

# [보도자료] 쿠팡, 빅데이터로 분석한 2022 뷰티 트렌드 'R.E.A.L.M.E' 발표

2022. 1. 24.



- 뷰티데이터랩 통해 올해의 뷰티 트렌드 키워드 'R.E.A.L.M.E' 제시
- 자체 빅데이터를 활용해 고객의 라이프스타일에 맞춘 고객경험 제공

2022. 1. 24. 서울 - 쿠팡이 자체 빅데이터를 통해 올해 뷰티 제품 소비 패턴을 예측한 '2022 뷰티 트렌드 키워드'를 발표했다.

최근 유행에 따르기보다는 나에게 집중하고 자신을 위해 소비하는 이른바 '미코노미(MEconomy)'가 쇼핑 트렌드로 급 부상하고 있다. 이러한 변화에 맞춰 뷰티 업계에서도 자신의 피부 컨디션에 집중하고, 문제를 해결하고 싶어 하는 고객의 니즈가 반영된 움직임을 보이고 있다.

이에 쿠팡 뷰티데이터랩은 쿠팡의 빅데이터를 바탕으로 선정된 '2022년 뷰티 트렌드 키워드'를 발표했다.

쿠팡의 뷰티데이터랩이 올해 제시한 키워드는 'R.E.A.L.M.E'이다. 트러블슈터(R), 맘-안티에이징(E), 스마트한 귀차니스트(A), 보습 일상러(L), 래쉬 그루밍족(M), 무경계쇼퍼(E) 총 6개의 뷰티 트렌드다.

먼저, R(Revolutionary instant repair with Trouble Shooter)의 '트러블 슈터'는 즉각적으로 피부 컨디션 완화 효과를 원하는 고객의 니즈가 반영됐다. 세정력을 갖춘 동시에 순한 성분과 마일드한 제형의 클렌징 제품과 살리실산 등의 의약 성분이 함유된 기능성 스킨케어 제품을 찾는 고객이 크게 늘어났다.

E(Exceptional obligation to anti-aging) '맘-안티에이징'은 안티에이징(노화 방지)에서 더욱 세분화된 키워드로 최근 두각을 드러내고 있다. 특히 새해를 맞아 미백, 기미, 링클 케어 등 중년 여성 및 엄마들의 피부 고민을 담은 키워드 검색량이 전월 대비 큰 폭으로 증가했다.

A(Amazing skip-care and midnight ritual for the lazies) '스마트한 귀차니스트'는 바쁜 일상 속 시간 활용을 최소로, 피부 컨디션은 최대로 끌어올리고 싶어 하는 고객의 니즈를 반영했다. 스킨패드, 스틱밤, 올인원, 선쿠션 같은 간편한 제품은 물론 수면 시간을 활용할 수 있는 수면 팩, 수면 크림 등의 검색량도 증가했다.

L(Lusciously soft around-the-clock moisturizer) '보습 일상러'는 N차 보습을 통해 촉촉함이 오래 유지되길 원하는 고객의 일

상속 바람이 담긴 키워드다. 쿠팡 뷰티데이터랩 관계자는 “최근 스킨케어 제품뿐만 아니라 립밤 및 네일 큐티클 오일 등 키워드의 검색량이 늘었다”며 “이는 고객들이 몸과 얼굴에 더해 세밀한 부위까지 보습을 꼼꼼히 챙기고 싶어 한다는 것을 의미한다”고 설명했다.

M(Maximum devotion to volume lashes) ‘래쉬 그루밍족’은 마스크 착용으로 인해 가려지는 부위보다 노출되는 부위인 눈, 특히 속눈썹을 강조하는 메이크업 방식이 인기를 끌면서 부상했다. 속눈썹 에센스, 인조 속눈썹, 마스크라 등 속눈썹 관련 키워드는 코로나 이후 새로운 뷰티 트렌드의 하나로 자리 잡았다.

E(Evolutional shopping without boundaries) ‘무경계 쇼핑’은 제품과 제품, 고객과 채널 등 관계 속에서 다양한 소비행태를 보이는 고객을 의미한다. 실제 이종 업계 간의 경계와 상관없이 제작된 콜라보레이션 상품이 큰 인기를 끌고 있거나, 시니어 고객층의 온라인 쇼핑 사용이 증가함에 따라 해당 고객층의 선호 브랜드의 검색량이 증가하는 중이다.

이처럼 쿠팡 뷰티데이터랩이 발표한 ‘2022년 뷰티 트렌드 키워드’는 개인화된 고객의 니즈를 파악할 수 있는 척도로 소비를 결정하는 중요한 근거가 될 것으로 예상된다.

이병희 쿠팡 리테일 부사장은 “쿠팡만의 빅데이터 시스템을 통해 브랜드들이 고객 각각의 니즈에 맞는 상품을 제공하고 고객들도 만족스러운 쇼핑을 경험하실 수 있을 것”이라며 “앞으로도 쿠팡은 고객의 라이프 스타일 변화에 맞춘 특별한 쇼핑 경험을 제공할 것”이라고 말했다.

취재 문의 [media@coupang.com](mailto:media@coupang.com)