

# 2012/13

## 북미 · 유럽 가전시장 동향

연구. KIDP  
와이즈유엑스글로벌

북미 가전 시장 동향 / 미국

2012/13 North American Appliance Market

미국 소형가전 시장 요약 / 미주 소형가전 시장은 전반적으로 회복세와 성장세 보임



### 폭넓고 다양한 니즈와 트렌드

미국 소형 조리 가전시장은 소비자 라이프스타일에서 폭넓고 다양한 니즈 및 트렌드의 생성과 연관성이 있음. 미주 소형 조리 가전 시장 환경은 다른 가격 포인트에서 다양한 제품을 아우르며 2011년도에는 일관적이지 못한 특성을 보여주었음. 일반적으로 최근의 미국 소비자들은 새롭고, 전통적이지 않은 방식의 제품과 가정에서의 요리 경험에 대해 새롭게 관심을 보이고 있음. 따라서 독특하고 저렴한 요리 경험을 제공하는 제품이 성공적인 결과를 얻을 수 있을 것으로 전망됨.

### 전반적인 SDA시장의 판매 회복세 예상

미국의 가전제품 시장은 수입 의존도가 비교적 높은 편이며, 특히 소형 가전 제품은 중국으로부터의 수입의존도가 매우 높은 상황임. 소형가전의 경우 수입시장의 주류를 이루고 있는 것은 저가의 중국제품임. 소형가전의 시장 특성상 제품가격, 매장의 규모 및 위치 등이 매출에 민감하게 작용하는 편이며, 점차 대형화 추세를 보이고 있음.

경기침체로 인해 시장경쟁구조가 일부 완화되었고, 소매판매가 회복세를 보이는 등 경기가 안정화되어 가전제품 판매시장도 회복세를 보일 전망이다. 미국 오바마 정부의 절전형 가전제품 구매 현금지원제도 역시 긍정적 영향을 미칠 것이라 판단됨.

### 조리가전 시장 중심의 성장세

2011년 미국 소형 조리 가전은 전반적으로 성공적인 판매성과를 보였으며, 특히 요리 세그먼트(조리/냉장)가 성장세를 보였음. 이미 시장이 포화되고 다양한 카테고리를 지닌 소형 조리 가전 환경은 예측 기간 동안 2%의 판매량 CAGR을 기록할 것으로 예측됨. 2016년까지 4%의 CAGR로 시장 규모가 4.8억 달러까지 증가할 것으로 예상됨.

### 프리미엄 시장의 성장

여러 경제적 문제가 있었음에도 전반적 소형 가전 카테고리는 2016년도 까지 판매량 성장을 보일 전망이다. 저렴한 가격은 시장 진입 단계에서는 유리할 수 있는 요소이지만, 성숙기 시장의 소비자들은 저렴한 가격보다 레스토랑에서의 경험을 집에서 그대로 경험할 수 있게 만들어주는 혁신적 제품을 원함. 이러한 소비 가치와 니즈의 변화로부터 프리미엄 모델을 찾고자 하는 소비층이 증가할 것으로 전망됨.





#### 에너지 절약 표준 조건에 부합하지 않은 가전 제품에 대해 입국 금지

미국 세관은 앞으로 미국에 수입되는 대부분의 소비제품은 <에너지 정책 및 절약법>에서 제시하는 조건에 부합해야 한다고 밝힘. 에너지 절약 규정에 따라 냉장고, 식기 세척기, 온수기, 에어컨, 세탁기 등 대부분의 가전은 반드시 미국 에너지부에서 제시하고 있는 에너지 절전 등급 표준에 부합해야 함. 그리고 일부 소비품 및 가전제품의 라벨에 에너지 등급을 반드시 추가해야 함. 제품 라벨에 상품목록과 구입 가능한 웹사이트뿐만 아니라 에너지 정보도 추가하여 예상 에너지 소비 수준, 에너지 효율, 연간 에너지 소비 비용 등을 표시함으로써 소비자도 하여금 같은 종류의 제품들 간에 에너지 효율을 비교하고 연간 에너지 소비 비용을 예상할 수 있도록 해주어야 함.

또, 에너지부 및 연방 무역위원회에 의해 발표하는 서면 공지에 따라 어떤 제품은 규정에 부합하지 않은 것으로 판정되면 미국 세관이 이에 대한 관련 통고를 받고 제품의 입국을 거절하거나 보증금을 받고 제품 규격이나 라벨에 대한 재조정을 할 수 있는 기간을 줌(30일). 만약 30일 안에 제품에 대한 재조정을 못하면 세관은 제품의 입국을 거절하며, 명령을 어기는 기업에게 제품 총 가치의 3배의 위약금을 징수할 계획임.

#### 에너지 스타 규제 가전 품목

전기 의류 건조기, 가정용 전기 포트, 에너지 관리방 에어컨, 전기 세탁기, 가정용 레인지/ 쿡탑, 전자레인지 오븐, 가정용 식기세척기

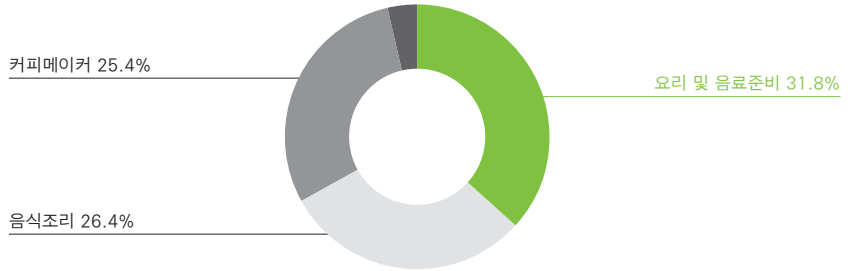
#### 가정용 세탁기에 대한 에너지 절약 규정 변경 사항

미국 에너지부는 최근에 가전 에너지 절약에 대한 최종 규정을 발표하여 가정용 세탁기에 관한 새로운 에너지 테스트 절차를 수립하였으며 새로운 규정은 아래와 같음.

- 01 향후 에너지 효율 테스트는 세탁기의 대기 및 꺼짐 상태의 에너지 소비 능력을 측정하기로 함
- 02 작동 시 에너지 및 수량의 소비 능력에 관한 요구 사항을 업그레이드
- 03 최종적으로 가정용 세탁기에 대한 인증 및 준수 규칙, 실행방법에 대한 요구 항목 수정
- 04 연간 에너지 소비 능력 계산에 관한 조항 수정
- 05 낮은 세탁기 테스트 절차 취소

**소형가전 1위 시장 미국 / 쿠킹 가전**

웰빙과 DIY 트렌드의 영향으로 쿠킹 가전 구매력 증가를 보이나 소폭 성장세 예상



**미국 소형 쿠킹 가전 제품 시장 현황과 특징**

미국 소형쿠킹 가전은 크게 믹서기처럼 ‘요리 및 음료 준비를 위한 제품’과 전기밥솥과 같은 ‘조리를 위한 제품’, ‘커피 메이커’, ‘토스터기’ 등의 세그먼트로 구분됨. 판매 대수 기준, 요리 및 음료 준비를 위한 제품이 전체 소형 주방용 가전제품 시장의 약 31.8%를 차지하며, 음식 조리 관련 제품이 약 26.4%, 커피메이커가 약 25.4% 가량을 차지하고 있음.

**미국 소형 쿠킹 가전 제품 시장 소폭 성장 전망**

미 소형 가전 제품 시장은 향후에도 그 규모 면에서 계속 성장할 것으로 예측됨. 미국의 경기침체가 장기화됨에 따라 가구당 가처분 소득이 감소하였고, 이로 인해 외식이 줄어들고 가정에서 요리하는 비중이 높아지고 있는 추세이므로, 소형 가전 제품의 수요는 소폭이나마 지속적인 성장세를 유지할 것으로 기대됨. 여타 소비재 제품과 마찬가지로, 소비자들은 기술과 혁신적인 디자인, 우수한 제품에 관심을 가질 것으로 전망됨.

**미국 소비자들의 쿠킹용 소형 가전 제품 선호 동향**

**디자인.** 사용이 편리할 뿐 아니라 제품 사용 후 손쉽게 씻을 수 있게 디자인된 제품, 주부들의 편리성 및 효율성을 증가시켜 줄 수 있는 디자인이 선호되는 추세임.

**브랜드.** 브랜드가 구매에 큰 영향을 미치며, 브랜드 충성도(Brand Loyalty)는 신상품 출시 및 매출 제고 시 중요한 요인이 됨. 일부 제조업체는 잘 알려진 브랜드를 선호하긴 하지만 브랜드 제품을 비싸게 구입하고 싶어 하지는 않는 소비자 심리를 활용, 유사 기능 제품을 다양한 가격대로 선보이고 있음.

**내구성.** 내구성이 높은 제품이 선호되고 있으며, 영양소가 얼마나 잘 보존되는가와 같은 사항도 구매 시 주요 관심 사항임. 예를 들어 주서기 온라인 사이트의 제품후기를 보면 과일이나 야채의 즙을 충분히 짜내지 못하는 점, 모터의 짧은 수명, 교환의 어려움, 주스 제조 과정에서 산화를 야기하는 점 등 제품에 대한 각종 불만 사항들을 접할 수 있는데 이를 통해 소비자 선택을 파악할 수 있음.

미국 쿠킹 소형가전 TOP 브랜드 / Jarden. Russell Hobbs. Hamilton Beach

2011년 미국 소형 주방 가전 시장에서, Jarden Corp는 22%의 시장점유율로 1위를 차지했으며, 2위 기업인 Russell Hobbs가 그 뒤를 따르고 있음. 스펙트럼 브랜드의 계열사인 러셀 홉스는 더딘 성장세를 보이고 있는 미주 시장에 대한 의존도가 높아 글로벌 시장에서의 시장점유율 영향력이 감소하였음. 한편, Hamilton Beach Brands는 중소 제조업체와 브랜드 오너 간의 경쟁 속에서 16%를 점유하고 있음. National Presto Industry는 튀김 기구 분야 (deep-fat-fryers)에서 두각을 나타내었고, Sojirushi American의 경우는 전기 스티머 분야에서 두각을 나타내었음.



**JARDEN**  
corporation

 **Russell Hobbs**  
Smart in the kitchen...

**Hamilton Beach**  
COMMERCIAL



**스탠드 믹서기 KitchenAid Classic**

stainless steel bowl과 세트. 간단한 밀가루 반죽부터 휘핑크림 제작까지 다양하게 사용이 가능. 10 레벨 스피드까지 옵션 제공.

글로벌 마켓  
보고서. 2  
핵심시장의  
접근전략

북미 · 유럽  
가전시장  
동향



**튀김기구**

**Presto Dual-Basket ProFry**

자동 온도조절 기능으로 안전성 강조.  
예열시간이 짧고 청소가 간편한 것이 특징.



**컨벡션 토스터오븐**

**Breville Smart Convection Oven**

토스터와 오븐 멀티기능. 조리하는 메뉴에 따라  
히팅 시스템 자동 조절. 사용방식이 간단해서  
전 연령대 소비층이 쉽게 사용가능.



**핸드 블렌더**

**The Cuisinart Smart Stick**

휘핑크림 만들기, 채소 자르기(Chopping),  
다양한 믹싱기능. 세련된 스테인리스 디자인에  
사용자 그림감이 좋음.



**보온겸용 밥솥**

**Zojirushi Neuro Fuzzy**

취사와 보온기능. 최근 미국 히스패닉과  
아시아계 가구와 인구수가 증가하면서 밥솥  
판매량이 늘어남.

미주시장 베스트 인기 제품 / COOKER

\$30~\$70 사이 실용성, 터치패드, 프로페셔널 제품이 인기



Crock-Pot / Crock-Pot 4-Quart Oval Slow Cooker - Red \$24.99

베스트 바이 1위. 3~4인용에 적합한 용량.  
보온 유지 기능을 포함한 3가지 열 조절 기능.  
안쪽 사기 그릇과 본체 분리 가능. 사기 그릇은 전자레인지와 식기세척기에서 사용 가능.



Cuisinart / 3-1/2-Quart Programmable Slow Cooker \$110.00 >> \$40.49

아마존 1위. 타원형 디자인. 프로그래밍 설정 가능. 터치패드. 24시간 카운트다운 타임 표시.



Hamilton Beach / Set 'n Forget 6-Quart Programmable Slow Cooker \$59.99

베스트 바이 2위. LED 디지털 컨트롤 패널.  
3가지 자동 조리 옵션. 안전을 위한 전원 보호.  
클립 온 스푼(Clip on Spoon).  
용기, 뚜껑 모두 식기세척기 사용 가능.



Frigidaire / Professional 7-Quart Slow Cooker-Stainless-Steel \$79.99 >> \$67.04

베스트 바이 4위 / 아마존 4위.  
7인용 대용량. 스테인리스 스틸 재질.  
LCD 디스플레이. 7가지 요리 기능.  
온도 조절 기능. 타이머 설정 기능. 자동 꺼짐 기능.

글로벌 마켓  
보고서. 2  
핵심시장의  
접근전략

북미 · 유럽  
가전시장  
동향



Cuisinart 쿠진아트 / Prep Plus Food Processor \$290.00 >> \$149.52

아마존 1위. 9-cup 대용량.

식기세척기 사용 가능한 안전 유리 재질로 구성. 반죽 속도 자동조절 기능. 과일을 자르지 않고 넣을 수 있는 너비가 넓은 투입구가 특징.



Cuisinart / Mini-Prep Plus 4-Cup, 3-CUP Food Processor, \$90.00 >> \$49.99

아마존 2위. 미니 푸드 프로세서.

터치 콘트롤 패드로 손쉽게 작동. 식기세척기 사용이 가능한 재질. 음식을 자르거나 갈기 위한 자동 칼날 리버싱 기능.



Cuisinart / Pro Classic 7-Cup Food Processor - Brushed Chrome \$129.99

베스트 바이 1위. 7-cup 용량. 칼날과 더불어 튜브가 설치되어 있어 제품 안으로 다양한 음식을 밀어 넣어 줌. 자르기/섞기/분쇄하기 옵션.



Black & Decker / 8-Cup Food Processor, Black \$49.99 >> 39.93

아마존 4위. 8-cup 용량. 안전 인버터 장치. 식기 세척기 사용 가능. 스테인리스 스틸 소재의 칼날. 리버싱 칼날과 분쇄 디스크 제공.



**미국 커피머신 시장 성장세 / 미국 커피머신 시장 최적의 판매성장률 54.1%**

미국에서 약 54%의 성인은 커피와 함께 하루를 시작하며 86%의 커피 소비자들은 집에서든 마찬가지로 커피를 즐기는 것으로 조사됨. 특히 캡슐 커피머신으로 알려진 싱글컵 커피메이커 시장이 단연 앞서고 있으며 Sell-through Rate(판매 속도)는 54.1%로 기업이 투자하기에 적절한 퍼센티지를 나타내고 있음. The U.S. 환경보호부(EPA)에서 최근 수년간 지속적으로 에너지절전에 대한 개선을 기업들에게 권유하고 있으며 2012년 이후 ENERGY STAR 제품 카테고리 확장에 노력하고 있어 커피머신 역시 에너지절전 기능이 필수가 되어가고 있음.

**2013년 이후 판매량 감소 예상**

커피메이커에 대한 소비자들의 요구가 새롭게 생겨나고 있음에도 불구하고, 현지제조업자들은 이에 대한 발빠른 대처로 새 시장을 개척하려는 움직임은 적음. 커피메이커 제조산업의 수입액은 2011, 2012년에 잠시 증가하였다가 후반부에는 감소할 전망. 해외 생산품으로 관심이 계속 옮겨가는 최근의 추세는 현지 기업의 실적에 타격을 줄 것임.

**Green Mountain 시장 지배력 상승**

Green Mountain Coffee Roasters의 경우, Keurig brewing system으로 크게 성공을 거두며, 커피메이커 시장에서 입지를 굳히고 있음. Green Mountain Coffee Roasters는 2006년 Keurig Company를 합병하면서 시장에 진입했음. Green Mountain은 2011년까지 계속해서 그 규모를 확장했으며, California에 기반을 두고 있는 Deidrich Coffee 합병.

**2012 커피 메이커 판매동향**

Product	Sell-through rate	Median end Price	Total Listings	Total Bids	Total Sellers
Coffee Maker	54.10%	\$66.70	15,798	56,885	12,930

**2012 아마존 베스트 리뷰제품**



BUNN NHBB 10-Cup Home Coffee Brewer



Keurig Elite Brewer  
1인용 커피메이커 / 베스트바이 1위

간편성과 전문적인 커피 테이스트가 중요시 되는 만큼, 자동기능과 식기 세척기 사용 가능한 재질 사용, 건강을 고려하는 부가 기능, 커피 외에 차나 다른 음료도 간편하게 캡슐로 만들 수 있는 다양성, 그리고 이동성 등이 고려된 제품이 인기.



**Cuisinart / Brew Central 12-Cup Programmable Coffeemaker \$165.00 >> \$78.90**

아마존 1위. 금속소재 마감과 클래식한 디자인이 특징. 총 5가지 컬러로 다양하게 구성. 0~4시간, 1~4 컵(cup)사이로 시간과 용량을 선택하여 예약가능. 자동 꺼짐 기능으로 에너지 절약. 슛볼 필터로 수돗물의 염소, 칼슘 등 제거 가능.

글로벌 마켓  
보고서. 2  
핵심시장의  
접근전략

북미 · 유럽  
가전시장  
동향



**Keurig / Elite Brewer - Black \$119.99**

베스트 바이 1위. 1인용 캡슐 커피, 음료메이커. 다양한 커피와 음료 캡슐이 있음. 음료 제공까지 약 1분 소요. 드립 트레이(drip tray)는 식기세척기에서도 사용 가능.



**Black & Decker Brew'n Go Personal Coffeemaker with Travel Mug \$19.99 >> \$19.00**

아마존 3위. 15 온즈의 머그잔에 직접 커피를 내리는 제품. 스테인리스 스틸 소재의 머그잔은 승용차의 컵 홀더에 적합한 사이즈. 머그잔은 식기세척기에 사용 가능.

## 북미 가전 시장 동향 / 캐나다 2012/13 North American Appliance Market

### 캐나다 소형 가전시장 / 커피머신 판매 증가

가격과 가치가 부합된 Coffee Pod Machine 과 1인용 커피머신 인기



CANADA best selling product 2011.12

### 캐나다에서 Coffee Pod Machine의 판매 증가

커피 머신 시장은 연평균 성장률(CAGR) 7%를 기록했으며, 특히 Coffee Pod Machine이 소비자에게 인기를 끌고 있음. 이러한 커피 머신 판매 증가에 힘입어, 소형가전 판매가 2011~2016년 북미시장의 성장을 주도할 것임. 2011년 캐나다에서는 Coffee Pod Machine 판매는 42% 증가한 반면, 기존 커피머신 판매는 감소했음.

### 1인용 커피 머신의 인기

예측치에 따르면, 캐나다에서는 870만 가구가 커피메이커를 소유하고 있으며 그 중 60만개는 1인용 머신임. 이 1인용 머신은 각기 다른 커피 조제 포드(pod)와 카트리지(cartridge)가 있는 여러 고유의 시스템 하에 판매되었음. Keurig, Tassimo, Senseo, Nespresso, Krups가 이에 해당함. 이 제품 분야의 브랜드 시장 세분화 카테고리는 상당히 높은 수준의 브랜드 세그멘테이션을 보여주고 있음. 각 시스템이 특정 종류의 Coffee Pod을 갖고 있기 때문에 소비자의 커피 머신 브랜드 선택은 그들이 마실 커피 브랜드를 결정함. 결과적으로 제조업자들은 커피 제조시스템을 비롯해 특정종류, 혹은 다양한 커피를 판매함. 커피머신이 스피드, 편리함, 집에서의 식사(Eating-in) 트렌드의 혜택을 보고 있음.

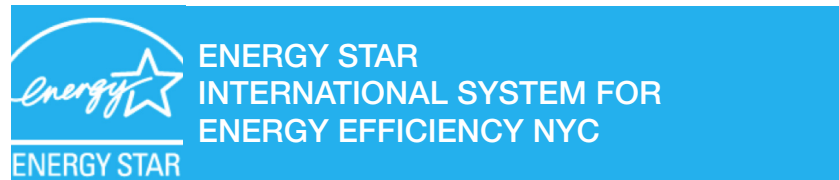
소비자들이 값비싼 머신과 커피에 투자하려는 경향이 큰 것은 납득이 되지 않을 수도 있지만 대체제의 측면에서 이러한 구매를 바라보는 것이 중요함. 상대적으로 머신과 Pod의 높은 가격에도 불구하고 이는 Starbucks에서와 같은 전문커피숍에서 커피를 구매하는 것보다 상당히 저렴함. 이밖에 커피 한 병을 끓일 필요가 없는 싱글족과 2인 가구의 증가가 1인용 머신 성장의 원동력임.

**가격과 가치요소가 여전히 중요함**

소형가전은 특히 혁신과 새 기능을 갖춘 가전에 대한 소비자 수요에서 이익을 얻을 것으로 예상됨. 그럼에도 가격과 가격에 해당하는 가치는 소비자에게 여전히 중요한 요소로 남아있을 것임. 이는 그들이 최신 혁신 가전을 찾고 있음에도, 그들이 원하는 제품을 지불할 여력이 되지 않을 수 있는 것과 같음.

**캐나다 에너지스타 규제 정책 / 미국보다 훨씬 다양한 분야의 가전 품목에 적용**

ENERGY STAR 카테고리 / 정부 차원에서 점진적으로 많은 카테고리를 적용시키고자 할 것이므로 향후 수출업체들의 혁신과 노력이 요구됨.



<b>주요 대형가전</b>	냉장고, 냉동고, 식기세척기, 세탁기, 냉각기, 제습기
<b>가정용 난방 및 냉방 기구</b>	중앙식 공기조화기(central air-conditioners) 실내형 공기정화기(room air conditioners), 환풍기, 천장용 선풍기
<b>사무용 기기</b>	컴퓨터, 노트북, 모니터, 외부전원공급기(external power supplies) Energy STAR 인증어댑터를 사용한 최종제품 (end-use products with an ENERGY STAR qualified adapter) 디지털복사기, 팩스송수신기, 복사기, 스캐너, 우편물처리기, 다기능장치, 프린터 일체형장치(all-in-ones), 컴퓨터서버
<b>소비자용 가전</b>	텔레비전, 오디오장치, 비디오장치, 디지털-아날로그 변환기 Energy STAR 인증어댑터를 사용한 최종제품 (end-use products with an ENERGY STAR qualified adapter) 셋톱박스, 케이블, 위성텔레비전 인터넷 프로토콜 텔레비전 서비스 제공기(Internet Protocol television service providers) 자동응답기, 무선전화기
<b>조명</b>	형광등, LED 전구, 조명기구 조명 천장용 환풍기(ceiling fans with lights), 장식용 조명선(decorative light strings)
<b>상업용 가전</b>	조리용구, 식기세척기 상업용 솔리드 도어 냉장 및 냉동고 (commercial solid door refrigerators and freezers)
<b>신개념 주택</b>	신개념 주택관련 시설 및 제품

# 유럽 가전 시장 전체 동향

## 2012/13 European Appliance Market

### 2011 유럽 소형가전 시장 리뷰 / 서유럽 가전시장 부진과 동유럽 시장 성장세

2011년 서유럽 전체 가전제품 판매액은 2010년에 비해 통산 0.5% 증가하였음. 2011년 3분기 서유럽 대형가전 판매액은 스페인, 포르투갈, 이탈리아, 그리스 시장에서의 판매감소로 인해 80억 유로를 기록했으며 이는 작년 동기 대비 3.3% 감소한 수치임. 독일, 프랑스, 우크라이나는 2010년과 비교해 판매가 증가했음. 프랑스 시장은 특히 빌트인 주방용품에서 많은 판매를 기록했음. 세탁기, 식기세척기 시장은 부진했지만 냉각제품(에어컨, 선풍기 등)은 상승추세를 보였음. 2011년 4분기 네덜란드에서의 판매율이 두 자릿수 성장을 보임. 벨기에, 오스트리아, 프랑스에서 대형가전에 대한 많은 수요가 있었으며 특히 그린과 프리미엄 제품에 대한 트렌드가 강한 독일과 오스트리아에서는 해당 카테고리 시장에서 급속한 성장률을 보임.

2011년 동유럽과 중부 유럽 대형가전 시장은 긍정적 성장률을 보였음. 러시아에서의 대형가전 판매가 2006년 이후 최고치를 기록하면서 20% 성장률을 보였으며 폴란드, 루마니아, 슬로바키아, 체코 등 동유럽 국가들도 점차 회복세를 보임. 동유럽 소비자들이 낡은 가전들을 교체하고 새로운 고급 주방제품에 대한 지출이 증가하였으며 특히 생활수준이 높아지면서 식기세척기, 회전식 건조기에 대한 수요가 늘어났음. 하지만 전반적으로 유럽 가전산업은 2008/09년의 위기 이래 회복 속도가 다른 산업분야보다 훨씬 느리고, 치열한 경쟁과 이윤율의 압박 등으로 많은 유럽 가전기업들은 생산기지를 저소득 개발도상 국가로 이전 하였음. 따라서 유럽 가전시장은 중국과 한국의 가전 제조업자 간의 경쟁이 날로 심해지고 있음.

### 2011년 서유럽 가전제품 판매액과 2010년 대비 변화

	Q1 2011	Q2 2011	Q3 2011	Q4 2011	Q4.11 /Q4 10	Q1-4 2011	Q1-4 11 /Q1-4 10
	100만 유로	100만 유로	100만 유로	100만 유로	+/-%	100만 유로	+/-%
대형가전	7,836	7,416	7,996	8,160	-2.4%	31,408	-1.6%
소형가전	3,704	3,259	3,450	4,646	-1.9%	15,058	-0.1%

**유럽 소형가전 시장 제조사별 판매량**

전통적 개인 소형가전의 약세와 진동칫솔, 제모기 등 소폭 증가

전체 소형가전 판매는 증가했지만 ‘전통적’ 소형가전인 남성전기 면도기, 진동칫솔, 헤어 드라이기, 스트레이트너(고데기)의 판매는 2010년에 비해 판매가 상당히 적어 전체 소형가전시장의 판매액은 2010년의 판매액을 넘어서지는 못함. 그러나 리포트에 따르면 세계적으로 개인소형가전 판매량이 2017년까지 5억 6천만 개에 이를 것으로 예상됨(GIA “Personal Care Appliances: A Global Strategic Business Report“, 2012). 개인 생활가전 부문에서는 진동칫솔, 제모기(Laser/IPL), 수염 다듬는 기기(bear trimmer)의 판매가 증가했음.

**2011년 서유럽 가전제품 판매액과 2010년 대비 변화**

소형가전 제조업체	동유럽	서유럽
Koninklijke Philips Electronics NV	10.7	9.8
SEB, Groupe	12.5	12.7
Procter & Gamble Co, The	9.4	9.4
GD Midea Holding Co Ltd	N/A	N/A
Spectrum Brands Holdings Inc	0.4	2.7



**Sonicare  
DiamondClean HX9332**  
미백, 잇몸케어 등 5개  
양치모드가 있음.  
일반 칫솔모 보다 44% 더 많은  
칫솔모가 있어 플라그  
제거와 미백 기능이 우수함.  
USB 충전 가능.



**Philips Norelco Qt4070**  
터보 진동. 수염 다듬는 트리머.



**Philips HP6576/50  
Satin Perfect Deluxe  
Epilator**  
도자기 질감의 디자인.  
액티브 헤어리프터가 진동으로  
누워있는 털을 제거.

2012년 현재 대부분 유럽 국가들의 소비자 신뢰지수(CCI: Consumer Confidence Index)가 낮고, 유럽발 재정위기도 지속적으로 우려되는 상황에서, 유럽 개인용 주택시장의 약세가 백색가전의 판매에 영향을 미치게 되어 유럽 가전산업은 약세를 보이고 있음. 프랑스의 경우 2012년 상반기 동안 전체 가전시장이 다소 침체 되었으나 대형가전 시장은 지속적인 성장과 가격안정을 보였음. 프랑스 시장은 특히 빌트인 주방 가전이 높은 판매율을 보였는데 Free standing 부문에서는 냉각(Cooling) 가전이 상승세를 보였고 세탁기와 식기세척기 시장 상황은 순조롭지 않았음. 하지만 전반적으로 에너지 효율과 High End 제품에 대한 트렌드는 2012년 대형가전 교체 시장을 촉진시킬 것으로 전망됨.

전자제품 구매결정에 영향을 미치는 요인은 효율성 다음으로 용량, 디자인, 편리성 등이 점차 중요해지고 있음. 특히 냉장고의 경우 서리가 맺히지 않는 기능, 오븐의 스페셜 세척 프로그램, 인덕션 존이 유연한 레인지 등이 새로운 제품 기능으로 소비자에게 어필하고 있음. 2012년 2분기 부터 유럽 가전 생산은 하락 추세를 멈출 것으로 예측되며 총괄적으로 2012년 유럽 가전 생산은 기본적으로 2011년과 비슷한 추이가 될 전망이다.

2013년 유럽 개인 주택시장의 수요가 점차 회복세에 들어설 것으로 예측되기 때문에 가전시장 역시 그 영향을 받아서 신규 혹은 교체 구매 수요가 호전될 것으로 보이며, 적어도 백색 대형가전의 수요는 좋아질 것임. 그러나 유럽 외 제조업자와의 경쟁을 포함하여 시장 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 예상되며 이러한 양상은 유럽 가전시장 전체에 영향을 미칠 것임. 2013년 유럽 가전 생산량은 동기대비 2% 증가할 것으로 예측되지만 중부 유럽 국가들의 가전 생산량은 더 높은 증가율을 보일 것으로 전망됨.

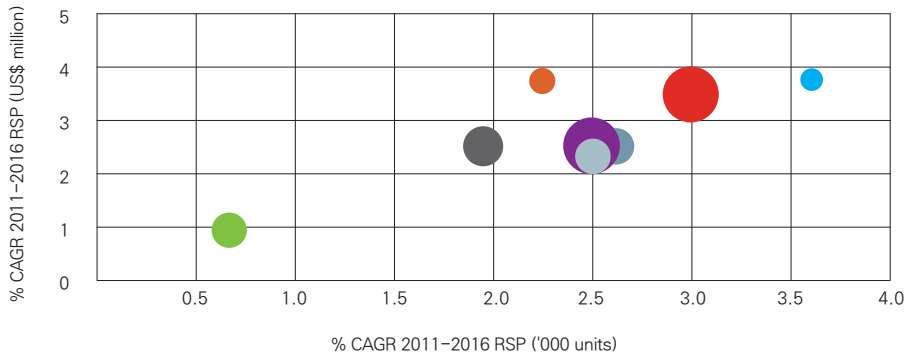
구매를 지연했던 소비자들이 지출 회복세로 돌아서면서 서유럽에서의 Air treatment 시장 성장세 예상  
최근 서유럽 국가들에서 Air treatment 제품(공기청정기, 에어컨, 냉각기 등), 특히 냉각 제품이 필수 가전으로 자리잡으면서 포르투갈과 같이 2013년에 경기 상황이 개선될 것으로 예상되는 국가를 중심으로 그 동안 구매가 지연되었던 소비가 호전될 것으로 보임. 온난화 이상기온 현상이 서유럽에 자리잡으면서 Air treatment는 2011년부터 호조를 보였으며 2016년까지 가장 역동적인 카테고리가 될 것으로 예상됨.

**Small Cooking Appliance의 인기**

쿠킹가전의 많은 제품들이 불경기에도 불구하고 서유럽 여러 시장에서 좋은 성과를 내고 있어 2012년은 전반적으로 더 긍정적 결과를 보일 것으로 예상됨. 서유럽 소비자 1인당 소비는 다른 소형가전 카테고리보다 Small Cooking Appliances에서 높게 나타났으며, 2008년에 이미 청소기 품목을 앞질렀음. Small Cooking Appliance에 대한 1인당 소비는 2006~2011년 사이 32% 증가했으며 2011~2016년 사이 약 26% 상승할 것으로 예상됨. 특히 커피 머신과 웰빙 튀김기(Deep Fat Fryer)에 대한 소비는 각각 59%, 39%로 높은 성장률이 예상됨. 커피 Pod을 사용하는 전문 커피머신과 같은 커피머신의 프리미엄화는 외식경험을 집에서도 누리하고자 하는 트렌드가 불경기로 인해 강화되면서 그 가치가 상승했음. 웰빙 튀김기의 긍정적 성과는 최소한의 기름을 사용하는 건강 제품이 크게 인기를 얻으면서 이루어졌음.

**Growth Prospects by Category in Western Europe 2011-2016**

Size of the bubbles represents market size in 2011 in volume



- Air treatment products
- Heating appliances
- Irons
- Small kitchen appliances (non-cooking)
- Food preparation appliances
- Personal care appliances
- Small cooking appliances
- Vacuum cleaners



## 유럽 소형가전 시장 / FUTURE HOT SPOT

에너지스타 절전, 커피머신과 쿠키, 로봇청소기, 스틱다리미 상승세

소형가전 판매가 약세를 보였던 2009년은 경제 위기로 인한 위축감이 서서히 극복되면서 특히 2011년 1분기에는 모든 유럽국가에서 소형가전 판매가 성장했음. 독일, 프랑스, 영국의 소비자들도 소형가전에 큰 관심을 갖기 시작하였으며 전체 유럽에서의 소형가전 시장은 8% 성장했음. 서유럽 소형가전 시장은 2010년에 비해 2011년 5% 판매성장을 보였으며 우크라이나, 폴란드, 러시아, 체코 동유럽 국가들의 소형가전 판매가 25%나 증가했음.

2011년 상반기, 동유럽에서는 실린더형 진공청소기, 전기 포트, 쿠키 준비를 위한 소형가전(Food Preparation Appliances), 스틱다리미, 전자동 커피/에스프레소 머신으로 인해 소형가전판매가 증가했음. 특히 서유럽의 경우 소형 주거공간에 사는 노인인구 비중이 증가하면서 User-friendly 한 소형가전 제품에 대한 수요가 증가했음. 이에 따라 소형キッチ의 공간활용에 적합한 빌트인 가전 시장이 성장하고 있음. 또한 2011년 3분기 대부분의 주방가전 제품 카테고리의 매출이 증가했으며 chopper(세단기), 믹서가 특히 성장했음. 서유럽에서는 전자동 커피/에스프레소 머신, 에스프레소 펌프(Espresso Pump Portioned Closed Systems) 등 커피 머신류와 로봇 청소기 등 스마트 소형가전, 쿠키 준비를 위한 소형가전, 전동 칫솔이 판매 성장의 주된 요인이었음. 서유럽과 동유럽이 동시 성장한 이유는 소비자들은 2010년보다 소형가전을 월등히 많이 구매하고 있으며 새로운 가전을 구매하는데 더 많은 지출을 하고 있기 때문.



AEG와 이탈리아 커피 브랜드 Lavazza의 에스프레소 머신 A Modo Mio Favola



Tefal GV8460 Steam Generator Iron



Roomba 780 Vacuum Cleaning Robot



Electrolux의 믹서 Ultramix Pro

**유럽 성장 시장 / 개인 가전 / 남유럽 이탈리아, 스페인 시장에서 홈 뷰티 케어 제품 강세**

헤어 외의 뷰티 살롱 문화가 상대적으로 발달하지 않은 영국, 프랑스, 독일에서의 개인용 미용가전의 인기는 저조함. 유로모니터 리서치에 따르면 이들 나라 여성의 2/3가 집에서 사용할 목적으로 미용기기를 구매할 의지는 없는 것으로 나타남. 반면 살롱에 자주 방문하는 남유럽 문화의 영향으로 이탈리아와 스페인의 여성들은 뷰티케어 기술에 익숙하며 가정용 제모, 안티셀룰라이트, 모공 딥클렌징 기기 등에 높은 관심을 갖고 있음.

따라서 3년간 부정적 성장을 보인 이탈리아 개인생활가전 시장은 2011년에 회복세를 보였으며 특히 바디케어 제품 소비가 주목을 끌었음. 소비자들은 남성 면도 제품뿐만 아니라 세미 프로 가전에까지 관심을 가짐에 따라 2012년 이후 지속적 성장이 기대됨.

**이탈리아 2016년 시장규모 2억7,800만 유로 예측**

한편 다양한 브랜드가 진입해 있는 이탈리아 개인 생활가전 경쟁구도는 상당히 세분화 되어있음. 2011년에 Gillette Group Italy는 소매 판매량에서 15%의 비중으로 선두 자리를 차지했음. 이탈리아 개인 소형가전 시장은 예측기간(2011~2016) 동안 판매량과 판매액에 있어 2%의 CAGR로 2016년까지 각각 800만 유닛, 2억7천8백만 유로를 기록할 것으로 예측됨.



**TRIA Skin Perfecting Blue Light**  
자외선을 포함하지 않는 블루라이트 기술을 이용한 여드름 치료기.



**NuFace Trinity**  
미용 분야에서 유행이 되고 있는 Micro-current 기술로 주름 및 느슨한 피부 세포에 탄력을 주는 안티에이징 케어 제품.



**The new Cavislim by BH UK 안티셀룰라이트 기기**  
체지방과 셀룰라이트를 줄이는 홈케어 제품. 초음파기술을 사용해 지방의 축적을 막음.

2011년 3분기 완전자동 커피/에스프레소 머신과 캡슐 커피머신의 등장으로 소형가전의 커피가전 성장이 두드러졌음. 독일과 오스트리아 소비자들에게는 완전자동 커피머신이 인기가 있으며, 캡슐커피 머신은 포르투갈과 스페인에서 인기가 높음(HGR, 2012.02). 필터커피, 커피패드머신은 약간의 감소추세를 보이고 있음. 서유럽 커피머신 판매의 80%는 독일에서 이루어짐. 2011년 4분기 서유럽에서 전자동 커피/에스프레소 머신이 지속해서 소비자들의 인기를 끌었으며 2013년 이후도 당분간 지속적인 성장률을 보일 것으로 전망됨.



KRUPS EA9000  
전자동 에스프레소 머신



Nespresso  
캡슐커피와 라떼 머신



WMF 10  
전자동 커피패드 머신



DeLonghi EC220CD  
펌프 에스프레소 머신



Cuisinart DCC-1200  
일반드립 커피



Miele CM 5100  
에스프레소,  
커피메이커 겸용 머신

Types of coffee machines

Type	Pressure	Quality of Coffee	Synonym
전자동 에스프레소 머신	High	Espresso	Espresso machine
캡슐커피와 라떼 머신	High	Espresso	Espresso machine
	Low (e.g. Tassimo)	Drip-filter-like	-
Portioned machines	Low	Drip-filter-like	-
피스톤레버 머신	High	Espresso	Espresso machine
드립 필터 머신	No pressure	Drip-filter-like	-
Combi machines	Hight / Low	Espresso/Drip-filter-like	-
Piston lever/Drip-filter			

유럽 성장 시장 / 스팀 다리미

EUROPE IRON MARKET SEGMENT

저가시장 Lower specification	핀란드, 영국, 헝가리, 아일랜드, 폴란드, 루마니아, 슬로바키아, 스웨덴
성장시장 Medium end	체코공화국, 독일, 이탈리아, 포르투갈, 스페인
선진시장 Higher end	오스트리아, 벨기에, 덴마크, 프랑스, 그리스, 네덜란드, 슬로베니아 공화국

STEAM IRON PRODUCT IN EUROPEAN MARKET

LOW-END

MEDIUM END

HIGHER END



Proctor Silex 17410 Easy Press Lightweight Iron

Black & Decker F930 Light 'N Easy Smart-Steam Nonstick Iron

Panasonic NI-L70SR Cordless Steam/Dry Iron

유럽 성장 시장 / 로봇 청소기

로봇청소기 전반적 시장 성장세. 남유럽 이탈리아, 스페인에서 특히 강한 성장세 보임

로봇청소기의 판매가 특히 큰 증가를 보였음(GfK, 2011년 4분기). 로봇청소기의 판매가 두 배로 증가했고 2011년 8월까지 약 5%의 시장점유율을 보임. 특히 남유럽의 이탈리아, 스페인에서 로봇청소기에 대한 수요가 높음. 유럽 가구의 청소기시장 중 로봇청소기가 차지하는 비율은 13%에 달했음. (Source: HAARETZ) 스페인에서 판매되는 청소기 4대 중 1대는 로봇청소기임. 현재 통계자료에 따르면 이 현상은 더욱 두드러짐. 1분기 자료에 따르면 스페인에서 팔린 청소기 3대 당 1대가 로봇 청소기였음.

- 스페인 외에 이탈리아, 덴마크, 러시아에서 청소기 수요가 빠르게 증가하고 있음
- iRobot은 2012년 1분기에 유럽시장에 Roomba 700과 Scooba 230을 출시했음
- 두 제품 모두 좋은 성과를 거두어 1분기 수입의 40%를 차지했음 (Source: Seeking Alpha)
- Neato Robotics도 가정용 로봇청소기 Neato XV-15 출시를 통해 2011년 7월 판매 및 유통채널을 유럽으로 확장한다고 발표했다
- Neato Robotics 로봇 청소기가 미국 이외 지역에서 판매되는 것은 처음임(PR Newswire)



iRobot Roomba 770 Vacuum Cleaning Robot

앞부분이 고무재질로 되어있어 벽이나 가구를 손상시키지 않도록 디자인됨. 먼지통 표시창치가 있으며 먼지감지센서로 같은 곳을 여러 번 오가며 제거가 어려운 쓰레기를 청소할 수 있도록 함. 실제 장애물과 지나갈 수 있는 장애물을 구분해 소파 밑이나 커튼 뒤를 청소할 수 있음.

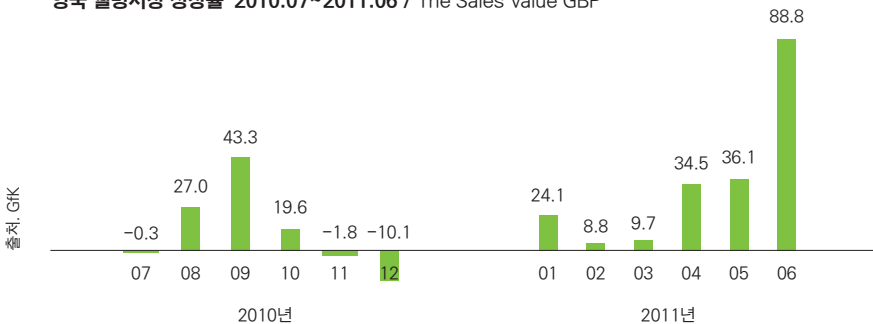
# 유럽 가전 시장 주요 국가 동향 및 핵심 카테고리 분석

## 2012/13 European Appliance Market

### UK 소형가전 시장 / 프리미엄 쿠키 가전 / 프리 스탠딩 프리미엄 쿠키 가전이 성장 주도

전문 조사 및 분석 기관 GfK의 최근 통계자료에 따르면, 영국 가전 시장은 프리미엄 쿠키 가전 분야에 의해 성장이 주도되고 있으며, 2011년 이후 안정적인 성장세를 보이고 있음. GfK의 최신 소매 판매 및 기술 보고서(retail and technology report)에서 2011년 12월 말에 영국 쿠키 가전 시장의 총 판매량이 620 million에 달했다고 밝혔음. 이 분야는 주요 가전시장 (MDA, major domestic appliance) 총 규모의 22%를 차지하고 있으며, 여기에는 세탁기, 건조기, 식기세척기, 냉각기, 냉장고 등이 포함됨. 최근 통계자료에 의하면, 영국 주요 가전 시장 전반에서 제품 가격의 상승세가 계속되고 있고, 2010년에는 쿠키 가전 시장의 평균 비용이 £409 에서 £422 로 증가했음. 쿠키 가전 중에서도 빌트인 보다는 프리 스탠딩(free standing)분야가 성장을 주도했으며, 2011년에는 2010년 대비 평균 가격이 4% 상승했음. 2010년 프리미엄 레인지 시장은 value share가 28%에서 32%로 상승했음. 프리 스탠딩(free standing) 쿠키 가전시장은 현재 가치 측면에서 총 쿠키 분야의 64%를 차지하고 있음. 2011년에 긍정적인 퍼포먼스를 보인 또 다른 가전 카테고리는 빌트인 가전임. 빌트인 가전의 성장은 열 분해 오븐(Pyro lytic oven) 수요의 증가에 따른 것이라 판단됨. GfK의 최신 통계자료에 따르면, Pyro lytic oven 시장의 현재 가치는 £22million 가량이고 이는 빌트인 쿠키시장 전체 점유율의 10%와 맞먹는 수준임. 또한 전체 조리 및 오븐 시장 판매량의 약 21%가 온라인으로 구매된 것으로, 온라인 판매가 지속적 증가 추세임을 알 수 있음. GfK는 모든 MDA 카테고리의 인터넷 판매가 지난 몇 년간 지속적인 성장을 거듭해오고 있다고 발표했음.

영국 웰빙시장 성장률 2010.07~2011.06 / The Sales Value GBP



UK 소형가전 시장 / 프리미엄 주방 소형 가전

컬러와 심미성이 강화된 디자인으로 주방가전 프리미엄화



KitchenAid Artisan  
스탠드 믹서 £416



TEFAL 플러스 찹퍼 £54.99



Tefal Steamer £54.99



Dualit NewGen Toaster  
£ 165



Dualit NewGen Toaster  
Stainless Steel £ 199.95

글로벌 마켓  
보고서. 2  
핵심시장의  
접근전략

북미 · 유럽  
가전시장  
동향

UK 소형가전 시장 / 웰빙, 헬스 소형가전 시장

영국 개인생활가전 시장에서 Care, Wellness, Musculature를 포함하는 웰빙, 헬스 부문은 2011년 1월~6월간 2010년 동기간 대비 89% 성장했음. 웰빙, 헬스 부문 시장 성장의 주역은 전기근육 자극기(Electric Muscle Stimulator)로, 2010년 7월부터 연속으로 성장세를 보인 유일한 하위범주 품목임. 다른 시장과 마찬가지로 인터넷이 전자 근육 자극기기 성장에 중요한 역할을 했음. 이 기기는 2011년 6월에 348,000개가 판매되어 2010년 6월 대비 156% 성장률을 보였음.



Compex Edge Muscle Stimulator

뛰르드 프랑스의 사이클 리스트들이 활용하는 NMES( neuromuscular electrical stimulation)가 일반인을 위한 저가 버전으로 유럽에서 2011년 6월 출시됨. 저압으로 운동신경을 자극하고 근육을 수축시켜 앉아만 있어도 운동효과를 볼 수 있음. 근육의 밀도, 크기, 힘을 늘리고 젖산을 감소시킴. 근육이완을 촉진하고 체력을 증진시키며 엔돌핀을 방출함

**UK 소형가전 시장 / 에어 트리트먼트**

온난화로 인한 기온변화로 중저가 개인용 선풍기. 냉풍기 수요 증가



**Duronic White 16 inch Oscillating Pedestal (Stand) Fan**

3단 변속기능이 있는 16인치 스탠드 선풍기로, 회전과 기울임 가능. 클래식한 화이트 색상의 디자인.



**1 PREM-I-AIR ELITE PORTABLE TOWER FAN COOLER**

이동식 냉풍기. 원격조종과 3단계 속도 조정 기능. 타이머 기능이 있는 LCD 디스플레이.



**Prem-I-Air 18" (45CM) Air Circulator**

18인치 고속 공기순환기 (air circulator)3개의 알루미늄 날개, 3단 변속 버튼 컨트롤, 360도 기울임이 가능함.



**White 12" 3 Speed Oscillating Desk top Fan with adjustable tilt Cold Air For Office and Home**

12인치 선풍기. 3단 변속과 회전 기능. £ 14.94의 저렴한 가격으로 인기.



**Honeywell HT900E Turbo Fan**

이전 모델보다 소음이 25% 감소함. 90도까지 회전 및 기울임 가능. 바닥쪽으로 기울여짐. 벽걸이가 가능해 공간을 절약함.



**Draper 43131 CHROME 12 DESK FAN**

3단 변속 및 기울임 가능. 90도 까지 자동 회전됨. 금속재이며 크롬으로 마감되었음.



### Numatic HVR200A Henry

#### 실린더 진공 청소기

꾸준한 인기 지속. 모터전력이 최저 600W~최고 1200W인 고성능 청소기. 고효율 필터레이션 시스템과 접이식 핸들, 독특한 되감기와 저장시스템이 있음. 미세먼지주머니 사용이 쉬우며 헤드 브러쉬 강도조정 가능. 9L 용량이며 에너지 절감 시스템이 있음.



### Dyson DC34 핸디 청소기

경량의 소형청소기로 애완동물의 털을 간편하고 효율적으로 제거. 다른 소형청소기보다 먼지와 미세먼지를 더 잘 제거함. 넓은 노즐/브러쉬 도구로 큰 먼지와 쓰레기를 제거. 22.2V 리튬이온 배터리이며 듀얼파워모드로 15분연속 고강도 흡수가 가능. 틸트노즐로 구석과 틈새 청소가 용이.



### Kärcher WV 50 창문용 진공청소기

빠르고 효율적인 창문 세척과 건조. 창문, 타일, 샤워기, 거울, 유리테이블, 액체 등에 다용도로 사용가능. 자국과 뒤틀음이 남지 않는 초경량 소형 청소기.



### Vax S2S Bare Floor Pro Steam Mop with Detergent

99%의 해로운 박테리아를 제거함. 스팀으로 기름과 때를 효과적으로 제거함. 가벼우며 방향 조종이 쉬움. 친환경적임.



**독일 가전 시장 / 독일은 에너지스타 가전과 커피머신이 스타 카테고리임**

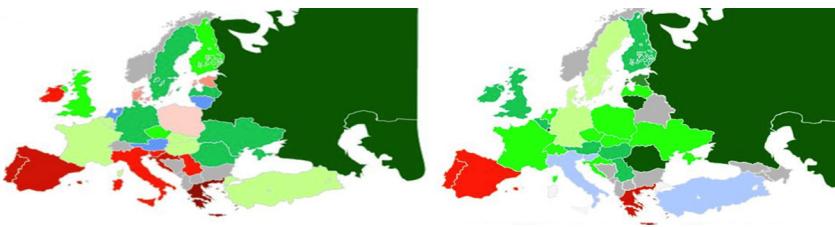
2011년에 독일 가전시장 판매액은 3.5% 증가하여 77억 유로에 달했으며 대형 가전시장의 경우 강력한 경제 발전 정책과 고품질·에너지 절약 제품에 대한 소비자 니즈 상승으로 인해 긍정적으로 평가됨. 독일전기전자공업협회(ZVEI) 관계자에 따르면 2012년 독일 가전시장은 지속적으로 성장할 것이며, 판매액은 1%~2%정도 증가할 것으로 예측됨. 독일 시장에서 가전 산업이 순조로운 이유는 새롭게 출시된 가전제품이 더 친환경적이고 에너지 절약 효과가 뛰어나기 때문.

첨단 기술의 적용으로 가전제품의 가격은 상승했지만 소비자에게는 더 많은 에너지 비용을 절감할 수 있다는 것이 긍정적 요인으로 평가됨. GfK의 조사에 따르면 독일에서 41% 가구의 대형가전 사용기간이 이미 10년을 넘었고, 그 중에 49%는 가스레인지, 48%는 냉장고임. 따라서 향후 대형가전 교체 수요가 증가할 것으로 보임. 독일 소형가전의 성장점은 커피머신임. 커피머신의 성장률은 두 자리를 넘지만 커피머신 시장은 아직 포화 상태를 보이지 않음.

**유럽 대형가전 시장 판매액 증가율**

2011년 1~12월 (판매액, 유로화, 전년도 대비 증감률 %)

**유럽 소형가전 시장 판매액 증가율**



< -15	≥ -15	≥ -10	≥ -5	≥ -3	≥ -1	≥ 1	≥ 3	≥ 5	≥ 10	≥ 15	N/A
< -10	< -5	< -3	< -1	< 1	< 3	< 5	< 10	< 15			

독일 커피 시장에서는 De'Longhi, Jura, Siemens, Melisa, Philips, Bosch, Krups 등이 경쟁을 주도하고 있음. 전체적으로 커피 머신 제품은 100~200유로의 가격대를 형성하고 있음. 하이 엔드 제품의 경우에는 500~1000 유로 이상의 가격으로 판매되고 있으며, 캡슐형커피 머신의 경우는 판매량이 미진함. 현재 시장에서는 에스프레소 커피 머신이 가장 판매가 활발하게 이루어지고 있음.

글로벌 마켓  
보고서. 2  
핵심시장의  
접근전략

북미 · 유럽  
가전시장  
동향



**Espresso Machine De'Longhi  
Espresso Crema Perfect Plus  
Brilliant Edition**  
EUR 169.00 >> EUR 75.98



**Espresso Machine Philips  
Gaia Therm Coffee Thermos**  
EUR 89.99 >> EUR 53.98



**Coffee Fully Automatic  
De'Longhi  
Cup Coffee Machine**  
EUR 549.00 >> EUR299.00



**Coffee Fully Automatic  
De'Longhi  
Cup Coffee Machine**  
EUR 549.00 >> EUR299.00



**Coffee Capsule Machines  
Krups Nespresso Pixie  
Electric Titan 3005**  
EUR 149.99 >> EUR120.85

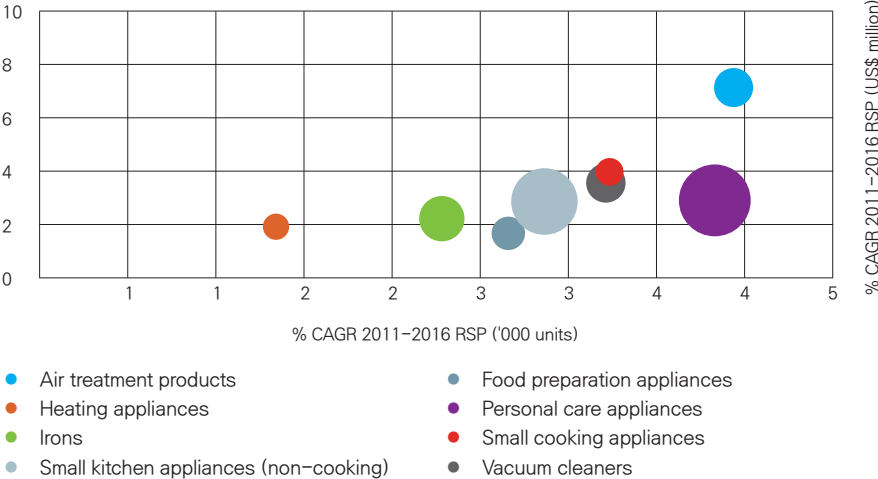
**Air Treatment의 높은 시장 잠재력 / 러시아와 폴란드 시장 주도**

Air Treatment 제품은 예측 기간(2012~2016) 동안 동부 유럽에서 가장 핵심적인 성장 분야가 될 것으로 예상되며, 규모와 가치 측면에서 각각 4%와 7%의 CAGR(연평균성장률)을 기록할 것으로 전망됨. 이 시장은 향후 러시아와 폴란드에 의해 주도될 것으로 보임. Air Treatment 제품의 판매량 증대는 이례적으로 무더웠던 여름을 경험 한 후, 또다시 그러한 현상이 반복될지도 모른다는 생각이 소비자들의 마음 속에 생생히 자리잡았기 때문. 무더위가 심했던 2010년 여름에는 시장 공급이 소비자들의 수요를 감당하지 못했으며 제조업자들은 이 같은 상황을 다시 반복하지 않고자 생산력 증가에 노력할 것임. 하지만 아직까지 Air Treatment 제품은 이 지역에서 여전히 매우 낮은 시장 침투율을 보이고 있는데, 이는 동시에 좋은 성장 잠재력을 지녔다는 의미가 되기도 함.

**러시아와 루마니아 중심의 개인 가전시장의 잠재력**

개인 생활용품(Personal care appliances)는 2011년에 동부 유럽에서 규모의 측면에서 가장 큰 비중을 차지하는 분야였으며, 2012~2016년 동안 Air Treatment 제품의 뒤를 이어 두 번째로 역동적인 CAGR(연평균 성장률)을 보일 것으로 예상되고 있음. 러시아와 루마니아가 이러한 성장세를 주도할 것임. 러시아가 2011년 동유럽 총 개인 생활용품 판매량의 42%를 차지했으며, 일인당 지출 비율이 가장 높았던 국가는 체코였음. 체코의 일인당 지출은 러시아인들의 지출의 2배 보다도 높게 나타났음. 그러나 2016년에는 일인당 지출의 측면에서 폴란드가 체코를 초과할 것으로 예상됨. 또한 개인 생활 용품에 대한 체코의 일인당 지출액이 러시아의 거의 3배 이상에 이를 것으로 보임. 하지만 총 인구수와 시장 규모 면에서는 러시아가 압도적임.

**Growth Prospects by Category in Western Europe 2011-2016**



**오스트레일리아 소형가전 시장**

쿠킹 세그먼트의 완만한 성장은 예상되지만 가격하락 위협 지속

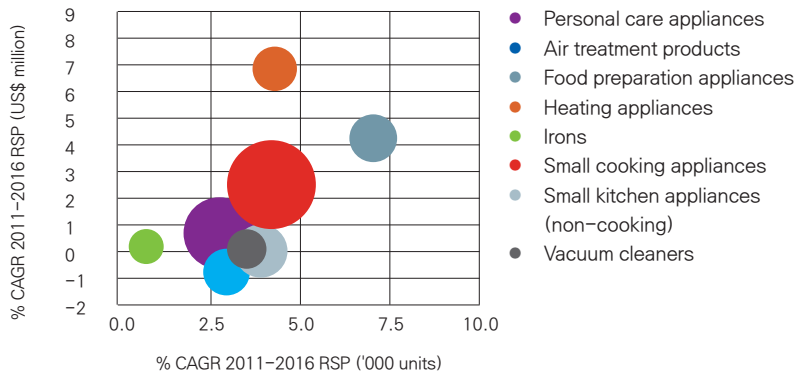
**요리에 대한 관심 증대로 Food Preparation Appliances 성장**

Food Preparation Appliances는 2011년 중 호주 소형가전에서 가장 빠르게 성장한 카테고리이며 예측기간 중 판매량에 있어 가장 역동적 CAGR(연평균 성장률)을 기록할 것으로 예상됨. 요리기반 리얼리티 TV쇼 ‘Master Chef’의 인기와 요리 및 미식에 관한 관심 증가로 인해 소비자들이 이전에는 구매 여유가 없었던 Food Preparation Appliances를 구매하는 것이 이 현상의 부분적 원인임. 호주 Food Preparation Appliances의 급증하는 인기는 대부분 요리에 관련된 모든 것들에 관심이 증가하기 때문임. 요리에 대한 관심이 크게 증가해 혁신적 제품과 프리미엄 제품에 대한 수요를 신장시켰음. 이로 인해 2012~2016년간 모든 카테고리에서 가격하락이 예상되에도 불구하고 Food Preparation Appliances의 가치가 예측기간 동안 성장을 지속할 것으로 전망됨.

**소형가전 카테고리 가격하락과 PB제품의 위협**

청소기, 퍼스널 케어 제품, 다리미와 같이 PB제품이 등장하지 않았는데도 이미 상당한 가격 하락을 겪음. PB가 이 카테고리들에 진출하기 시작하면 평균 제품 가격은 더 낮은 가격으로 급락할 것임. Sunbeam의 Novo 브랜드가 PB가 시장에 침투하여 그들만의 저가 옵션을 제공한 것이 그 사례.

**Growth Prospects by Category in Australia 2012-2016**



## 이슈 정리 및 시사점 Implication

### 시사점 / 생활수준 향상에 따른 프리미엄 가전 성장

미국 가전시장은 미미한 성장이 예상되지만 가전시장에서 1위로 여전히 큰 비중을 차지하고 있음. 절전형 가전제품에 대한 미국, 캐나다 정부의 지원 정책으로 에너지 절감형 제품 개발이 요구됨.

미주와 유럽가전시장은 경제침체 이후 2010년과 2011년 회복세를 보이고 있으며 이에 따라 2012년 미주·유럽 소형가전 시장의 긍정적 성장이 예상된다. 유럽의 경우 경제 위기에서 벗어나지 못한 헝가리, 스페인 등을 제외한 영국, 프랑스 가전시장은 서서히 회복세를 보일 것임. 특히 유럽에서는 러시아를 비롯한 동유럽 경제가 활기를 띠면서 동유럽 소형 가전 시장의 성장이 빠르게 성장할 것으로 기대됨. 그러나 가격하락 위협과 시장 포화로 성장률은 2%~4%로 정도로 크게 매력적이지 못함. 따라서 프리미엄 가전과 저가 가전이 동시에 인기를 끌고 있어 멀티 가격전략이 중요함.

#### 미주, 유럽 선진국 시장의 성장을 주도하는 핵심 카테고리과 제품

유럽에서는 편리성과 기능성이 향상된 생활가전이 인기를 끌었음. 편리성이 향상된 로봇청소기, 전동칫솔 판매가 크게 상승했으며 기능성 스템다리미도 인기가 있었음. 웰빙에 대한 관심과 절약을 위한 DIY 트렌드로 인해 웰빙·뷰티 소형가전이 소비자로부터 큰 관심을 끌었음. 안티셀룰라이트와 주름케어, 제모기기와 같은 DIY 미용기기와 전기근육자극기 등의 웰빙 헬스 소형가전의 판매가 성장하고 있음. 이외에, 유럽에서의 기후변화로 에어트리트먼트 가전의 판매 상승이 두드러지고 있음.

#### 경제상황과 소비자의 라이프 스타일 / 트렌드 변화에 따른 소비자 니즈

미국과 유럽에서는 어려워진 경제적 원인으로 있으나 공통적으로 집에서 외식 경험을 누리하고자 하는 트렌드와 웰빙에 대한 관심이 높아지고 있음. 또한 DIY 트렌드로 뷰티, 미용 등 케어도 집에서 직접 해결하려는 소비자가 늘어나고 있음. 소비자 라이프스타일 특성과 니즈를 반영한 아래와 같은 핵심 경쟁력을 가진 제품 개발이 요구됨.

- 기본 기능에 충실한 저가 상품
- 합리적 가격의 다기능 제품
- 기존과 다른 새로운 경험과 가치를 제공하는 프리미엄 상품
- 업그레이드된 편리성
- 공간 및 시간절약
- 에너지절감
- 아웃도어 라이프를 즐길 수 있는 이동성
- 집에서의 외식경험을 그대로 경험할 수 있도록 프로페셔널한 기능을 제공하면서 사용하기에 간편해야 함

참고문헌

2012/13 Global appliance market trend

www.digitaljournal.com  
www.ghanaiareactoronline.com  
www.groupeseb.com  
www.investopedia.com  
www.sfgate.com  
www.environmentalleader.com  
www.euromonitor.com  
www.finance.yahoo.com  
www.elocal.com  
www.clairerichardsrealtor.wordpress.com  
www.thecuttingedge news.com  
www.cepro.com  
www.smartgridresearch.org  
www.shopping.aol.com  
www.squidoo.com  
www.salehoo.com  
www.flat-white.co.uk  
www.go.bestdenki.com  
www.ycharts.com  
www.starbucks.com  
www.marketwatch.com  
www.brandchannel.com  
www.biz.thestar.com  
news.cheaa.com  
www.clii.com.cn  
www.strategyr.com  
www.sys-con.com  
www.finance.yahoo.com  
www.investopedia.com  
www.hgr.co.za  
www.abiresearch.com  
www.ghanaiareactoronline.com  
www.fastmr.com  
www.electronicshouse.com  
www.goospoos.com  
www.giiresearch.com  
www.coffeemrvel.com  
www.squidoo.com  
www.psfk.com  
www.marketpublishers.com  
www.philips.co.kr  
www.sharp.co.jp  
www.midea.com  
www.haier.com  
www.russellhobbs.com  
www.dyson.com  
www.bosch.co.kr  
www.miele.com  
www.philips.co.kr  
www.princesskorea.com