



Winning Products: Turning Up the *Volume*

시장변화를 기회로 만든 제품들의 공통점과 시사점

2025년 9월

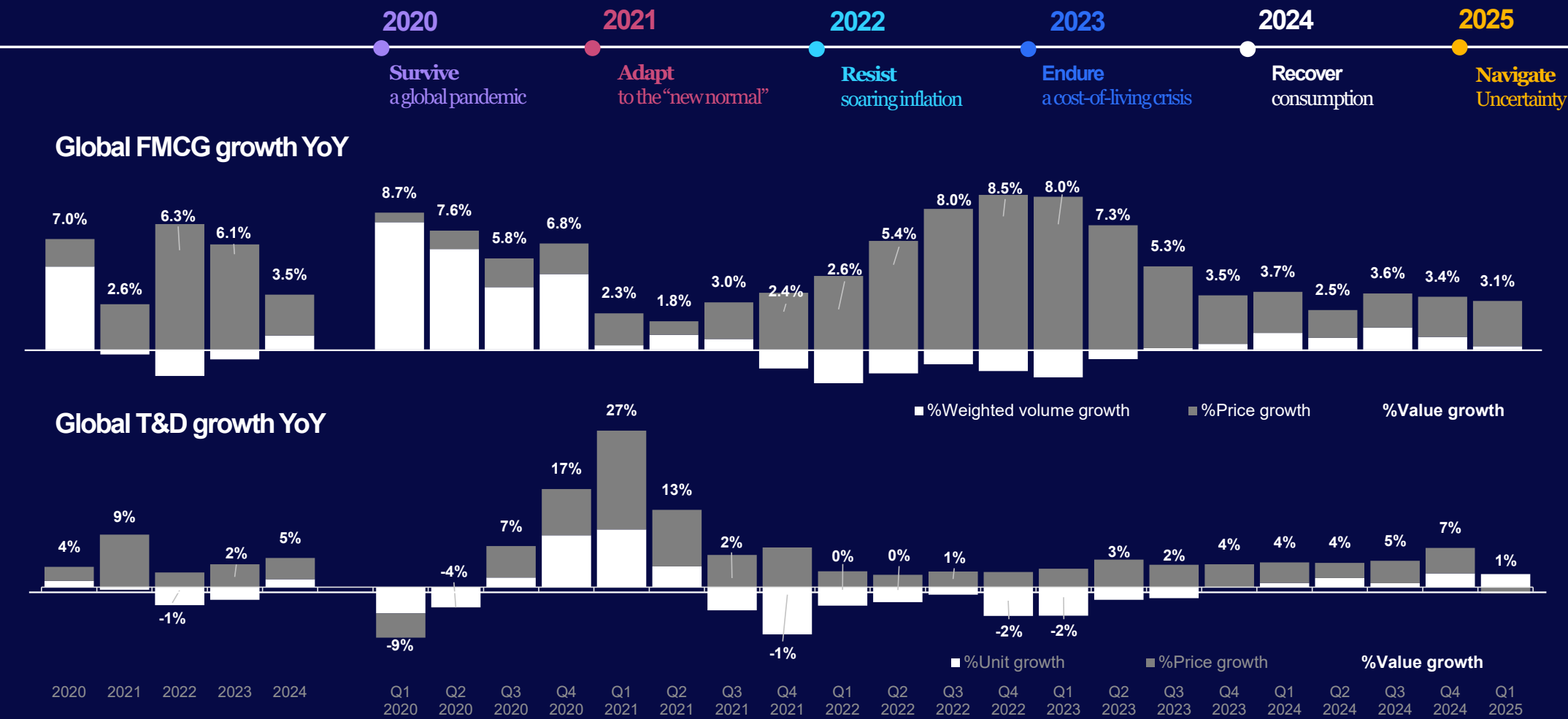


주의사항: 닐슨아이큐(NIQ)의 “Winning Products: Turning Up the Volume” 자료 내의 데이터 전부 또는 일부를 닐슨아이큐의 사전 승인 없이 출판 또는 변경할 수 없으며, 용도에 상관없이 상업적으로 활용할 수 없습니다.

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Confidential and proprietary

지난 5년, 글로벌 혼란의 시대가 일상 소비재 및 전자제품/내구재 시장에 미친 영향



Source: NielsenIQ QBN report series ending Q1'25 – FMCG (63 markets) – Sales Value USD fixed rate / NIQ Market Intelligence, Sales Tracking ending Q1'25 – T&D (62 markets) – Sales Value USD fixed rate

인플레이션 속, 산업 전반 성장 둔화

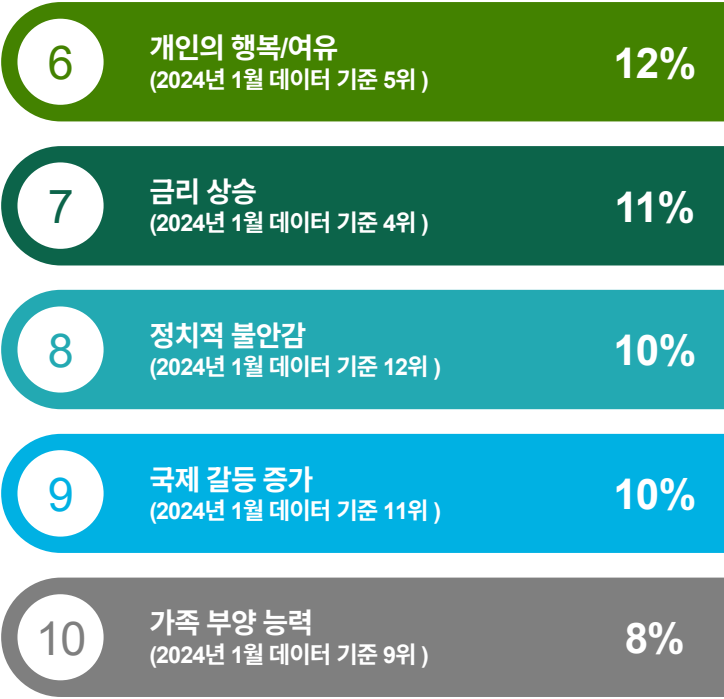
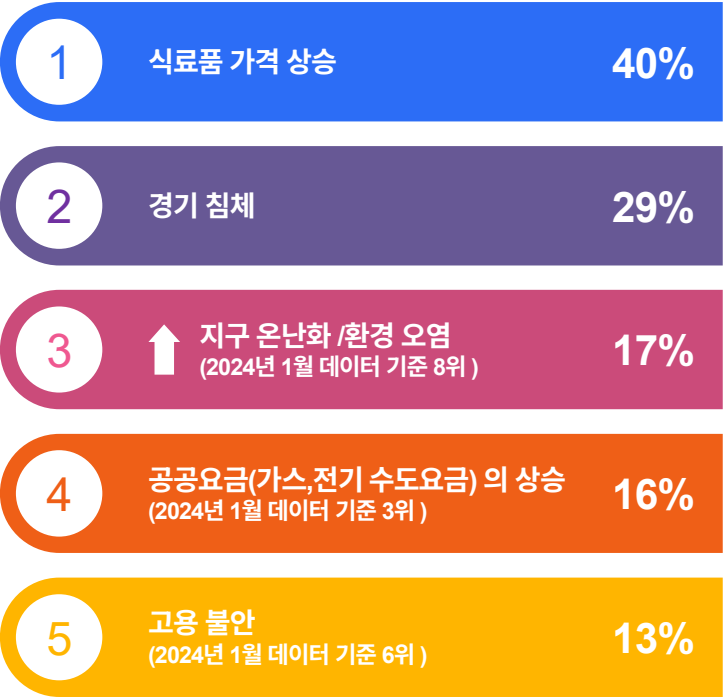
일상소비재 Online 채널 위주 성장 집중

전년 동기 대비 성장률 (최근 1년)

		매출액	매출 물량	가격
일상소비재	Offline	-1.2%	-1.6%	+0.4%
	Online	+11.3%	+4.7%	+5.5%
전자제품 및 내구재	Offline	-4.1%	+1.0%	-5.1%
	Online	-6.5%	-0.6%	-5.9%

Source : NIQ MarketTrack+EcomDB, End of Period=Jun25, 일상소비재 180개, 전자제품 57개 카테고리 기준

주요 우려 사항은 식료품 가격 상승, 환경에 대한 우려는 전년 대비 상위로 진입

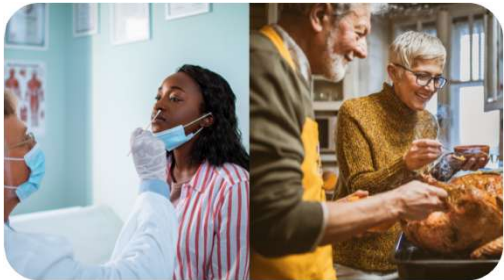


Source: NIQ 2024 Mid-Year Consumer Outlook, South Korea

팬데믹과 변화하는 환경에 따른 소비자 건강 인식 변화

Treatment

Prevention



질병 리스크

Covid 19
질병에 대한 위험 인지

기대 수명 증가 및 고령화
건강 관련 취약층 확대
'AgingWell' 대두

새로운 건강 위협

대기 질 악화와
'Heat wave'

건강한 삶을 유지하는데
있어 가장 큰 위협이자 도전 과제

예방 중심의 건강 소비

Healthier

질병 예방을 위한 신체활동과 건강한 먹거리 시장

Less is more

좀 덜 해롭게 소비하기 위한 노력

2025 “Volume Winners”



Volume Winners

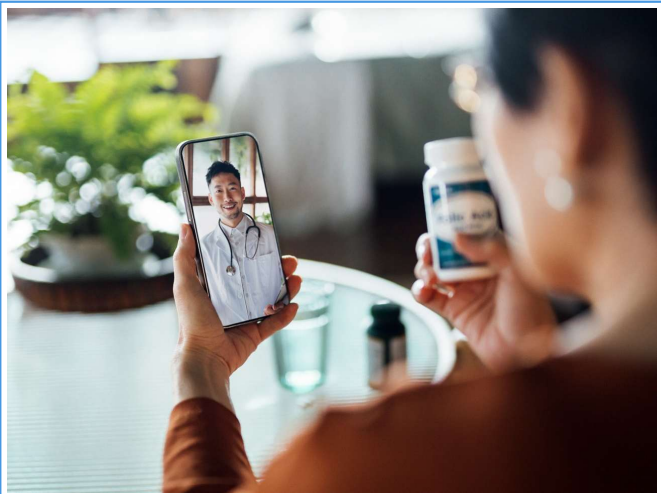


Key Trends on “Volume Winners”



IMMEDIATE

HEAT WAVE,
HIT THE CONSUMER



PROACTIVE

SLOW AGING,
SMART LIVING



HABITUAL

HOME CENTRIC
LIVING

HEAT WAVE, HIT THE CONSUMER



“최근 전 세계 지표면 기온은 관측 이래 가장 높은 수준을 기록했습니다”

이로써 14개월 연속으로 기록적인 고온을 기록하게 되었습니다.

과도한 열에 노출된 노동자들

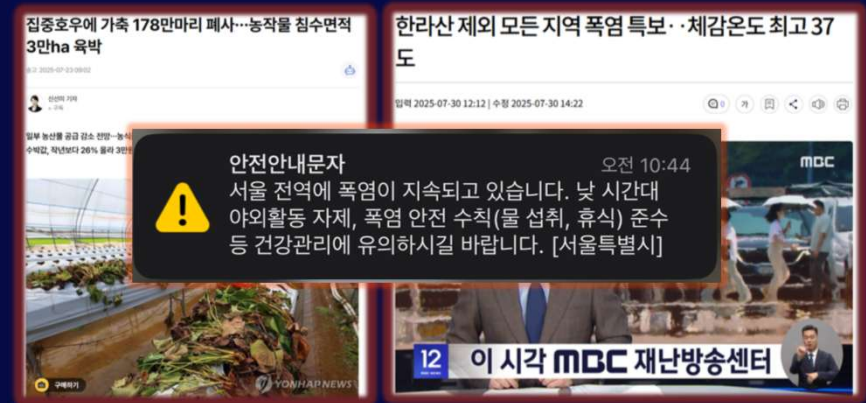
약 **24억** 명

전 세계 노동자의 약 70%

“2025년 4월, 남아시아에 폭염이 몰아쳐 인도 자이푸르의 기온이 섭씨 44도까지 치솟았습니다. 예전에는 5월부터 6월에 걸쳐 기온이 상승했지만, 이제는 이러한 수준의 더위가 더 일찍 나타나고 있습니다. 유럽, 아프리카, 남미는 2024년 1월부터 7월까지 기록상 가장 더운 시기를 겪었습니다.”

Korea Heatwave

연도별 전국 여름 온도



Source: <https://www.statista.com/chart/27403/global-heat-waves/> https://reports.weforum.org/docs/WEF_Insuring_Against_Extreme_Heat_Navigating_Risks_in_a_Warming_World_2025.pdf

Source: 기상청 기상자료개방포털, 연합뉴스, MBC

HEATWAVE

“급변하는 환경 변화에 대한 소비자 대응”



에어컨 **+15.8%** 성장

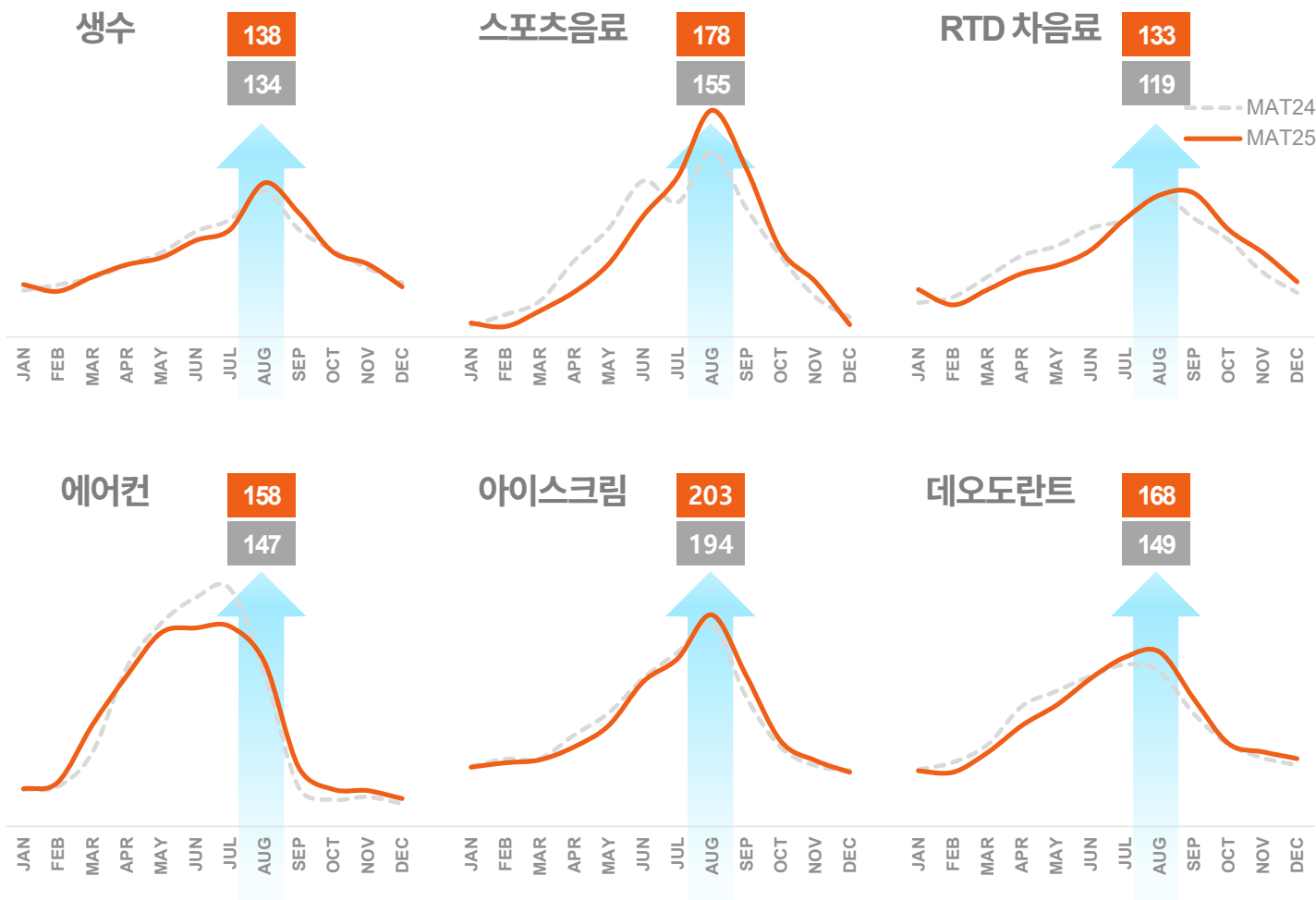
선풍기 **+2.1%** 성장

* 전년 대비 최근 1년 판매액 성장률

Source: NIQ T&D, Total Korea, 전년비 판매액성장률(%), 6월로 끝나는 1년

NIQ

여름 성수기 제품의 SEASON 집중도 확대 관찰



Source: NIQ Market Track, 판매량 Index(에어컨: 판매액 Index)

HEATWAVE

점점 더워지는 여름,
30년 평균 기온 대비

+1.5°C

기후 리스크를 기회로,
쿨링 제품 성장

+33.4%

NIQ



Source: NIQ Market Track+Ecom DB, End of Period=Jun25

HEATWAVE

기후 변화에 대한 소비자 대응
수분 보충, 자외선 관리,
위생 관리 등

편의성을 높인
제품 성장

Volume Winners

*(ValueGR%, VolumeGR%)

건강하고 맛있게
수분 보충

Sports Drink (+3.0%, +3.6%)



링티

+16.1%, +28.7%

가볍고, 간편한
피부 관리

Sun Care (+21.5%, +17.5%)



가히

+1408.4%, +865.0%

편리하게
발 위생 관리

Foot Care (+25.3%, +18.6%)



온더바디

+37.1%, +31.5%

Source: NIQ Market Track+Ecom DB, End of Period=Jun25

SLOW AGING, SMART LIVING

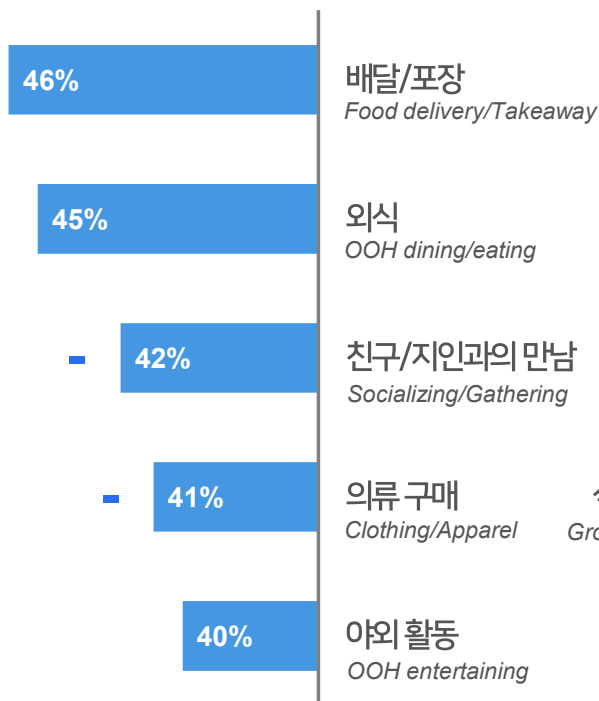




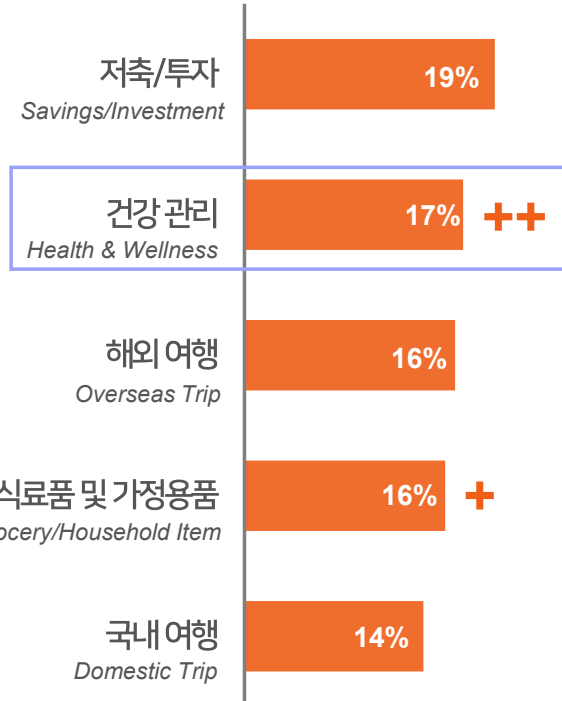
줄이는 곳은 확실히, 늘리는 곳은 가치 있게

덜 쓰는 일상, 더 쓰는 건강과 경험

지출 비중 축소 Spending Less

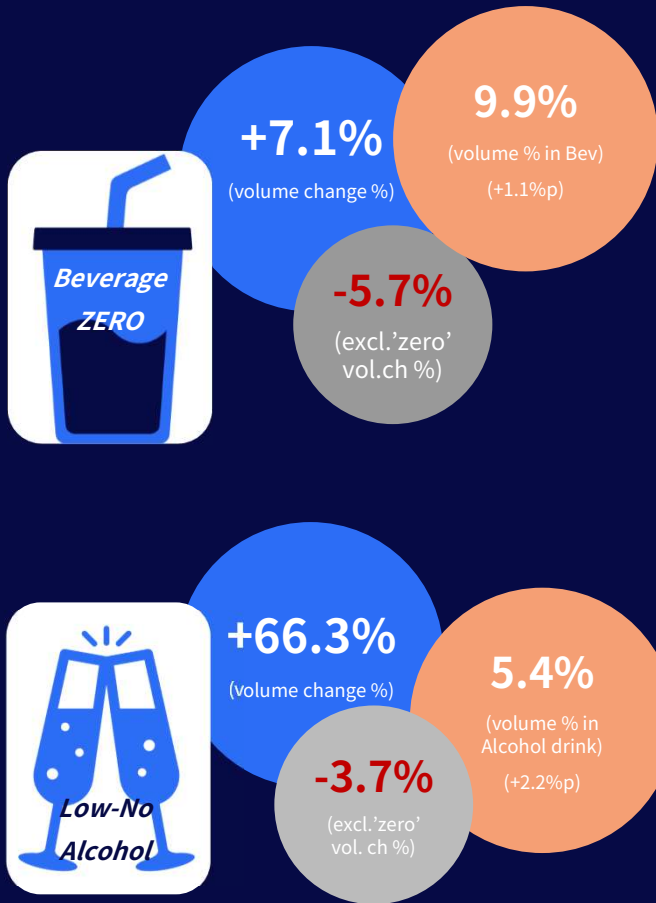


지출 비중 확대 Spending More



Source: NIQ 2024 Mid-Year Consumer Outlook, Korea Consumer

SLOW AGING, SMART LIVING



Source: NIQ Market Track, 판매량 점유율(%), YEP=JUNE25

NIQ

“Low - No” The continuous expansion of ‘Zero’



Source: NIQ Market Track, 판매액 성장률(%), /음료, 주류 판매량 성장률(%) YEP=JUL25(음료/주류: YEP=JUN25)

SLOW AGING, SMART LIVING

최근 1년 내 '저속노화' 관련
행동을 실천한 비중

65%

작지만 꾸준한 습관을 통한
저속 노화 실천 트렌드

Volume Winners

*(ValueGR%, VolumeGR%)

장 건강, 혈당 조절, 체중 감량,
항산화 효과가 있는 음료

Fruit Juice
(+1.1%, -9.5%)



홀베리,
레몬즙
+259.3%, +364.7%

Flavored Soft Drink
(+0.4%, -1.2%)



클럼프,
탄산음료 애사비
+4,523%, +6,942%

피부 건강을 위한
데일리 홈케어 제품

Skin Care(+13.8%, +10.6%)



VT PDRN
기초 화장품
+67.3%, +141.8%



메디테라피 슈마지
골드실 리프팅 크림
+77.4% , +165.0%

Source: NIQ Market Track+Ecom DB, End of Period=Jun25, 저속노화 실천 비중: 롯데멤버스 리서치 플랫폼 '라임' 20~60대 1000여명 대상(2025.05)

SLOW AGING, SMART LIVING

‘50대’ 이상 건강기능식품 구매자 비중
(온라인)

17.1% (2년 전)

→ 31.4%

액티브 시니어를 위한
프리미엄 케어 제품 성장

NIQ

Volume Winners

*(ValueGR%, UnitGR%)

브레인 케어:
시니어부터 직장인까지

Phosphatidylserine
(+168.4%, +186.4%)



위바이옴,
포스파티딜세린 제품군
+42.2%, +26.8%

관절 건강:
초고함량, 최고품질로

Chondroitin
(+49.2%, +57.0%)



뉴트리코어 관절 연골엔
철갑상어 뮤코다당백 콘드로이친K
+270.4%, +162.8%

뼈 건강: 프리미엄 성분과
기능성 인정으로

MBP
(+9.8%, +15.9%)



주영엔에스
관절엔 콘드로이친 1200
+9.8% , +15.8%

Source: NIQ Market Track+Ecom DB, End of Period-Jun25

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

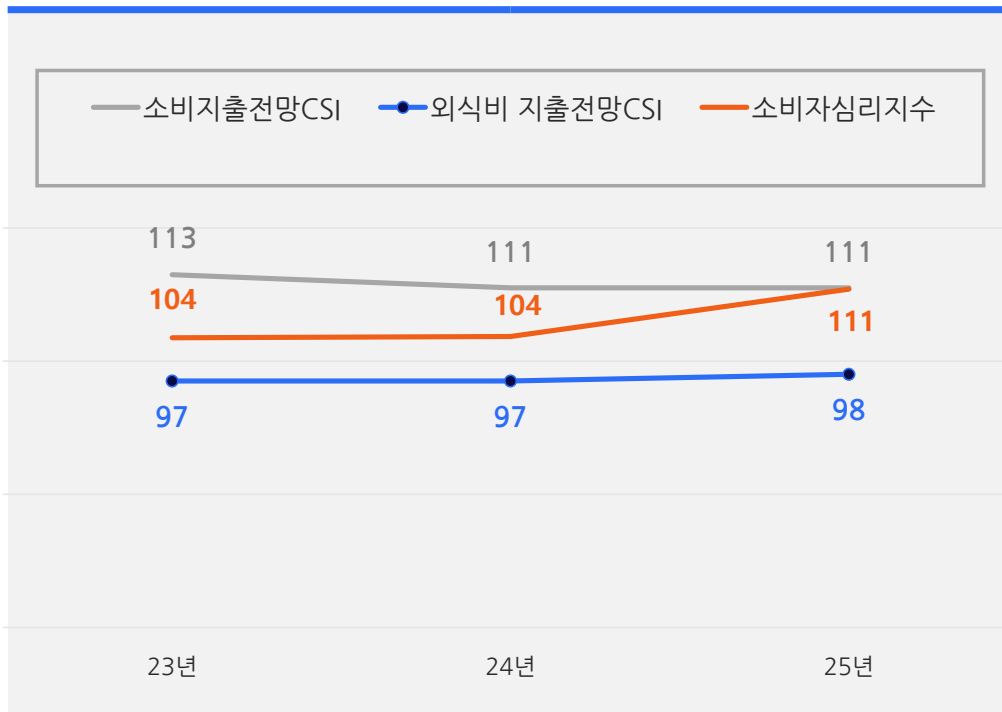
HOME CENTRIC LIVING



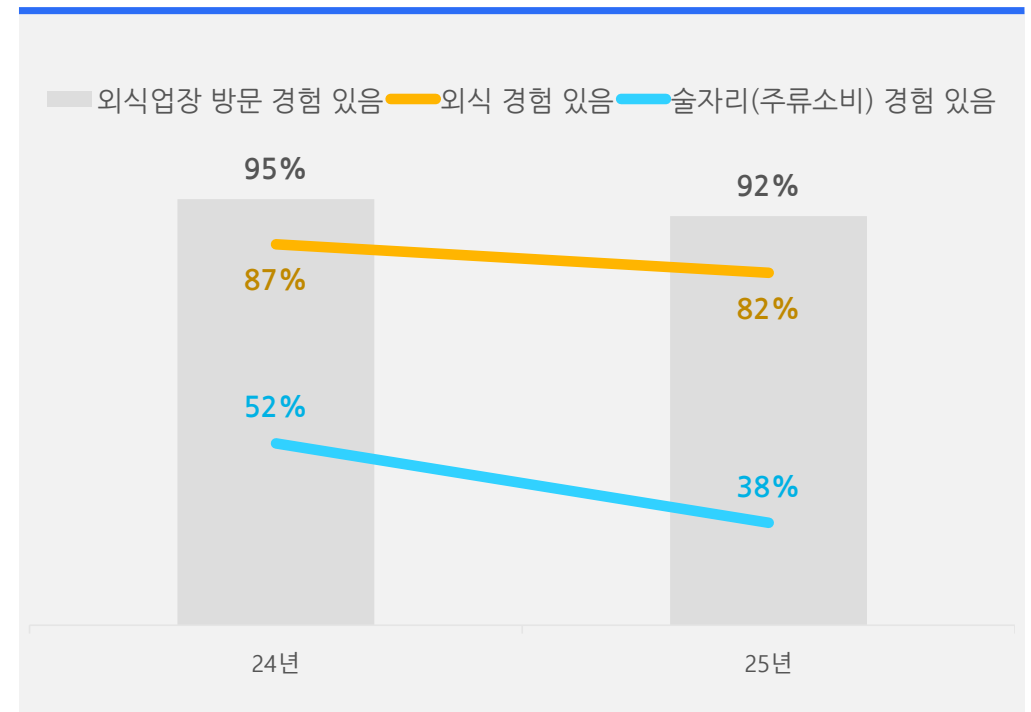
누적된 물가 상승으로 인한 비용 부담으로 외식은 여전히 정체

소비 심리지수는 다소 회복세를 보이나 외식비 지출 전망은 100보다 낮은 수준이 지속되고 외식경험은 감소

국내 소비자 동향 조사



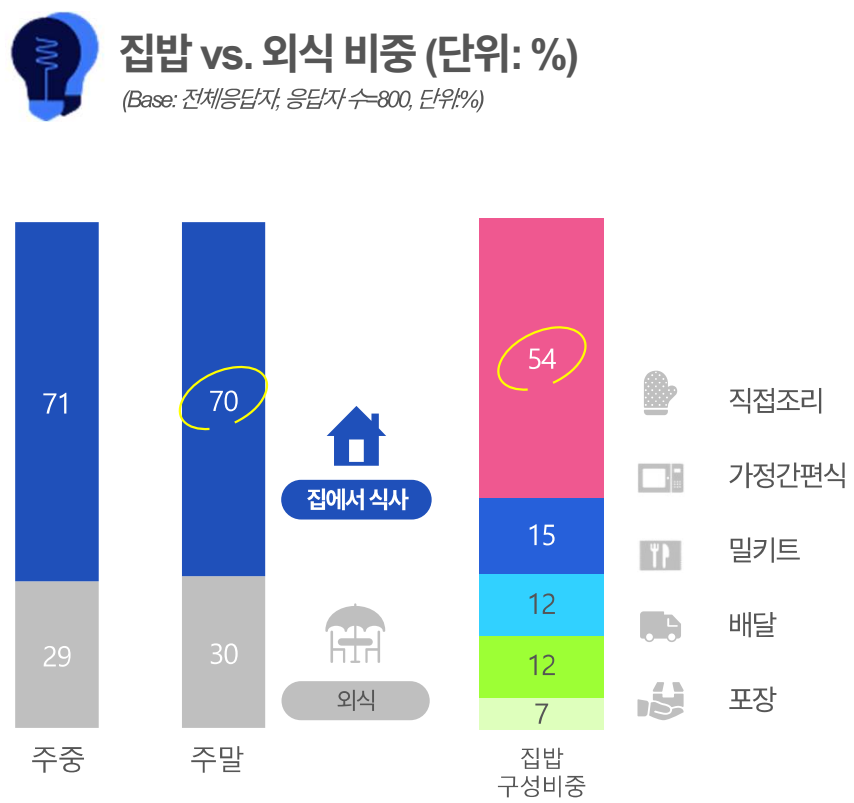
외식장소 방문 행태



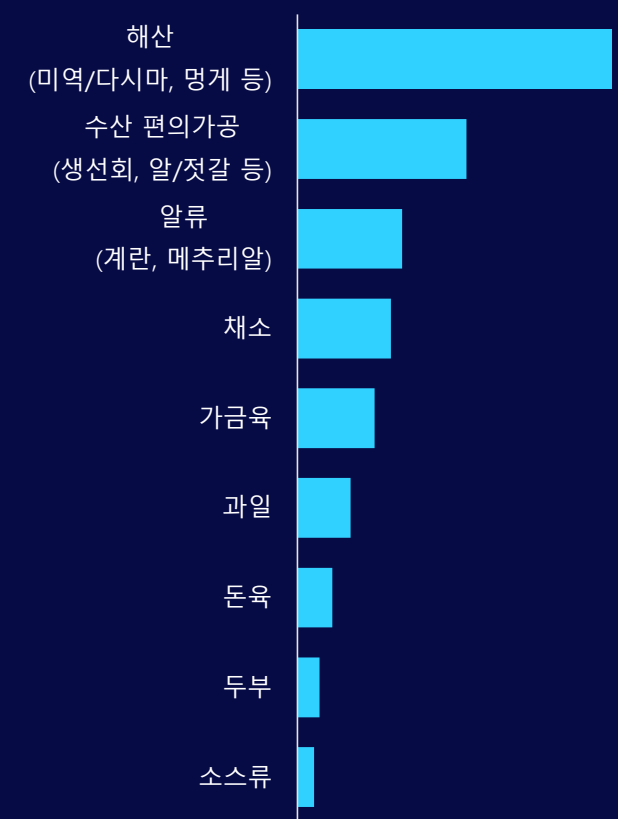
SOURCE: NIQ CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT FEBRUARY 2025 - SAMPLE: 750

출처: 통계청

내식 중심 흐름 속 직접 조리가 높은 비중을 차지



기본 식재료를 중심으로 성장



Source: NIQ CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT FEBRUARY 2025 – SAMPLE: 750 , : NIQ FRESH FOOD REPORT FEBURARY 2025

HOME CENTRIC LIVING

내식의 진화:
스마트 주방가전 출원 증가율

+71.0%

편리함을 중심으로 한
스마트 조리 시대

Volume Winners

*(ValueGR%, VolumeGR%)

식재료 장기간 유지 보관

CONTAINER
(+15.1%, +0.5%)



바켄

+290.9%, +19.1%

MS : 2.6%, Price : 225,205 [2,263]

조리 시간과 수고를
덜어주는

COOKWARE
(+16.6%, +13.5%)



롤팬

+535.3%, +551.3%

MS : 1.7%, Price : 120,007 [364]

어디서든 사용 가능한
휴대용 무선 믹서

LIQUIDISER
(-12.5%, +1.2%)



닌자 / BC151NV

+169.6%, +210.5%

MS : 9.6% Price : 98,612 [121]

Source: NIQ Market Track+Ecom DB, End of Period=Jun25, 특허청·한국지식재산연구원 (2024) 산업별 상표 출원 동향분석: 생활가전

HOME CENTRIC LIVING

외식 방문율 감소

-3.0%p

유명 셰프&다이닝 콜라보 밀키트

+63.9%

편의성과 맛집 퀄리티로
IN-HOME 다이닝 경험 ▲

NIQ

Volume Winners

*(ValueGR%, VolumeGR%)

손질 없이,
용기째 조리 가능

외식 경험을 집 안으로

MEALKIT(-4.6%, -2.0%)



승화푸드 노키친

+42.2%, +26.8%



정호영,
알탕/낙지 밀키트

+53.1%, +33.5%



초이닷,
파스타 밀키트

+270.4%, +162.8%

Source: NIQ Market Track+Ecom DB, End of Period=Jun25, NIQ CGA MONTHLY ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT FEBRUARY 2025 --SAMPLE: 750

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

HOME CENTRIC LIVING

게임, 장난감 및
취미용품 성장률

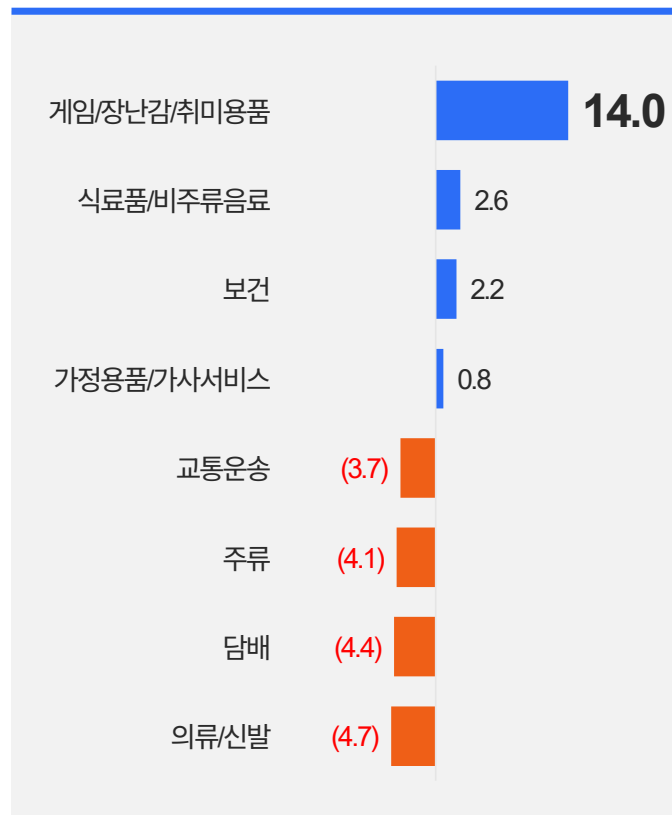
+14.0%

외출은 줄이고,
취향엔 투자

NIQ

Volume Winners

Y25 1Q 국내 가구당 월평균 소비지출 증감(%)



가성비 취미 생활:
성장하는 게이밍 관련 기기



AULA 키보드
+458.5%, +399.2%



DAREU 마우스
+81.0%, +58.8%



주연테크 모니터
+41.3%, +86.8%



아이리버 헤드셋
+30.7%, +25.5%

Source: NIQ Market Track+Ecom DB, End of Period=Jun25, 통계청 2025년 1/4분기 가계동향조사 결과

HOME CENTRIC LIVING

가족이 된 펫
국내 반려동물 양육 인구 비율

28.6%

개모차 vs 유모차

57% vs 43%

반려동물의
삶의 질 향상을 위한
투자 확대

NIQ

Volume Winners

*(ValueGR%, VolumeGR%)

반려동물의 건강 고민에 맞춘, 맞춤형 기능성 제품

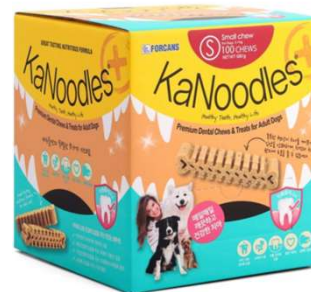
PET FOOD (+7.9%, +3.8%)



시그니처바이

+19.9%, +51.7%

MS : 0.3%, Price : 55,950 [570]



카누들

+23.4%, +385.8%

MS : 0.5%, Price : 93,340 [950]



사이언스 다이어트

+70.3%, +45.7%

MS : 2.2%, Price : 16,954 [173]

Source: NIQ Market Track+Ecom DB, End of Period=Jun25, 농림축산식품부의 2024년 동물복지 국민인식조사, 한국일보(<https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2024010915190001317>)

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Key Trends on “Volume Winners”



변화하는 환경에 반응하는 소비자
새로운 니즈를 충족시키는 제품 전략

IMMEDIATE

**HEAT WAVE,
HIT THE CONSUMER**



지속 가능한 건강 관리를 위해
일상 속 새로운 루틴을 제시

PROACTIVE

**SLOW AGING,
SMART LIVING**



더 오래, 더 다양하게
실내 중심의 소비 패턴에서 새로운 기회 모색

HABITUAL

**HOME CENTRIC
LIVING**

THANK YOU

niq.com

NielsenIQ