



# 2017 TREND

## “Above and Beyond”

한국콜마 마케팅본부

서덕원 이사

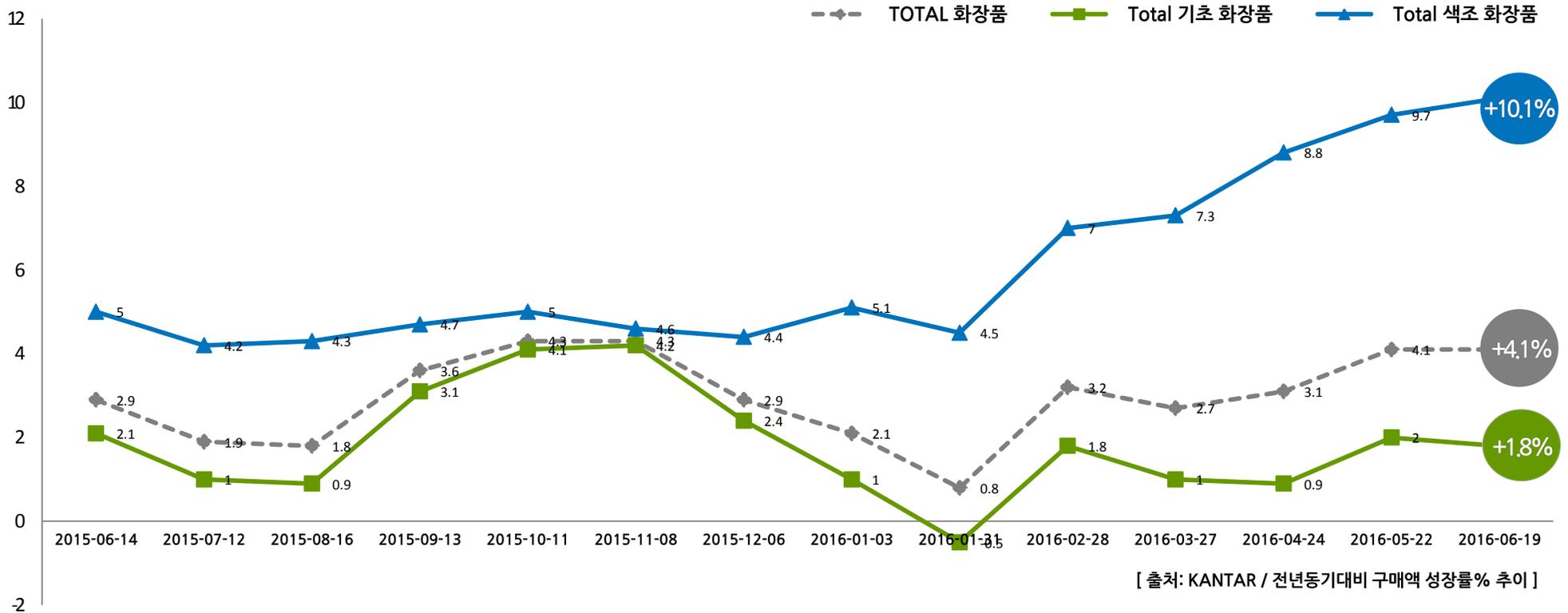
# 1. 2016 Trend Review

## 2. 2017 Trend Preview

# 2016년 국내 화장품 시장 Review

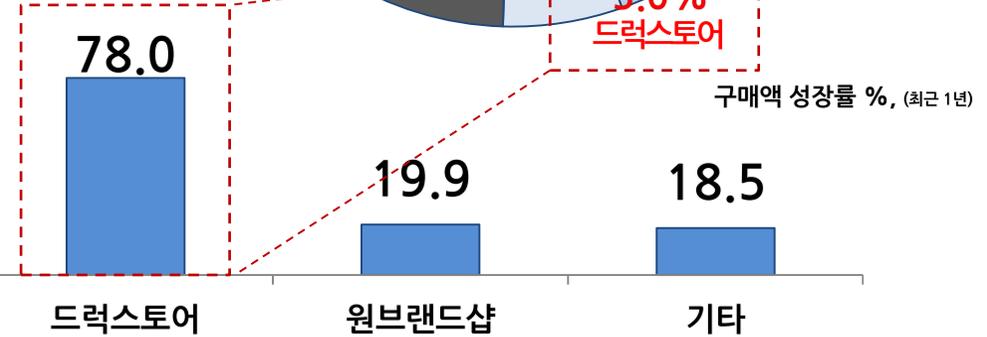
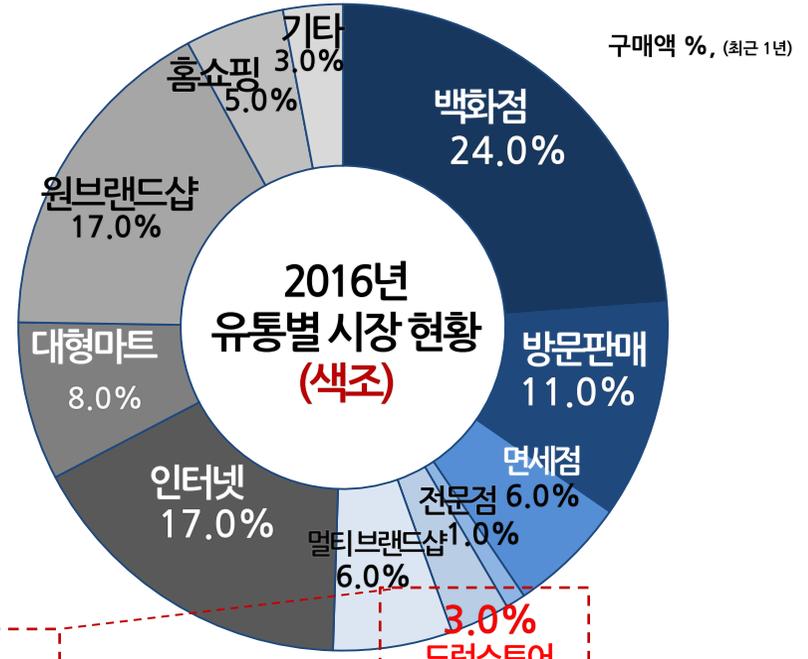
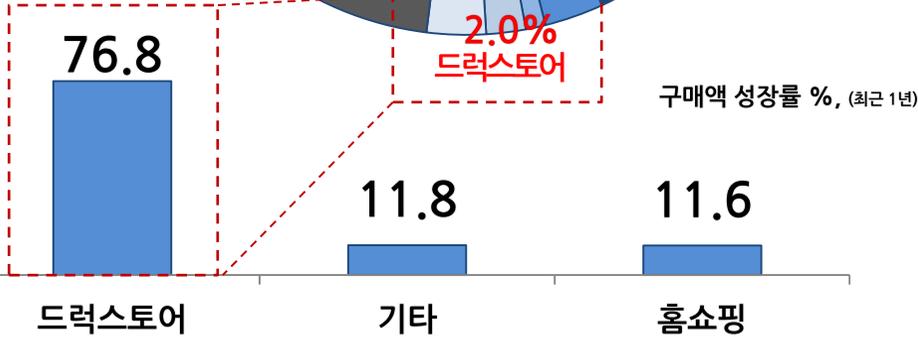
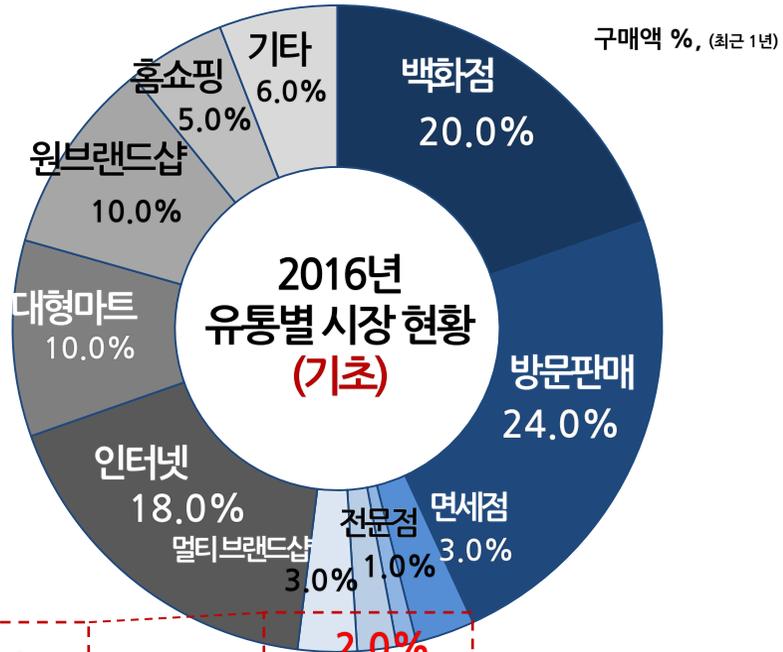
국내 화장품 시장은 성장률의 점진적인 회복세를 보이고 있으며, 특히 색조화장품 시장의 성장이 두드러짐

## 국내 화장품 시장 성장률 추이



# 2016년 국내 화장품 시장 Review

기초·색조 화장품 시장 모두 드럭스토어 경로가 가장 높은 성장률을 보임



[ 출처: KANTAR, 면세경로는 해외구매액 제외 ]



**SNS상의 수저론**

자율산 대박 발표 국가가 우선하는 단거리 분할승

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
|   |  |   |  |
| <b>금수저</b><br>자산 20억원 또는<br>가구 연 수입 2억원 | <b>은수저</b><br>자산 10억원 또는<br>가구 연 수입 8000만원 | <b>동수저</b><br>자산 5억원 또는<br>가구 연 수입 5500만원 | <b>흙수저</b><br>자산 5000만원 미만 또는<br>가구 연 수입 2000만원 미만 |

# 2016년, 피로가 누적된 사회

장기간의 경제 불황과 일상화된 위험 속에서  
사람들은 답답함과 불안함을 느끼고 있다

중국 '한류 금지령' 시행

**艺恩网**  
entgrub.com

이언왕 중국 연예인먼트 시장조사 업체

"한국 드라마·영화·예능 프로그램,  
한국 작품 리메이크 콘텐츠 방송 금지"

SBS

물티슈·화장품서 '가습기살균제 성분' 검출





## 혼자 밥먹기, 당신의 레벨은?

- 레벨1** 편의점에서 혼자 라면이나 도시락 먹기
- 레벨2** 학생식당, 푸드코트에서 혼자 먹기
- 레벨3** 분식집에서 혼자 먹기
- 레벨4** 패스트푸드점에서 혼자 먹기
- 레벨5** 중국집, 냉면집 등 일반 음식점에서 혼자 먹기
- 레벨6** 일식집이나 전문 요리집에서 혼자 먹기
- 레벨7** 피자나 파스타 등 패밀리 레스토랑에서 혼자 먹기
- 레벨8** 고깃집에서 혼자 먹기

## 새로운 물을 만들어가는 개인들

원하는 대로 변화하지 않는 사회 속에서  
혼자, 때로는 함께 자신들만의 목소리를 내기 시작한다

가모장제의 대모  
김숙



# 2016년 국내 화장품 시장 Review ( 기초 )

미세먼지 이슈와 함께 피부 건강을 위협하는 유해성분들에 대한 관심이 높아지며  
“더마 코스메틱”과 “안티폴루션” 유형이 성장함

## 치료 이미지의 ‘더마 코스메틱’ 성장세

### 더마 코스메틱

피부과학(dermatology)와 화장품(cosmetic)의 합성어로  
피부 손상을 최소화하는 과학 기술을 적용한  
전문적이고 기능적인 화장품

### 화장품 회사의 더마 브랜드



### 제약 회사의 더마 브랜드



## 유해성분을 막다, ‘안티 폴루션’ 카테고리의 대중화

### 유해성분로부터 피부를 보호 “Shield”



### 유해성분을 피부로부터 제거 “Cleansing”



# 2016년 국내 화장품 시장 Review ( 기초 )

불안한 경제 상황과 수많은 선택지 속에서 쉽게 결정하지 못하는 소비자들을 위한  
Small luxury for money, All-in-One 제품들의 인기가 높았음

## 나만을 위한 “작은 사치”를 즐기다

고가 에스테틱 관리 못지 않은 스페셜 관리를  
마스크 시트로 집에서 즐기다



네일샵에 갈 필요 없이 누리는 작은 사치,  
셀프 네일 아트 제품 인기



## 한 번에 두 가지 기능을, 멀티 제품군의 유행

클렌징과 스킨의 미묘한 경계 “뉘토” 열풍  
“뉘아쓰는 토너”의 출몰말로 클렌징 후 남아있을지 모르는  
노폐물을 제거, 각질 정돈까지 가능한 스킨케어법



남성 그루밍족, 간편하게 사용가능한  
All-In-One 제품선호



# 2016년 국내 화장품 시장 Review ( 색조 )

세계에서 인정받은 한국 화장품 쿠션,  
그를 중심으로 한 새로운 “쿠션 생태계”가 구성되어 확장되고 있음

## 쿠션을 중심으로 이루어지는 쿠션 생태계

### 끝을 모르는 쿠션의 진화

비주얼 다양화



해외 브랜드의 쿠션 진출



캐릭터 콜라보 제품 인기



### 쿠션의 커버력, 밀착력, 지속력을 보완

1. 컨실러



2. 프라이머



3. 메이크업 베이스



# 2016년 국내 화장품 시장 Review ( 색조 )

소비자 개개인의 피부톤, 개성에 맞게 사용 가능한  
피부톤 보정용 제품이나 컬러의 폭을 넓힌 제품들이 다수 출시됨

## 내 피부에 맞춰 피부톤을 보정하는 '컬러 코렉팅'

### 컬러 코렉팅

잡티 색상과 보색 메이크업 제품을 활용  
피부 톤을 보정하는 메이크업



#### 홍조, 붉은 피부 트러블



#### 다크서클



폭과 깊이가 매우 다양한 컬러 출시,  
원하는 색상을 구매할 수 있도록  
소비자 선택의 폭을 확장

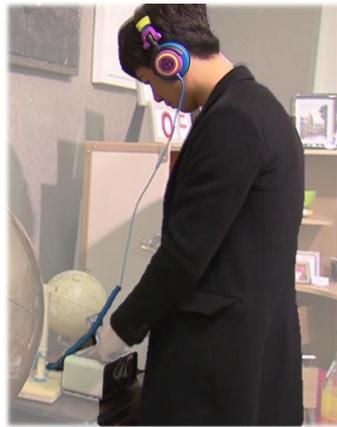


직접 립컬러를 조색할 수 있는  
립 팔레트 품목이 재등장



1. 2016 Trend Review

**2. 2017 Trend Preview**



# 2017 TREND

## 따로, 또 같이

개성을 가진 개인들을 위한 맞춤화 현상이 두드러지게 나타남과 동시에  
다양한 개성이 뭉쳐 또 하나의 흐름을 만들다



# 2017 TREND

## 따로, 또 같이

다양한 개성을 가진 개인들을 위한 맞춤화 현상이 두드러지게 나타남과 동시에  
다양한 개성이 뭉쳐 또 하나의 흐름을 만들다

THEME

Customization



NEW Define



Transparency



U & U



G.R.W.M

원하는 방식대로 제품을  
사용하거나 메이크업을 만들고,  
전파하는 자유로운 소비자

Super - Category

기존의 카테고리를 뛰어넘는  
제품들의 등장

BYE Chemical

소비자 정서에 맞지 않는  
화학 성분을 제품에서  
완전히 배제하려는 흐름이 대세

Ultra-cosmeceutical

컨셉과 기능이 더욱 강화된  
의약 화장품의 등장

KEY  
WORD

Be Smart

“나”를 인식하고 “나”에게  
맞는 제품을 찾아주는  
스마트한 기술과 뷰티의 융합

Defining Makeup

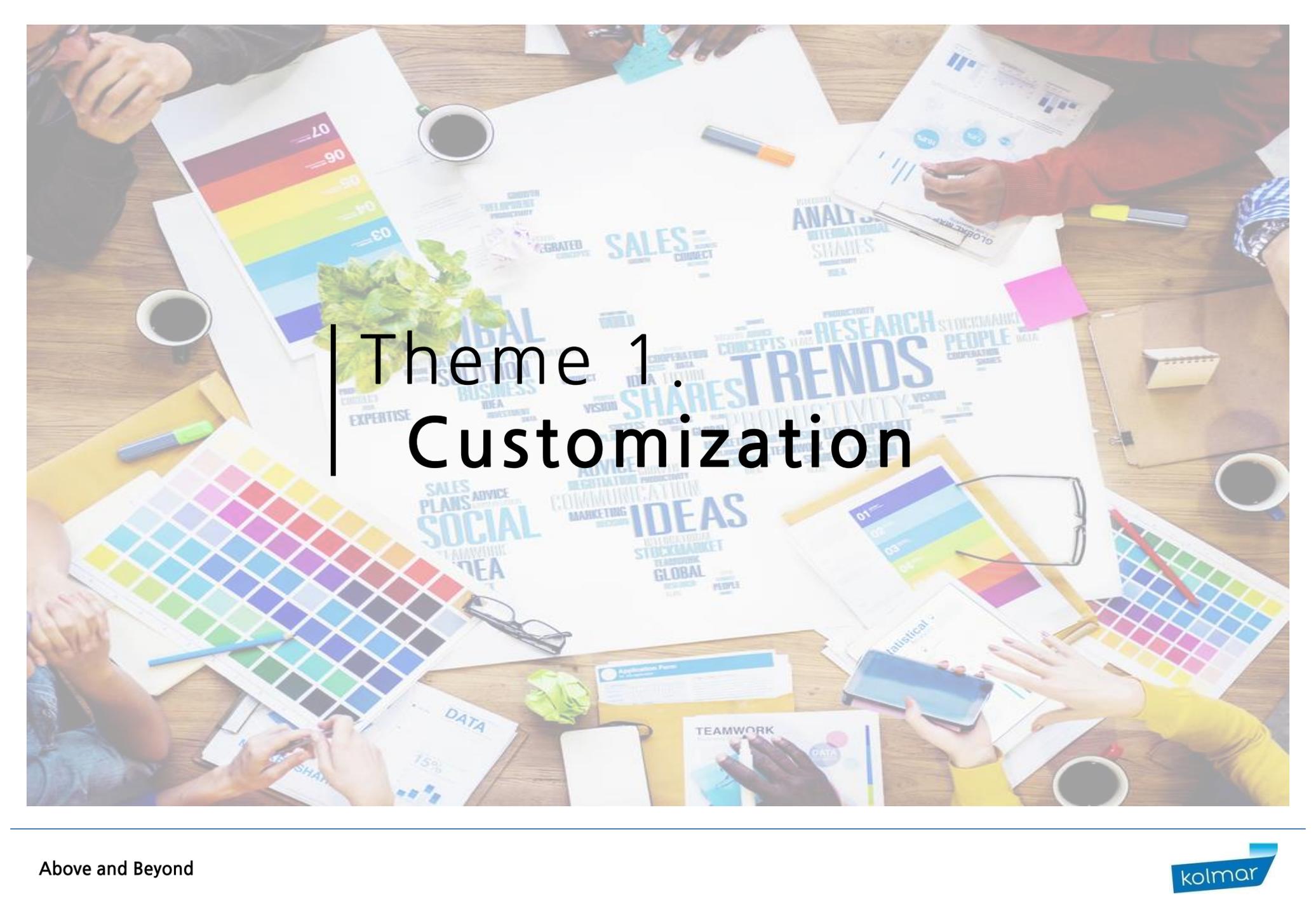
사회적인 미의 기준을  
따르기보다 자신의 개성을  
부각하는 메이크업 방식

WELCOME Green

비용과 시간이 들더라도  
소비자의 건강을 위한  
기업의 노력이 지속

Ultimate-Fusion

고수들이 손을 잡고 열어가는  
새로운 시장의 가능성



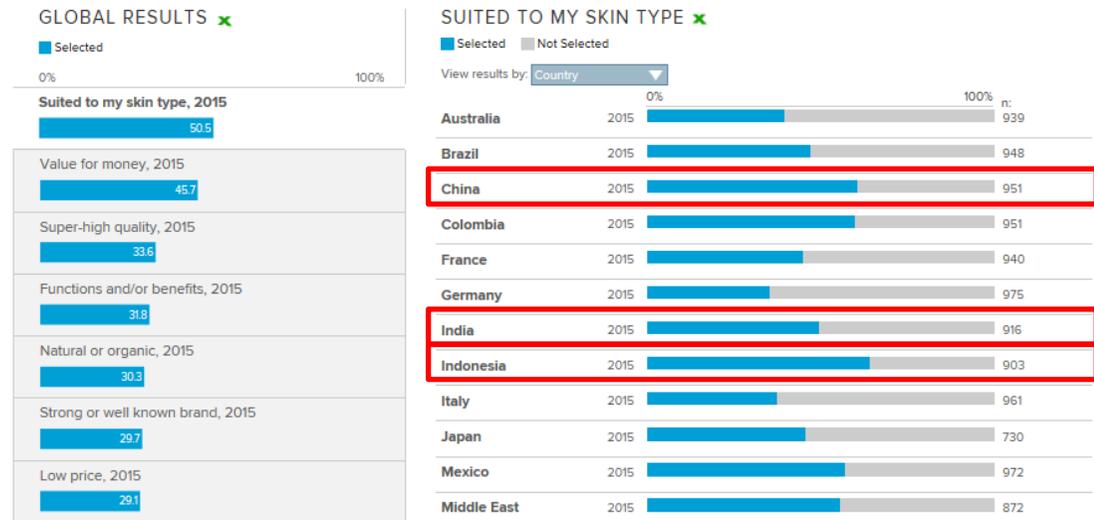
# Theme 1. Customization

“나만을 위한 화장품”에 대한 오랜 열망,  
 화장품 시장의 성장과 기술의 발전이 만나  
 나만을 위한 **맞춤형 화장품**이 현실화 되는 시대



Consumer Survey BPC (2015년 조사, n= 20,530)

Q. When you last purchased a skin care product, which of the product features listed below most influenced your choice?



Euromonitor international SKIN CARE OUTLOOK ACROSS THE GLOBE & ASIA PACIFIC JULY 2016



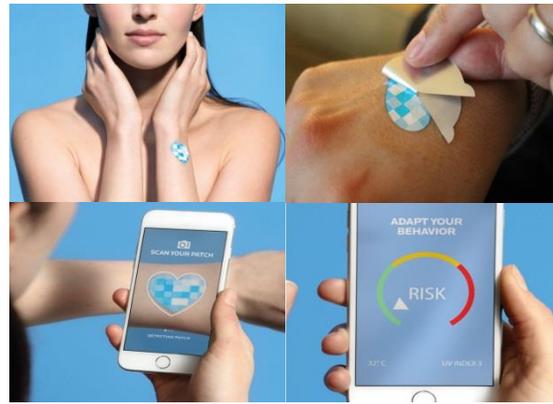
## Key Word 1: G.R.W.M “날 따라 해봐요”

제품 사용 방식부터 메이크업 방식, 스타일링까지 원하는 방식대로 메이크업 제품을 사용하거나 새로운 메이크업을 만들고, 전파하는 자유로운 소비자가 등장





L'Oreal "Makeup Genius"



L'Oreal "My UV Patch"



Modiface

## Key Word 2: Be Smart

뷰티 디바이스에서부터 바이오 기술에 이르기까지  
 “나”를 인식하고 “나”에 맞는 제품을 찾아주는  
 스마트한 기술이 뷰티 산업과 융합하여  
 새로운 시장을 Open

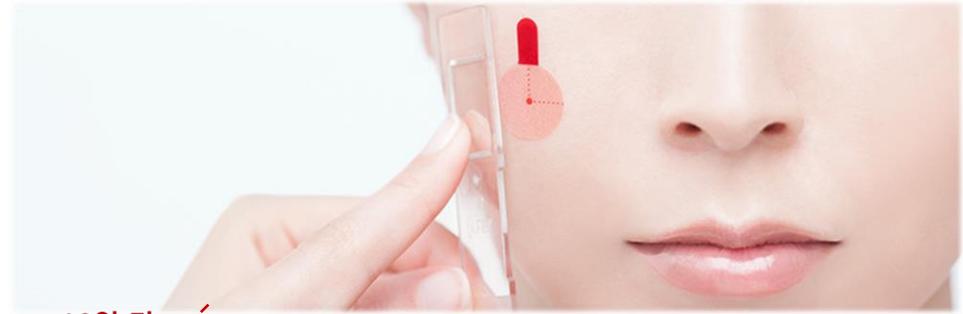
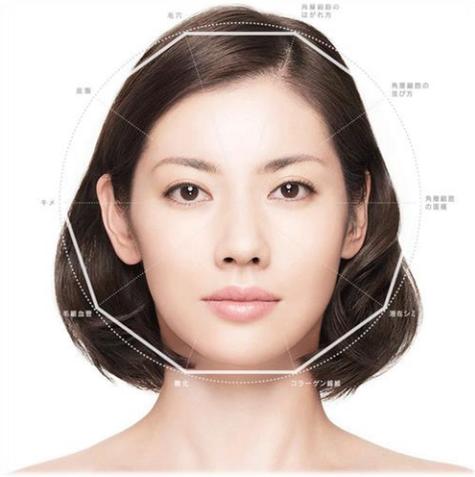


Line "LOOKS"



## 3D 메이크업 펜, Adorn (장식하다, 꾸미다)

영국에서 개발된 파운데이션 3D 메이크업 펜 Adorn은  
 날씨, 피부 상태에 따라 달라지는 피부톤에 맞춰 파운데이션 컬러를 제공한다  
 기기에 달린 스캐너로 피부톤을 스캔 한 후 기기 내 컬러 인식 시스템에 따라  
**75,000**여가지 색조 스펙트럼 중 사용자의 피부톤과 매치되는 컬러를  
 선택한 후 파운데이션을 조합해준다



10일 뒤

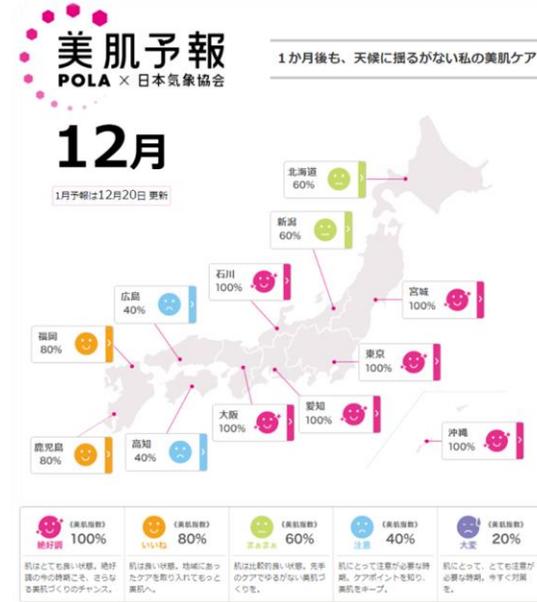


+

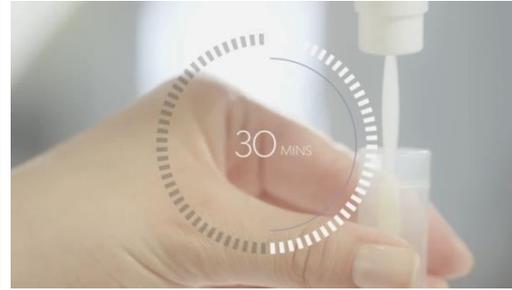
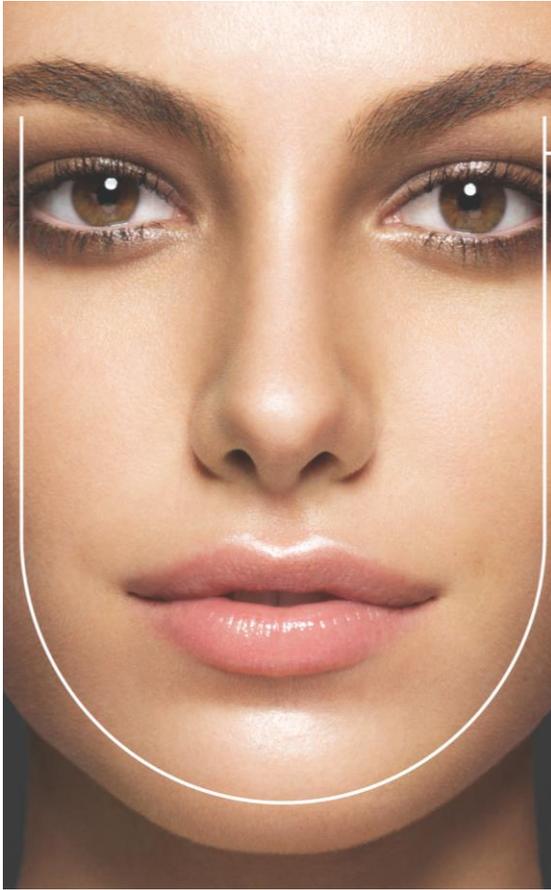


## 일본 기업 POLA

2014년 7월 리-런칭하며 소비자 맞춤형 서비스를 시작  
 온라인에서 소비자 설문조사를 통해  
 1,500만개의 스킨 데이터 베이스 구축,  
 이를 바탕으로 256만개의 스킨케어 프로그램 조합 제안,  
 리-런칭 후 3달 간 전년대비 70%의 매출 성장 기록



빅데이터를 활용한 지역별 피부 예보



## 독점 기술력으로 승부하는 기업, Geneu

박사급 연구원으로 구성된 안티에이징 스킨 케어 브랜드로  
런던의 플래그십 매장에서 소비자를 대상으로 문진과 구강세포를 채취,  
DNA 테스트를 통해 개인별 유전인자의 성향을 분석하여  
실험자들의 피부가 앞으로 어떻게 노화할 지 예측하는 서비스 제공,  
30분만에 결과를 제공하여 소비자에게 맞춤형 제품을 바로 제안



| Theme 2.  
**NEW Define**

알리바바 “비트코인 결제 시장 진출”,  
테슬라의 “스페이스 X”,  
아마존의 “아마존 대쉬”  
.....

이들의 공통점은?

**고정관념을 깬 혁신이**  
**가져오는 성공**



**뷰티 업계에서도**  
**고정관념을 깨는**  
**다양한 시도들이**  
**이루어지고 있다**

# Key Word 1: Super Category

더하고, 바꾸고, 응용하고...  
기존의 카테고리를 뛰어넘는  
Super-Category를 표방하는 제품들이 출시

결합하고,  
(Combine)



▶ 에센스 + 파운데이션  
에센스 성분 68% 함유한 파운데이션 팩트

재배치하고,  
(Rearrange)



▶ 트리트먼트 → 샴푸 → 맥시마이저 → 무스  
사용 순서 역순 재배치

응용하고  
(Adopt)



▶ 샤워하면서 하는 팩  
샤워하는 동안 단시간 피부 집중 관리

## Key Word 2: Defining MakeUP

메이크업을 새롭게 정의하다,  
Defining MakeUp은 두 가지 양상으로 나타나고 있다

### MakeUP에 대한 새로운 정의

# VS

### 강렬한 개성의 표출



**No Makeup Movement**  
“화장은 일종의 사회적 도구로  
개인의 참된 개성을 감춰버린다“

-Alicia Keys



**리한나, 카일리 제너, 케이티 페리, 테일러 스위프트...**  
“일반적인” 미의 기준을 따르지 않고  
자신의 취향, 자신의 장점을 강조하는 연출

# Key Word 2: Defining MakeUP

개성을 살릴 수 있는  
과감한 컬러의 제품들과  
또렷한 메이크업 방식, 제품들이 등장

## EYE Defining



▶ 개성만점 다양한 눈썹 모양으로 다듬어주는  
아이브로우 디파이닝 제품들

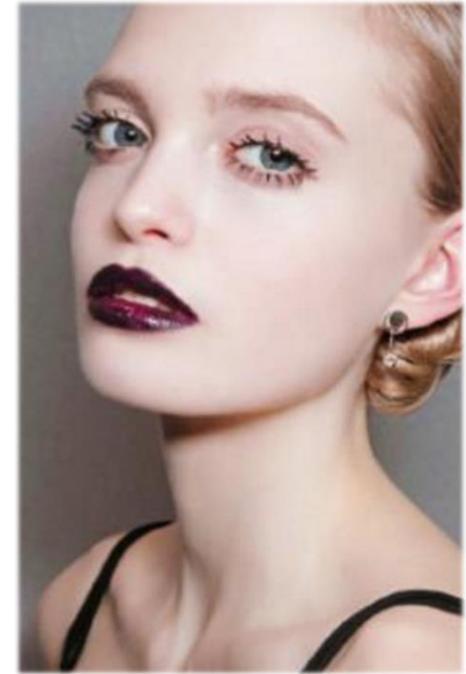


▶ 강렬한 컬러감으로 포인트를  
주는 아이섀도우 제품들

## LIP Defining



▶ 옴브레 립



▶ 버찌 립



| Theme 3.  
**Transparency**

좋은 성분, 좋은 브랜드만 믿고 산다?

**NO!**

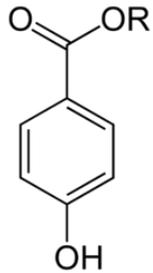
어떤 경로로, 어디서 온 성분인지  
직접 소비자의 눈으로 보고  
소비자가 판단한다



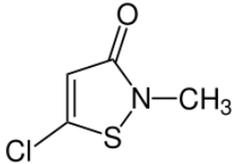
그렇기 때문에  
이제 기업들에게는  
이를 투명하게 증명하는 일이  
브랜드 가치를 높이는  
새로운 방법이 되었다

# Key Word 1: **BYE** Chemical

이제 유해 화학 성분 뿐만 아니라  
소비자 정서에 맞지 않는 화학 성분을 제품에서  
완전히 배제하려는 흐름이 대세

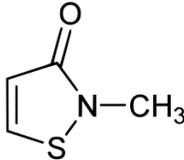


~~파라벤~~



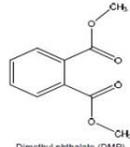
~~CMT~~

(클로로메틸아스티아졸리논) (메틸아스티아졸리논)

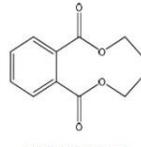


~~MIT~~

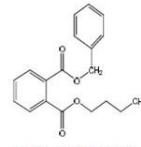
(메틸아스티아졸리논)



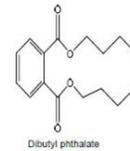
Dimethyl phthalate (DMP)



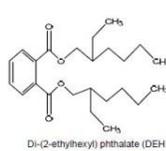
Diethyl phthalate (DEP)



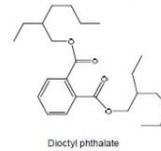
Butyl benzyl phthalate (BBP)



Dibutyl phthalate



Di-(2-ethylhexyl) phthalate (DEHP)



Diocetyl phthalate

Figure 2  
Chemical structures of phthalates

~~프탈레이트~~



더 적게, 더 투명하게 **S.W. Basics**

5개 이하의 성분을 사용한 제품을 출시,  
몇 가지의 성분으로 이루어졌는지를 제품 걸라벨에 확실하게 표시  
단순하고 “투명”한 라벨 덕분에 2015년 성장률 200% 기록

## Key Word 2: WELCOME Green

매년 실시되는 엄격한 심사와 비용에도 불구하고  
천연 유기농 인증 마크를 도입하는 업체들부터  
성분 확인을 더 쉽게 만드는 새로운 방법까지 등장

### 비용과 시간은 더 들지만 소비자 건강을 위한 노력 지속

#### 천연 유기농 인증 마크



*"Only products that include robust labels and meet our rigorous criteria, as opposed to minimal government standards, will be awarded our mark. We aim to spur the development of safer products in the marketplace."*

- Nneka Leiba, EWG Deputy Director of Research



식품의약품안전처는

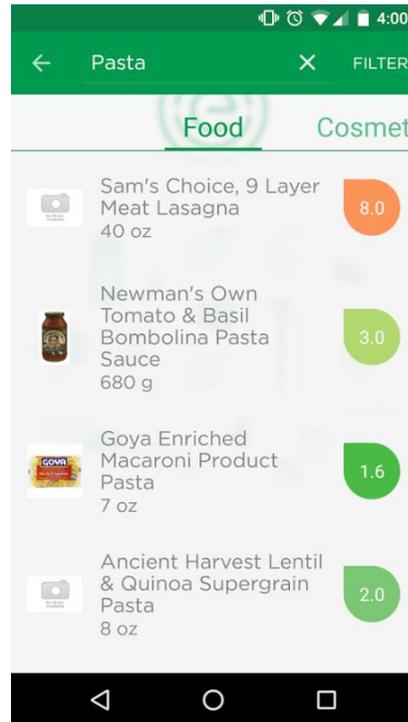
**천연·유기농 화장품 인증제 도입**을 내용으로 하는  
화장품법 일부 개정안을 입법예고



## HEALTHY LIVING JUST GOT THAT EASY

Ratings for more than 120,000 food and personal care products, now at your finger tips.

-  Scan a product
-  Review its rating
-  Pick the better choice



## 스캔하면 다 나온다, Healthy Living

앱 내에서 뷰티 제품 바코드를 스캔하면 자체 '푸드 점수 데이터베이스'에 저장되어 있는 점수와 함께 전문가들의 리뷰를 보여준다  
음식뿐만 아니라 화장품도 확인 가능하여 소비자는 성분을 쉽게 확인할 수 있다

A woman with long blonde hair is wearing a VR headset. She is holding a small, clear vial containing a yellow liquid. The background is a blurred, dimly lit environment, possibly a laboratory or a virtual space. The text "Theme 4. U&U (Ultra & Ultimate)" is overlaid on the image.

Theme 4.  
**U&U (Ultra & Ultimate)**

# Key Word 1: Ultra-cosmeceutical

코스메슈티컬 화장품과 바이오 기술이 결합하여  
컨셉과 기능이 더욱 강화된 Ultra-cosmeceutical의 등장



# Key Word 2: Ultimate-Fusion

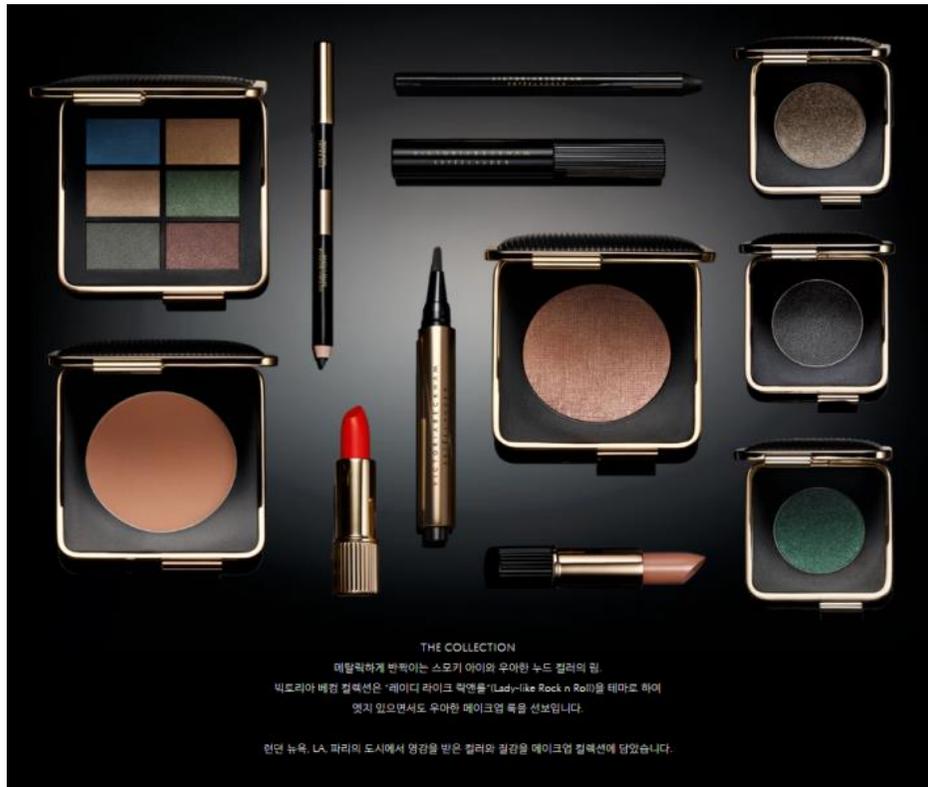
특화된 강점을 가진 강자들이 모여  
시장 질서를 뒤흔드는 제품을 출시



## Key Word 2: Ultimate-Fusion

화장품 업계에서도 단순 콜라보를 넘어선  
이종 산업간의 Fusion이 시작

빅토리아 베컴 X 에스티로더



도브 X 델타포셋



# Key Word 2: Ultimate-Fusion

Value chain별 시장의 강자들이 모여 새로운 비즈니스 모델 창출



# Customization

“나”를 위한 맞춤형 화장품이 현실화

# NEW Define

고정관념을 깬 시도가 가져오는 혁신

2017 TREND  
따로, 또 같이

# U & U

강점을 더욱 특화하는,  
강점을 모아 시너지를 내는 경향

# Transparency

소비자에게 “투명”하게 다가가는 기업



창의적인 아이디어와 높은 기술력을 인정받고 있는 한국 화장품, 2017년을 위해 우리는 어떤 준비를 해야 할까?



buying guides - skin care - k-beauty

Buying Guides

- MAKEUP
- Blush
- Bedd Beauty
- Color Correcting
- Contouring
- Eye brows
- Eye liners
- Foundations
- Lips
- Mascara
- Sephora I/O Artist Picks

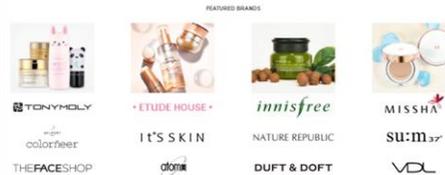
SKIN CARE

- Acne
- Antiaging
- BB Creams
- Beauty Tools
- CC Creams
- Cleaners
- Dark Spots & Brightening
- Dark Circles
- Dryness
- Face Oils
- Future Naturals
- Facial Tools
- K-Beauty
- Skin Care by Type

Why K-BEAUTY IS THE HOLY GRAIL of Skincare



KOREAN BEAUTY



#TRENDINGatSEPHORA K-BEAUTY SKIN CARE

Get the latest from Korea: the coveted dewy look

Bestsellers



100 COOL 100 SO COOL Egg Milk Cream \$36.00 (excl. tax) ★★★★★



SUN & PARK Beauty Water \$30.00 (excl. tax) ★★★★★



AMORE PACIFIC Treatment Toner \$30.00 ★★★★★



NEW DR. JART+ Dermask™ Mask Milk Peel \$49.00 ★★★★★

KOREAN FACE MASK REVIEW



감사합니다