

소비 패러다임의 대전환기, 유통·소비재산업의 리퀴드 소비 트렌드

Samjong INSIGHT 91호에서는 ‘리퀴드 소비(Liquid Consumption)’라는 개념에 빗대어 최근 급변하는 소비 트렌드를 7가지로 구분하고, 변화하는 소비 패턴에 따른 유통·소비재 기업의 비즈니스 변화를 조명하였다. 국내 기업이 리퀴드 소비 시장에 빠르게 적응하고 새로운 비즈니스 기회를 모색하는 데 도움이 되기를 기대한다.

소비 패턴이 유통적으로 변화함에 따라 한치 앞도 예측하기 어려운 리퀴드 소비 시대 도래



여섯 가지 소비 기준에 따라 관찰되는 7대 소비 패턴을 도출

소비 환경의 패러다임을 주도하는 디지털 혁신 기술

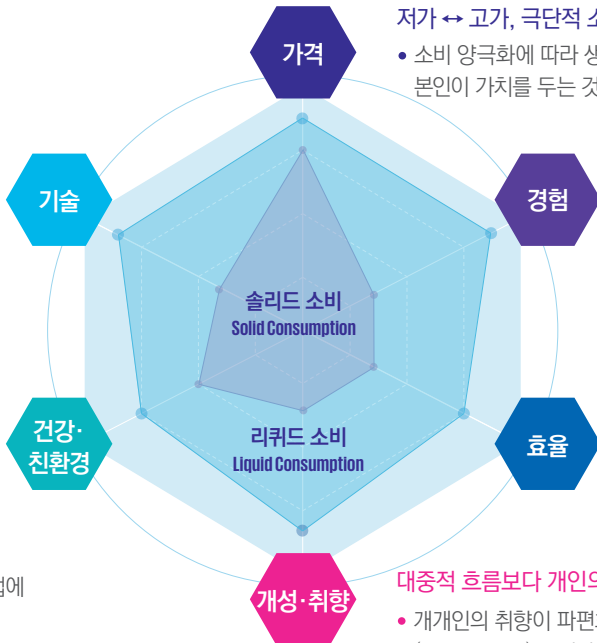
- 디지털 기술은 유통·소비재산업에 스며들어 소비 환경의 패러다임 전환을 가속화. 피지탈(Physital) 매장, 맞춤형 서비스, AI 기반 콘텐츠 등이 부상

신체적·정신적 건강의 중요성 확대

- MZ세대를 중심으로 관찰되는 ‘헬스디깅’ 트렌드에 건강하고 자연스럽게 늘어가는 웰에이징 (Well-aging)이나 셀프 메디케이션 (Self Medication) 양상이 관찰

선택 아닌 필수가 된 윤리적 경영

- 소비자들의 윤리적 소비 패턴과 기업에 대한 사회적 책임 요구가 밸류체인 전반에서 강조



저가 ↔ 고가, 극단적 소비 패턴 심화

- 소비 양극화에 따라 생필품은 가성비 제품을 선호하나 본인이 가치를 두는 것에는 비용을 아끼지 않는 경향이 확산

소유보다 경험과 실용적 가치 추구

- 새로운 경험을 기대하는 MZ세대 소비자들이 증가함에 따라 팝업스토어 및 콘텐츠 중심의 여행·호텔상품이 각광

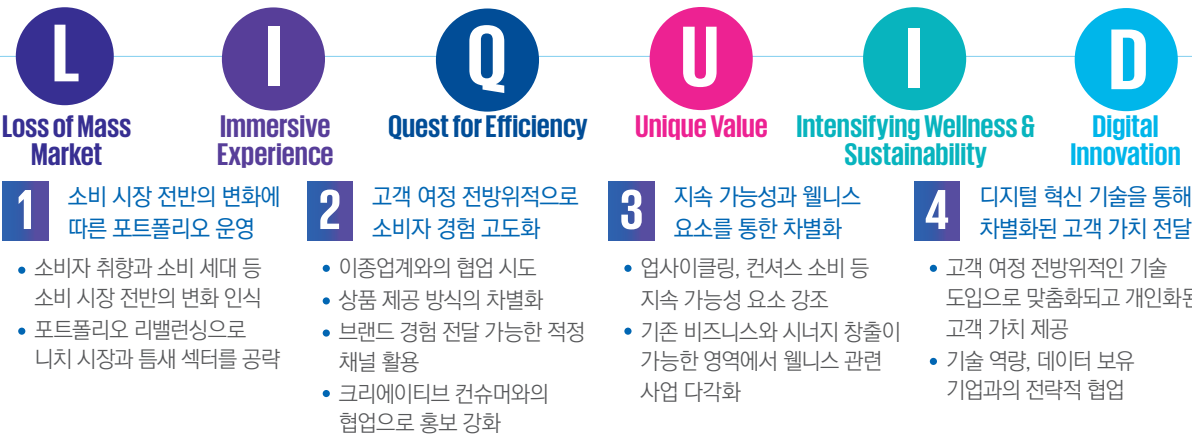
타임퍼포먼스(Time Performance), 의식주 전반으로 확산

- 시간의 가치를 소중하게 여기는 경향이 확산되며 가사 노동, 육아 등 생활 전반에서의 아웃소싱화가 관찰

대중적 흐름보다 개인의 차별화된 가치를 추구

- 개개인의 취향이 파편화되면서 대중적인 제품보다는 스몰 매스 (Small Mass)를 겨냥한 인디 브랜드 제품 등에 관심 집중

소비 패러다임 변화 기로에 선 유통·소비재 기업의 대응 전략은?



Source: 삼성KPMG 경제연구원