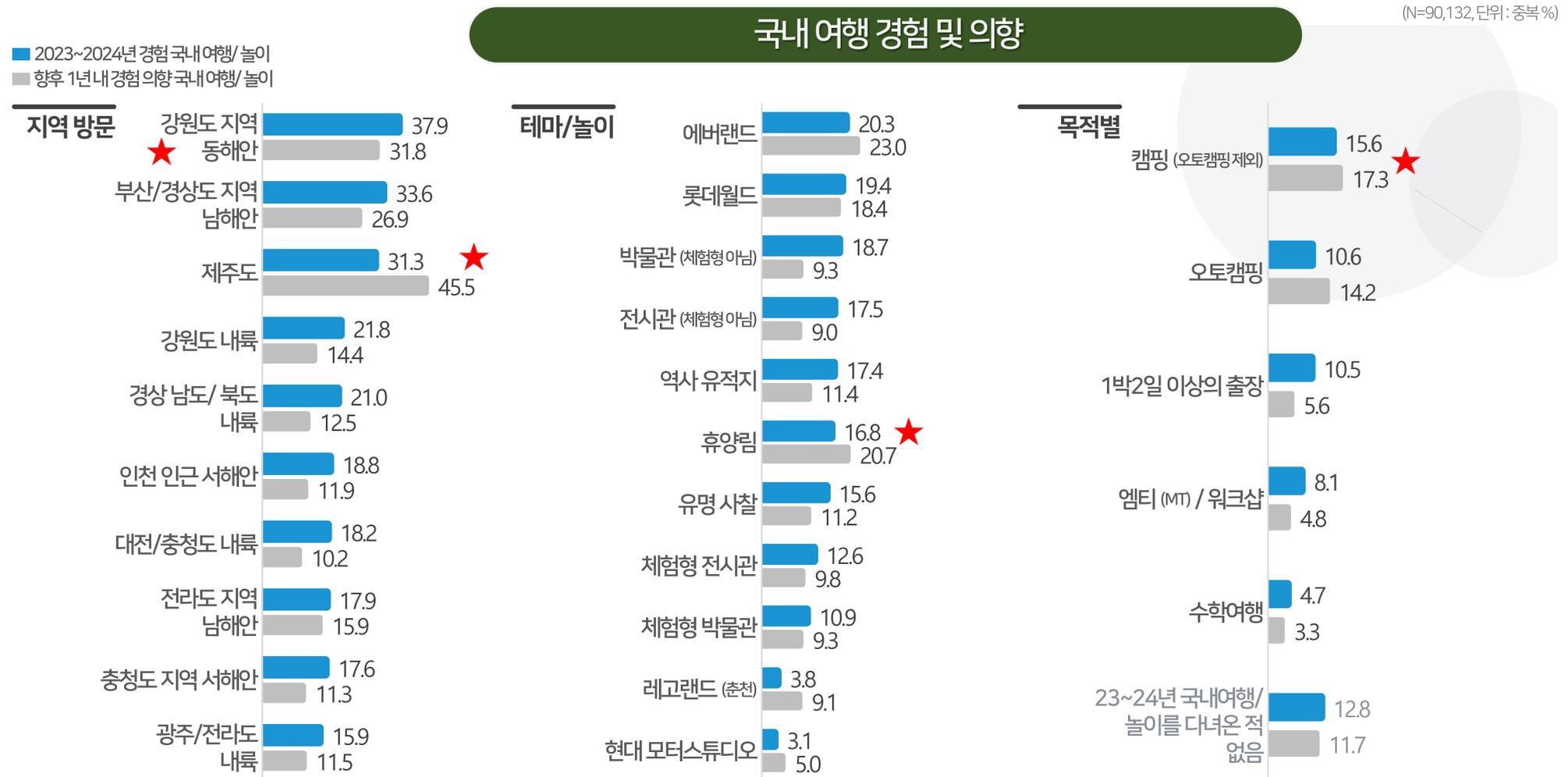


반려동물 산업 변화의 핵심 키워드

펫휴머니제이션 (Pet-Humanization)	반려동물을 사람과 같은 가족 구성원으로 인정. 반려동물이 이용하는 상품과 서비스가 보다 다양해지고, 반려동물에 대한 금전 및 시간적 지출과 투자는 더욱 늘어남
프리미엄 (Premium)	반려동물 용품의 가격 상승과 고품질화 트렌드가 부상하면서 '펫택스'와 '멍겔(냥겔)계수' 등의 신조어 등장
다양화 (Diversity)	반려동물 품종과 관련 상품을 공급하는 업체의 두 측면에서 다양화 트렌드가 본격화됨
공감과 공유	소셜미디어와 유튜브 등의 동영상 서비스 이용이 증가하면서, 이를 통해 반려동물에 대한 정보를 획득하고 다른 반려인과 소통하며 정서적 공감대를 형성하려는 트렌드가 자리잡음

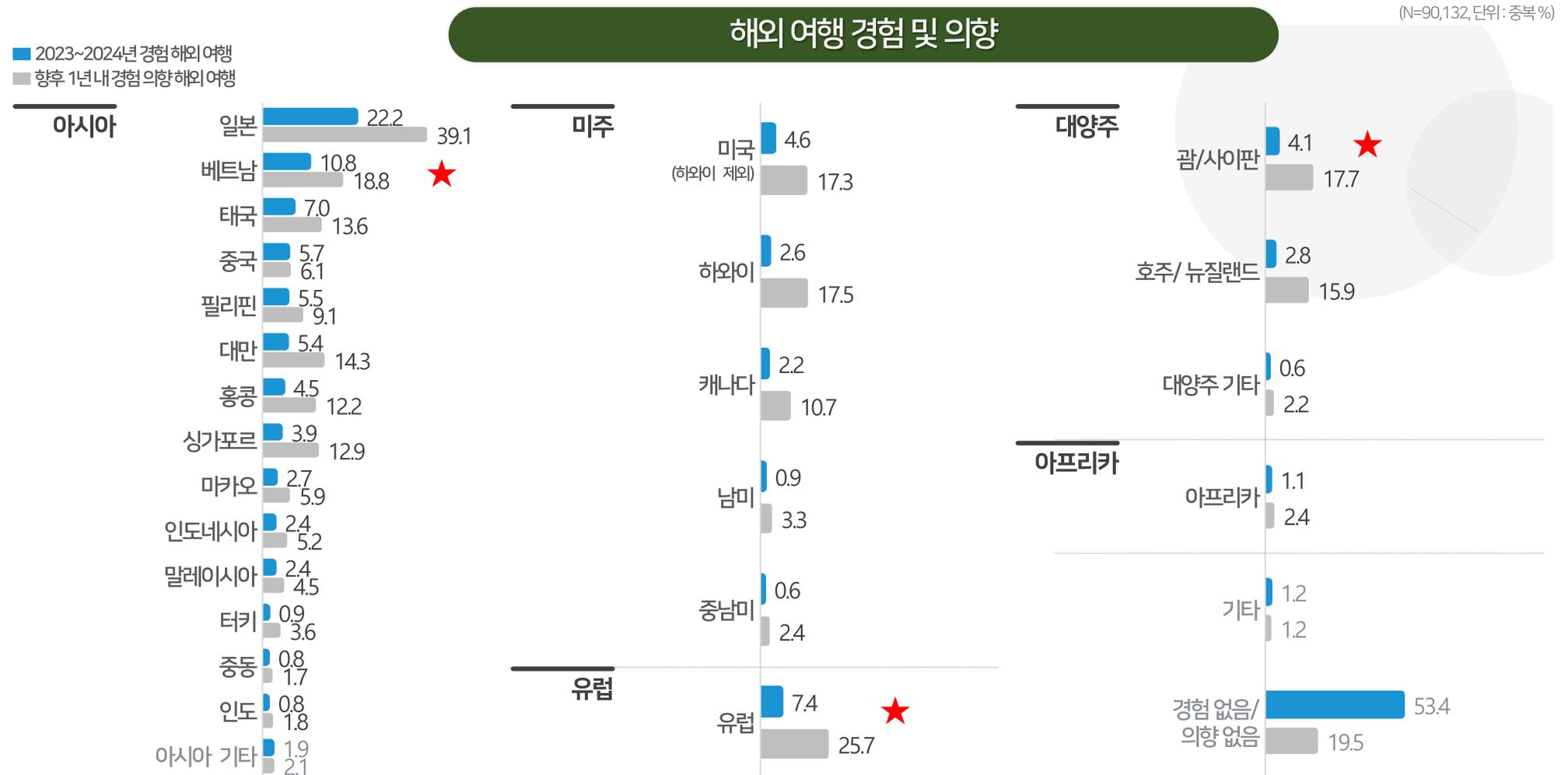
2.5 라이프스타일 : 일상생활

- 최근 경험한 국내여행 장소로 강원도지역/동해안 방문(38%)이 가장 많았으며, 제주도 방문을 가장 희망함
- 휴양림 및 캠핑에 대한 의향이 높게 나타남



2.5 라이프스타일 : 일상생활

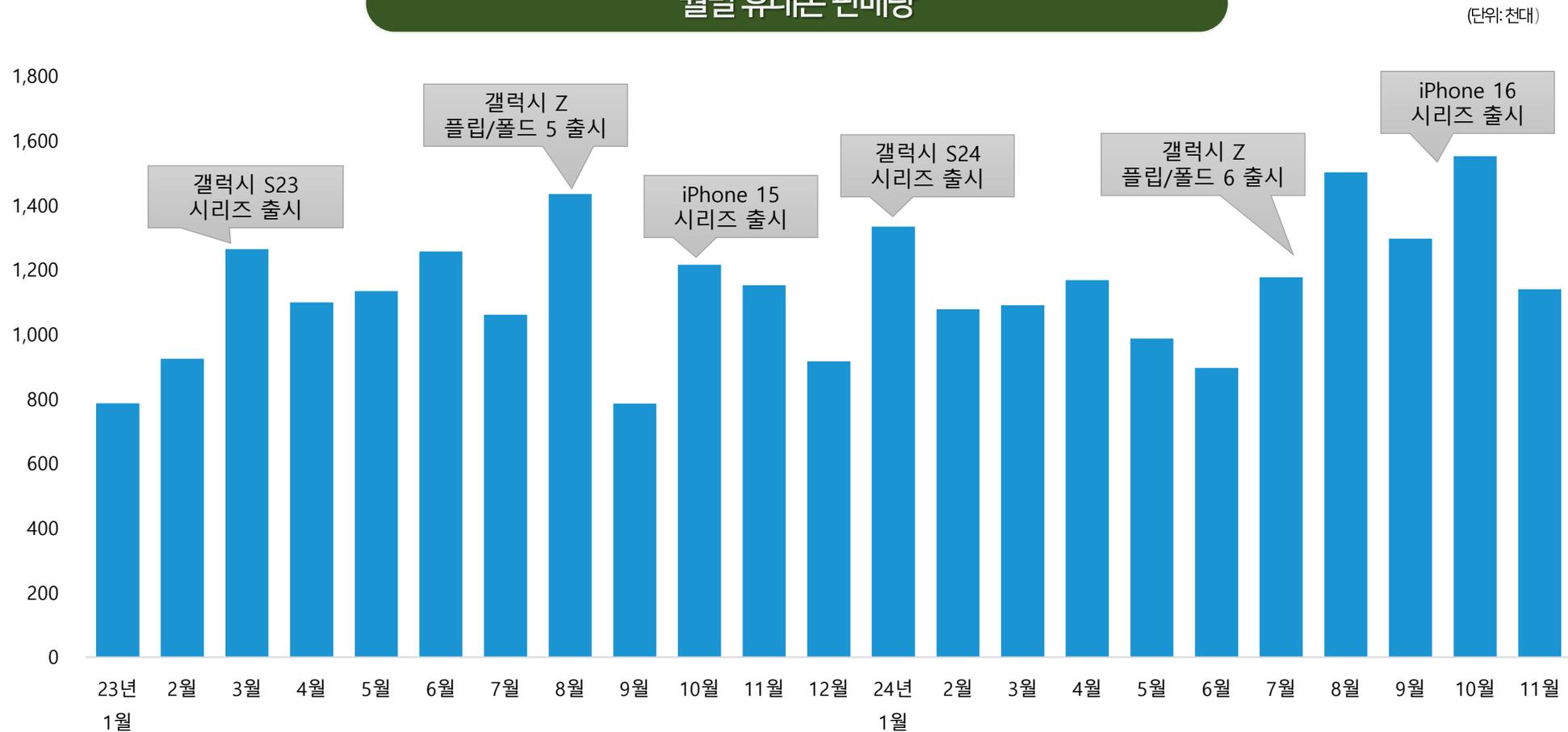
- 일본/베트남/태국 순으로 해외 경험율이 높게 나타남
- 일본/유럽/베트남/미국/하와이/괌/호주에 대한 여행 의향이 높게 나타남



2.5 라이프스타일 : 일상생활

- 한국의 연간 휴대폰(스마트폰) 판매량은 약 1,300만대 수준
- 고가폰인 갤럭시 S/플립/폴드 및 아이폰 신규 시리즈 출시 시점에 맞추어 월판매량 급증 추세가 반복됨

월별 휴대폰 판매량



2.5 라이프스타일 : 일상생활

- 온디바이스 AI 등장으로 AI 스마트폰 시장 확대 예상
- 스마트폰 양극화 : AI 서비스 강화된 고가의 스마트폰 출시 및 경쟁 심화. 알뜰폰 가입자 또한 빠른 증가 추세

이동통신사의 AI 사업 강화

이통 3사 AI 사업 전개 상황

SKT

- AI 에이전트 '에이닷'에 멀티 LLM 적용, 에이닷전화 등 AI 서비스 출시
- AIDC-GPUaaS 등 'AI 인프라' 기반 B2B 포트폴리오 구축
- 글로벌 AI 에이전트 '에스터(A*)'로 북미 시장 진출 예정

KT

- MS와 5년 파트너십 계약, 한국형 특화 AI 모델·서비스 공동 개발
- AX 전문 법인 설립, MS와 2조4000억원 규모 공동 투자
- AI·B2B 사업 담당 일원화, AI 컨설팅 강화 등 조직 개편

LGU+

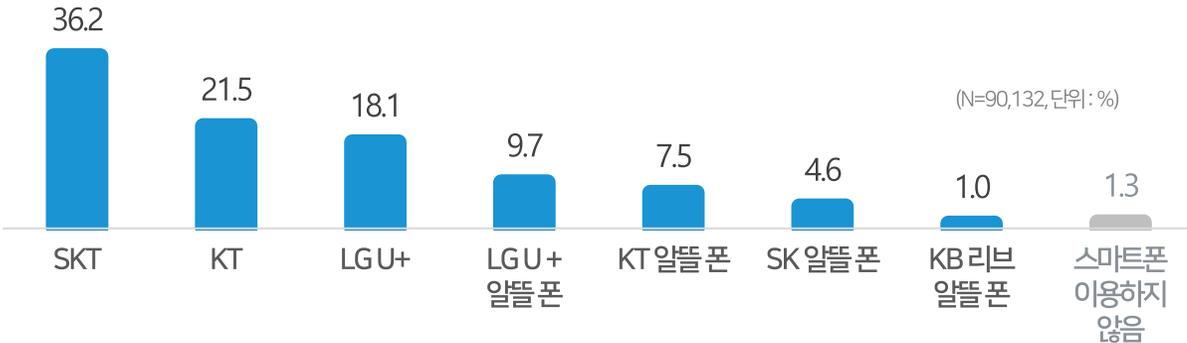
- AI 에이전트 '익시오' 출시, 2028년까지 최대 3조원 투자
- AI B2B 전략 '올인 AI' 제시, AIDC·온디바이스 AI 등 고도화
- 'AI 에이전트 추진그룹' 신설 등 AI B2C 강화에 초점 둔 조직개편

AI

[그래픽] 사유진 기자

[자료] 각 사

<https://m.ceoscoredaily.com/page/view/2024112913043906447>



현 이용 스마트폰 브랜드

(N=88,923, 단위: 중복%)

삼성/ 갤럭시 ▶

애플/ 아이폰 ▶

LG ▶
기타 ▶



AI 스마트폰

세계 생성형 AI 스마트폰 점유율

2024년1분기 판매량 기준

모델명	S24울트라	S24	S24+	점유율 (%)
갤럭시S24한국	30.1	16.8	11.5	58.4%
샤오미14중국	11.7(프로 포함)			
비보X100 중국	4.9			
오포파인드X7 중국	3.2			
원플러스12 중국	2.7			
아너매직6 중국	2.6			
구글 픽셀8프로미국	2.2			

갤럭시 S24 울트라



연합뉴스

자료: 카운터포인트리서치

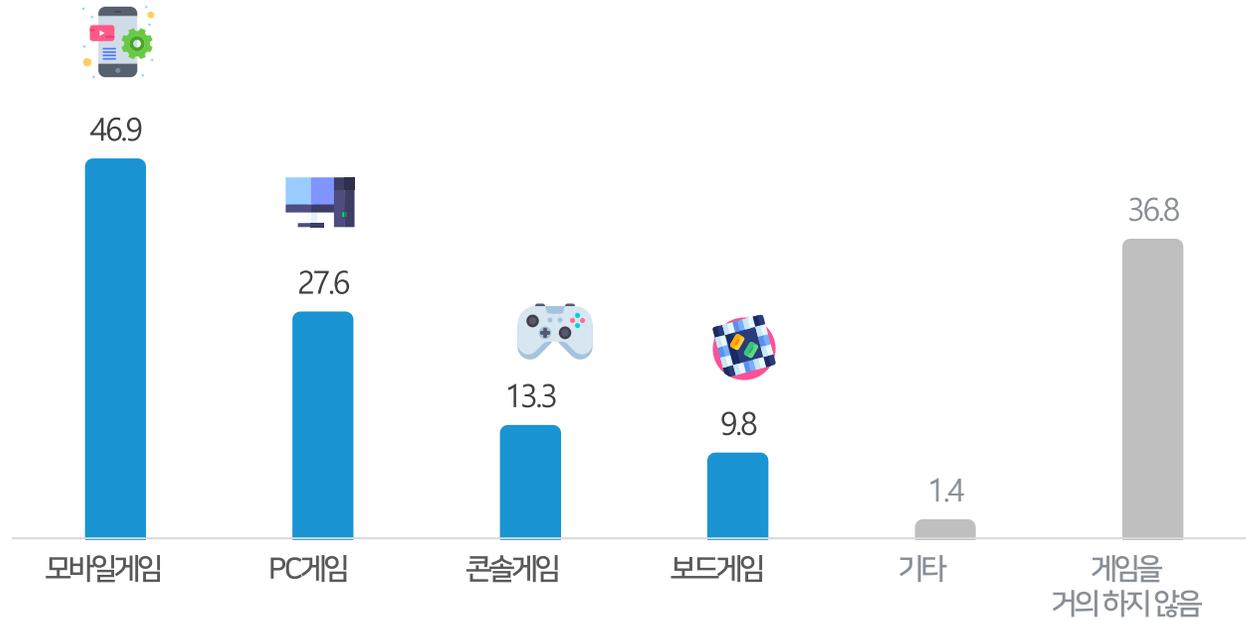
김민지 기자 20240531

※ 이미지 출처: <https://www.yna.co.kr/view/GYH20240531000900044>

2.6 라이프스타일 : 엔터테인먼트

- 국민10명중 6명 가까이는 게임을 즐기고 있음
- 편의점 중심으로 게임, 지적재산권(IP) 관련 상품 마케팅 활발

(N=90,132, 단위: 중복 %)



성별

성별	(Base)	모바일게임	PC게임	콘솔게임	보드게임	기타	게임을 거의 하지 않음
남성 (35,535)		49.4	42.9	16.3	8.3	1.7	26.6
여성 (54,597)		45.2	17.6	11.4	10.8	1.2	43.5



※ 이미지 출처: <https://news.nate.com/view/20241222n08754>



※ 이미지 출처: <https://www.fetimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=118159>



※ 이미지 출처: <https://www.news1.kr/industry/distribution/5451036>

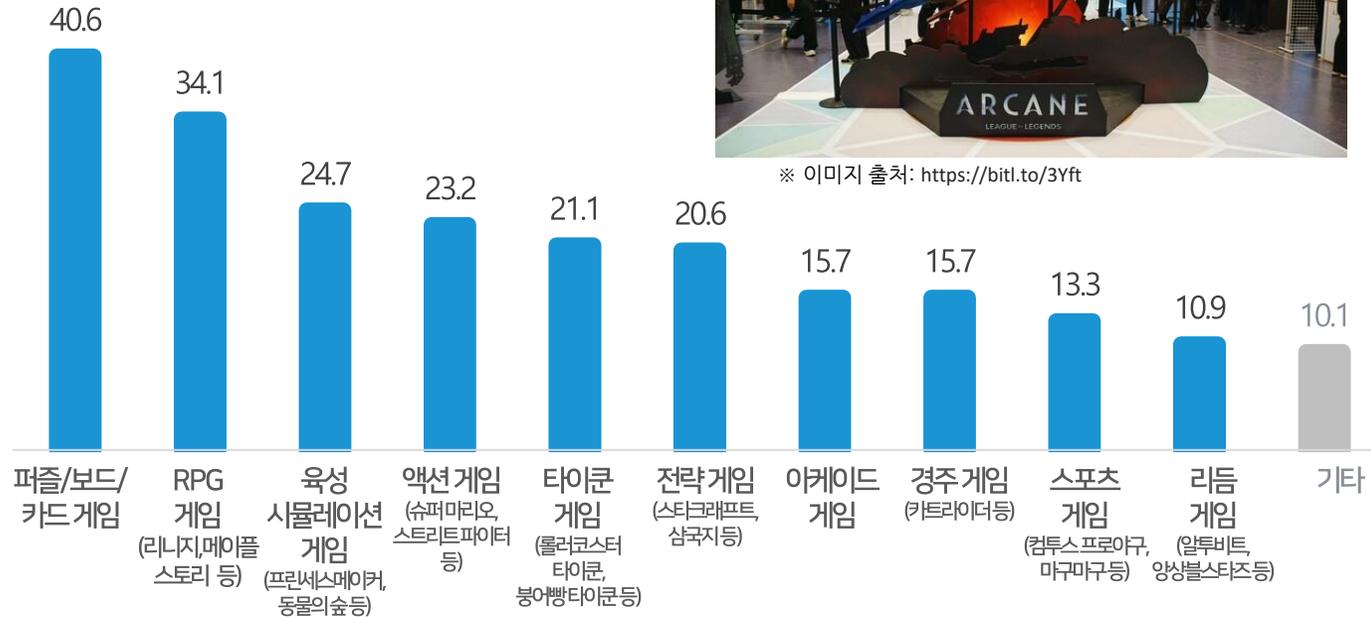
2.6 라이프스타일 : 엔터테인먼트

- 성별로 선호하는 게임 장르는 다르게 나타남
- 유통 업체별로는 타겟 고객군에 따른 카테고리별 협업 마케팅 진행 중

‘아케인’ 시즌 2 공개! 신세계 강남점에서 징크스의 아지트를 만나보자



※ 이미지 출처: <https://bitl.to/3Yft>



성별	(Base)											
	(26,067)	40.6	34.1	24.7	23.2	21.1	20.6	15.7	15.7	13.3	10.9	10.1
여성 (30,855)	24.3	43.2	17.7	26.2	13.0	32.7	15.9	13.5	23.5	7.3	10.2	

CU 전문가 자문 거쳐 주류 라인업 확대, 게임사와 협업한 상품도 내놔

김예원 기자 ywkim@businesspost.co.kr | 2024-11-19 11:17:17



공유하기



[비즈니스포스트] 편의점 CU가 전문가 자문을 거쳐 다양한 주류 라인업을 선보인다.

CU를 운영하는 BGF리테일은 19일 스코틀랜드 정통 블렌디드 위스키, 인기 게임 '디아블로' 콜라보 증류주 등 다양한 차별화 주류를 국내 단독 출시한다고 밝혔다.

'김창수 위스키 증류소'의 김창수 대표, 유명 유튜버 '주토피아', '위스키네비' 등 여러 위스키 전문가들에게 자문을 구해 정통 스카치 위스키 라인업을 구성했다고 BGF리테일은 설명했다.



▲ 편의점 CU가 여러 전문가들의 자문을 받고 차별화 주류를 다수 선보인다. < BGF리테일 >

먼저 정통 스카치 위스키 '길리듀'를 내놓는다. 알코올 도수는 40도며 가격은 1만2900원이다.

※ 이미지 출처: https://www.businesspost.co.kr/BP?command=article_view&num=373354

2.6 라이프스타일 : 엔터테인먼트

- 넷플릭스 및 쿠팡플레이 중심으로 OTT 시장 성장 중 (2024년 6.1조 → 2027년 7.2조 예상)
- 유통업 중심의 쿠팡은 유료 고객의 충성도 확대 및 Lock-in 를 위해 쿠팡플레이를 적극 활용 중

OTT & VOD 서비스 이용 현황

(N=90,132, 단위: 중복%)



(Base)

성별	남성 (35,535)	여성 (54,597)
넷플릭스	49.3	58.4
쿠팡 플레이	26.1	37.1
티빙	18.6	33.2
유튜브 프리미엄	21.1	22.8
디즈니 플러스	16.9	19.4
웨이브	13.1	18.7
KT 지니/올레 TV VOD	8.5	9.5
SK broadband 브로드밴드 VOD	8.2	9.0
LGU+ VOD	6.0	6.7
왓챠	4.3	5.2
지역 케이블 TV VOD	3.1	2.7
P2P 다운로드	4.6	1.2
위성방송 (스카이라이프, 올레쿵등) VOD	1.3	1.0
이용하고 있는 서비스 없음	23.3	15.3

2.7 라이프스타일 : 정기구독

- 10명 중 3명은 적어도 1개 이상의 정기구독 서비스를 이용 중
- 가전제품 위생 관리 및 필터 교체 관련 정기구독 비중(11.4%)이 가장 높게 나타남

롯데웰푸드, 미국 스낵 구독서비스와 '빼빼로' 공동 마케팅(머니투데이)



롯데웰푸드(옛 롯데제과)가 스낵 구독 서비스 '트라이더월드'(Try the World)에 '빼빼로'를 소개하며 글로벌 마케팅을 강화한다. 트라이더월드는 세계의 과자들을 큐레이션해 보내주는 미국의 과자 구독 서비스로 월 평균 구독자는 1만명 정도다.

'트라이더월드' 구독 서비스는 매 월 8~9종의 세계 과자를 모아 정기배송을 해준다. 이번 공동 마케팅을 통해 '아몬드 빼빼로'는 5월 구독자 꾸러미에 포함돼 미국 각지의 과자 팬들에게 전달됐다.

(Base: 전체, N=81,455, 단위: 중복%)

11.4



가전
제품
위생
관리/
필터
교체

4.9



식품/
반찬/
샐러드
배달

4.0



매트
리스
관리/
청소

3.4



특정
공간
홈케어
클리닝

3.3



가사
도우미

2.9



신선
식품
구독

2.3



세탁물
처리

2.1



안마
기기
관리

2.0



가구
렌탈

2.0



가구
관리/
청소

2.0



과자/
패스트
푸드
구독

1.9



가전
제품
분리
세척/
클리닝

1.9



생활
소모품
정기
구독

1.7



반려
동물
호텔,
유치원

1.3



1:1
맞춤형
화장품
구독

1.2



술
구독

1.2



애견
식품/
용품
정기
구독

1.1



의류
대여

1.1



건기식
건강식
구독

1.1



홈
레슨

1.0



홈
뷰티
기기
렌탈

0.7



운동
기구
렌탈

0.5



DNA
건강
상태
검진

73.4



이용
안함