

## LG 더마쎄라 6E 분석보고서

Essence: LG Derma Cera is a skincare brand developed by LG Household & Health Care, focusing on products that support and enhance the skin barrier

작성자: JAE HWAN KIM, HUFS MBA, KOREA

## "Who is the main target customer base for LG Derma Cera?"

LG 더마세라의 주요 고객 세그먼트는 다음과 같은 특징적인 인구통계학적 프로필과 소비자 행동 패턴을 나타냅니다:

첫째, LG 더마세라는 고급 스킨케어에 지대한 관심을 보이는 고소득 성인 여성층을 주요 타겟으로 설정하고 있습니다. 제품의 가격대가 159 만 원으로 프리미엄 시장에 위치하고 있어, 상당한 경제력을 갖춘 소비자층을 대상으로 전략적으로 포지셔닝되어 있습니다. 이러한 고객군은 주로 중상류층에서 상류층에 속하며, 고품질 스킨케어 제품을 장기적 가치 창출을 위한 투자로 인식하는 경향이 있습니다.

둘째, 홈케어 트렌드를 적극적으로 수용하는 MZ 세대(밀레니얼 세대와 Z 세대)가 또다른 중요한 타겟 그룹으로 부상하고 있습니다. 이러한 트렌드는 특히 COVID-19 팬데믹 이후 더욱 가속화되었는데, 이는 전통적인 피부과나 성형외과 방문이제한되면서 나타난 현상입니다. 결과적으로, 젊은 소비자층 사이에서 가정에서 전문가수준의 스킨케어 루틴을 구현할 수 있는 셀프 뷰티 디바이스에 대한 수요가급증하였습니다.

셋째, LG 더마세라는 빈번한 클리닉 방문에 대한 시간적, 경제적 대안을 모색하는 소비자층에게 강한 어필력을 보이고 있습니다. 이러한 고객들은 정기적인 뷰티 클리닉 예약 없이도 전문가 수준의 효과를 제공하는 가정용 스킨케어 솔루션의 편의성을 높이 평가합니다.

넷째, 이 제품은 피부 탄력 개선 및 전반적인 **외모 향상에 관심이 높은 개인들**에게 특히 매력적으로 작용합니다. 구체적으로, 턱선, 이마, 눈가, 볼 주변 등 노화의 징후가 쉽게 나타나는 얼굴 부위에 집중하는 소비자들이 포함됩니다. 이러한 고객층은 피부 탄력 증진과 젊은 외모 유지를 위한 맞춤형 솔루션을 적극적으로 찾고 있습니다.

마지막으로, LG 더마세라는 최신 뷰티 테크놀로지와 스마트 디바이스에 높은 관심을 보이는 **기술 지향적 소비자들**을 타겟으로 하고 있습니다. Wi-Fi 연결 기능과 전용 애플리케이션 등의 특징은 뷰티 루틴에 첨단 기술을 접목시키는 것을 선호하는 소비자들을 위해 설계되었습니다. 이러한 고객층은 뷰티 테크 분야의 얼리 어답터일 가능성이 높으며, 디지털 플랫폼을 통해 개인화된 스킨케어 레지먼을 설계하고 추적할 수 있는 기능을 중요하게 여깁니다.

종합하면, LG 더마세라의 타겟 시장은 첨단 스킨케어에 대한 열정, 혁신적 기술에 대한 높은 수용도, 그리고 프리미엄 뷰티 솔루션에 대한 투자 의지를 공통분모로 하는 다양한 소비자 그룹으로 구성되어 있습니다. 이 제품의 시장 포지셔닝은 전문적인 피부 관리와 가정에서의 셀프 케어 사이의 간극을 효과적으로 메워, 최상의 결과를 추구하면서도 편의성을 중시하는 소비자들의 니즈를 충족시키고 있습니다.

## "What is the primary age range of LG Derma Cera users?"

LG 더마쎄라의 주요 사용자 연령대에 관한 구체적인 데이터는 제공되지 않았으나, 제품의 특성과 목표 고객층을 분석하여 다음과 같이 추론할 수 있습니다.

주요 사용자층은 30 대 후반에서 50 대 여성으로 예측됩니다. 이 연령대는 피부 탄력 저하와 주름 형성 등 노화 징후가 발현되기 시작하는 시기로, 안티에이징 제품에 대한 수요가 높습니다. 특히 피부 탄력과 주름 개선에 중점을 두고 있어, LG 더마쎄라와 같은 고급 스킨케어 디바이스의 주요 타겟 시장이 될 수 있습니다.

더마쎄라의 159 만 원이라는 프리미엄 가격대를 고려할 때, 주요 고객층은 경제적 여유가 있는 중상류층 성인 여성일 것으로 분석됩니다. 이는 고품질 뷰티 제품에 투자할 의향과 능력이 있는 소비자 세그먼트를 의미합니다.

또한, 최근의 홈케어 트렌드를 감안할 때, MZ 세대 소비자들도 잠재적 고객층으로 포함될 수 있습니다. 특히 피부 관리에 높은 관심을 가지고 최신 뷰티 기술을 선호하는 20 대 후반에서 30 대 초반의 여성들이 이에 해당합니다. 이들은 디지털 기기에 친숙하고 혁신적인 뷰티 솔루션을 적극적으로 탐색하는 성향이 있어, 더마쎄라와 같은 첨단 홈케어 디바이스에 관심을 보일 가능성이 높습니다.

P&K 피부임상연구센터가 성인 여성 25 명을 대상으로 실시한 피부 개선 임상 실험결과는 제품의 주요 타겟층이 성인 여성임을 뒷받침합니다. 이는 더마쎄라가 성인 여성의 피부 개선 요구에 초점을 맞추고 있음을 시사합니다.

더불어, 울쎄라 시술과 유사한 효과를 가정에서 편리하게 얻고자 하는 소비자들이 주요 사용자층일 것으로 추정됩니다. 이는 주로 30 대 이상의 여성들로, 전문적인 피부 관리 효과를 원하지만 시간적, 경제적 제약으로 인해 정기적인 클리닉 방문이 어려운 소비자 세그먼트를 포함합니다.

종합적으로, LG 더마쎄라의 주요 사용자 연령대는 30 대 후반부터 50 대까지의 성인 여성으로 추정되며, 일부 20 대 후반에서 30 대 초반의 젊은 층도 포함될 수 있습니다. 이러한 연령대는 피부 노화에 대한 관심도, 경제적 능력, 그리고 홈케어 트렌드에 대한 수용도 등을 고려할 때 더마쎄라의 핵심 타겟 고객층으로 적합한 것으로 분석됩니다.

""Rewind time, not your age.
Experience ageless beauty with
LG Derma Cera."

## "What are the typical lifestyle habits of LG Derma Cera users?"

첫째, LG 더마쎄라 사용자들은 **피부 관리에 대한 높은 관심과 투자 의지**를 보일 것으로 예상됩니다. 이들은 체계적이고 지속적인 스킨케어 루틴을 실천하며, 자신의 피부 상태를 면밀히 모니터링하는 습관을 가졌을 가능성이 높습니다. 구체적으로, 클렌징, 토너, 세럼, 크림 등의 기초 케어 제품을 단계별로 사용하고, 마스크팩이나 특수 트리트먼트를 정기적으로 실시하는 등 종합적인 피부 관리에 상당한 시간과 자원을 할애할 것입니다."

둘째, 이들은 최근 급부상한 **홈케어 트렌드를 적극적으로 수용하는 얼리 어답터 성향**을 보일 것입니다. 바쁜 일상 속에서도 가정에서 전문적 수준의 피부 관리를 추구하는 강한 욕구를 가진 소비자들로, 더마쎄라와 같은 고급 홈케어 디바이스를 통해 이를 실현하고자 하는 **혁신 지향적 태도**를 보일 것입니다. 이는 자기 관리에

대한 투자를 중요시하며, 가정에서의 시간을 효율적으로 활용하고자 하는 현대적 라이프스타일의 반영으로 해석될 수 있습니다.<sup>||||</sup>

셋째, LG 더마쎄라 사용자들은 시간과 비용 측면에서 **효율적인 관리 방식을 선호**할 것으로 추정됩니다. 빈번한 전문 피부 클리닉 방문 대신, 고품질의 홈케어 솔루션을 통해 유사한 효과를 추구하는 실용적 접근법을 채택할 가능성이 높습니다. 이는 바쁜 일정 속에서도 지속적인 피부 관리를 유지하고자 하는 노력의 일환으로, 시간 관리와 투자 대비 효과를 중시하는 소비자 성향을 반영합니다.™

넷째, 이들은 최신 뷰티 기술과 트렌드에 대한 높은 관심도를 보일 것으로 예상됩니다. 새로운 뷰티 디바이스나 혁신적 스킨케어 제품을 적극적으로 탐색하고 실험하는 얼리 어답터적 성향을 지녔을 가능성이 높습니다. 이러한 행동 패턴은 뷰티산업의 최신 발전 동향을 지속적으로 추적하고, 자신의 피부 관리 루틴을 끊임없이 최적화하려는 의지의 표현으로 해석될 수 있습니다.

다섯째, LG 더마쎄라 사용자들은 규칙적이고 **체계적인 자기 관리 습관을 형성**했을 것으로 추정됩니다. LG 전자의 제품 사용 권장 지침(주 1 회 사용)에 따라, 이들은 정기적으로 시간을 할애하여 집중적인 피부 관리를 실시하는 습관을 확립했을 것입니다. 이러한 행동 패턴은 단순히 피부 관리에 국한되지 않고, 전반적인 건강과 웰빙에 대한 관심으로 확장될 수 있으며, 규칙적인 운동이나 균형 잡힌 식습관 등다양한 영역의 자기 관리 활동과 연계될 가능성이 있습니다. vi

마지막으로, LG 더마쎄라 사용자들은 **디지털 기술에 능숙한 소비자**일 가능성이 높습니다. 더마쎄라의 와이파이 연결 기능과 전용 애플리케이션 연동을 고려할 때, 이들은 스마트폰 앱을 통해 자신의 피부 상태와 관리 기록을 지속적으로 모니터링하는 습관을 형성했을 것입니다. 이는 데이터 기반의 피부 관리 접근법을 선호하는 경향을 시사하며, **일상생활 전반에 걸쳐 다양한 스마트 기기와 앱을 활용**하여 효율성을 극대화하는 디지털 중심의 라이프스타일을 반영합니다. vii

이러한 생활 습관 분석은 LG 더마쎄라의 제품 특성과 목표 고객층을 기반으로 한추론이며, 실제 사용자들의 라이프스타일은 개인차에 따라 더욱 다양하고 복잡한양상을 보일 수 있습니다.

#### **Natural Environment**

자원 활용 측면에서, LG 더마쎄라는 일반적인 전자기기와 마찬가지로 플라스틱, 금속, 전자 부품 등 다양한 소재를 사용합니다. 특히 초음파 기술 적용으로 특수 금속 소재 사용 가능성이 높습니다. LG 전자의 공식 자료에 따르면, 더마쎄라에는 충전식 배터리가 내장되어 지속적인 사용이 가능합니다. viii

에너지 소비 측면에서, 더마쎄라는 전기를 동력원으로 사용합니다. LG 전자가 공개한 제품 사양에 따르면, 이 기기는 충전식으로 작동하며 정기적인 충전이 필요합니다. 가정용 소형 기기 특성상 대형 가전제품보다 에너지 소비량이 낮을 것으로 추정됩니다.

The smart choice that cares for your skin and the planet

폐기물 발생 측면에서, LG 전자의 공식 정보에 따르면 더마쎄라의 기본 제공 카트리지는 약 2 년간 사용 가능합니다. 이는 상대적으로 긴 수명을 의미하며, 잦은 교체로 인한 폐기물 발생을 최소화할 수 있습니다. 그러나 카트리지 교체 시 발생하는 폐기물과 제품 수명 종료 시의 전자 폐기물 처리는 여전히 중요한 환경적 고려사항입니다.<sup>※</sup>

환경 친화적 요소로는 UV LED 살균 크래들을 들 수 있습니다. LG 전자의 제품 설명에 따르면, 이 기능은 별도의 화학 살균제 없이 제품을 위생적으로 관리할 수 있게 해줍니다. 또한, LG 전자는 '지구를 생각한 패키지 디자인'을 언급하여 환경 친화적 포장 솔루션을 채택했을 가능성이 있습니다.\*

간접적 환경 영향 측면에서, 더마쎄라와 같은 홈케어 디바이스의 보급 확대는 전문클리닉 방문 횟수를 감소시켜 교통 수단 이용으로 인한 탄소 배출 감소에 기여할 잠재력이 있습니다. 또한, 효과적인 피부 관리로 화장품 사용량이 감소할 수 있다는 가설도 제기되고 있습니다. xi

결론적으로, LG 더마쎄라는 전자 제품으로서 불가피하게 환경에 일정 수준의 영향을 미치지만, 장기간 사용 가능한 설계와 UV LED 살균 등의 기능을 통해 환경 영향을 최소화하려는 노력이 보입니다.\*<sup>II</sup>

#### **Legal Environment**

안전 규제 측면에서, LG 더마쎄라는 산업통상자원부와 식품의약품안전처가 제시한 엄격한 안전기준을 충족해야 합니다. 특히 주목할 만한 점은 전기용품 및 생활용품 안전관리법의 개정에 따라 향후 더욱 강화된 안전관리 대상에 포함될 가능성이 높다는 것입니다. 이에 대한 선제적이고 전략적인 대응이 필수적일 것으로 판단됩니다.<sup>xiii</sup>

국내 인증과 관련하여, 한국산업기술시험원(KTL)의 엄격한 시험 절차를 통과해야 할 것으로 예상됩니다. 유사 제품인 LED 마스크의 선례를 고려할 때, 외장 상한온도, 광생물학적 안전성, 안전장치 구비, 표시사항 표기 등의 항목이 중점적인 시험 대상이될 것으로 분석됩니다.xiv

해외 시장 진출을 위해서는 각국의 특수한 법규와 인증 요건을 충족해야 합니다. 예를들어, 미국 시장 진출 시 FDA 의 엄격한 인증 절차가 요구될 수 있습니다. LG 프라엘제품군 중 LED 마스크가 이미 FDA 로부터 Class II 인가를 획득한 선례를 고려할 때, 더마쎄라 역시 유사한 수준의 엄격한 인증 절차를 거쳐야 할 것으로 예측됩니다.

제품의 **안전성 검증**을 위해 LG 전자는 다각도의 과학적 접근을 시도하고 있습니다. 포항공대와의 산학협력을 통해 고도의 인체공학적 디자인을 적용하였으며, P&K 피부임상연구센터를 통한 엄격한 임상 실험을 실시하여 제품의 효능과 안전성에 대한 객관적이고 과학적인 검증을 수행하였습니다.\*\*

소비자 보호 측면에서는 제품 사용에 관한 명확하고 상세한 지침을 제공하고 있습니다. 주 1 회 사용 권장, 회당 최대 초음파 샷 제공 횟수 등의 구체적인 정보를 명시하고 있으며, 'LG 프라엘 케어앱'을 통해 포괄적인 제품 사용 가이드와 정보를 제공함으로써 소비자의 안전하고 효과적인 제품 사용을 유도하고 있습니다.\*\*i

**개인정보 보호**와 관련하여, 와이파이 연결과 앱 사용을 통해 수집되는 개인 정보에 대해 개인정보보호법을 엄격히 준수해야 합니다. 사용자 데이터의 수집, 보관, 활용에 관한 명확하고 투명한 정책을 수립하고, 이를 소비자에게 명시적으로 고지해야 할 것입니다.

결론적으로, LG 더마쎄라는 이러한 다층적이고 복잡한 법적 환경 요소들을 종합적으로 고려하여 제품을 개발하고 판매하고 있습니다.

#### Technical Environmentxvii

LG 더마쎄라는 최첨단 기술을 활용하여 가정에서도 전문적인 피부 관리를 가능케 하는 혁신적인 제품입니다. 본 제품의 핵심 기술인 마이크로 포커스 초음파 기술은 피부 3mm 하부에 정밀하고 균일한 초음파 조사를 통해 콜라겐 생성을 촉진합니다. 특히 주목할 만한 점은 '텐서코어'라 명명된 고에너지 응고점을 표적 부위에 정확히 전달하는 기능입니다.

더불어, 정밀 초음파 제어 기술을 통해 목표 부위에만 초음파를 집중시킴으로써 불필요한 자극을 최소화합니다. 이는 효과적인 피부관리와 사용자 안전성을 동시에 고려한 기술적 진보입니다. 또한, 안전한 홈케어를 위해 7MHz 주파수를 채택하여 최적의 성능과 안전성을 확보하였습니다. XVIIII

LG 더마쎄라는 첨단 스마트 기능을 통해 사용자 경험을 한층 향상시켰습니다. 프라엘 제품군 중 최초로 **와이파이 기능을 탑재**하여 'LG 프라엘 케어앱'과의 연동을 실현하였습니다. 이를 통해 사용자는 스마트폰을 통해 제품 사용 정보를 **실시간으로 모니터링**하고 **관리**할 수 있습니다.\*<sup>ix</sup>

제품에 내장된 **자이로 센서**는 정확한 사용 각도를 감지하여 부적절한 사용을 방지합니다. 이는 사용자가 최적의 효과를 얻을 수 있도록 보장하는 중요한 기능입니다. 또한, 음성 안내 시스템을 통해 정확한 사용 방법을 제시함으로써, 전문가의 도움 없이도 초보자가 쉽게 제품을 활용할 수 있도록 설계되었습니다.<sup>XX</sup>

- 인체공학적 설계: 포항공대와의 산학협력을 통해 개발된 280g 경량, 20cm 길이의 최적화된 디자인으로 한 손 조작이 용이하며 장시간 사용 시 피로도를 최소화합니다.
- ▶ OLED 디스플레이 탑재: 기기 작동 상태, 배터리 잔량, 사용 모드 등의 정보를 직관적으로 제공하여 사용자 경험을 향상시킵니다.
- ► 듀얼 웨이 그립 디자인: 엄지와 검지 모두에 적합한 그립으로 사용자의 손 크기와 사용 습관에 따른 맞춤형 조작이 가능하며, 이는 정확성과 효율성을 증대시킵니다.

LG 더마쎄라의 위생 및 안전성 측면에서의 혁신적 기능을 살펴보겠습니다. 본 제품은 UV LED 살균 크래들을 탑재하고 있습니다. 이 고급 기능은 기기 충전과 동시에 헤드 부위의 미생물을 99.99% 이상 제거하여, 사용자에게 항상 위생적인 상태의 기기를 제공합니다. 이는 피부 관리의 안전성을 크게 향상시키는 요소입니다. 더불어, SGS 회로 안전 인증 획득을 통해 제품의 전기적 안전성이 국제 기준에 부합함을 입증하였습니다. 이러한 인증은 사용자의 신뢰도를 높이는 중요한 요인입니다.

성능 측면에서 LG 더마쎄라는 **첨단 초음파 샷 시스템**을 채택하고 있습니다. 본 시스템은 1 회 사용 시 최대 300 회의 초음파 샷을 제공하며, 각 샷마다 15 개의 도트가 순차적으로 조사되는 정밀한 메커니즘을 구현합니다. 이러한 고도의 초음파 조사 방식은 피부 깊숙이 효과적으로 작용하여 탁월한 피부 관리 효과를 달성합니다. 또한, 혁신적인 카트리지 시스템을 도입하여 기본 제공되는 카트리지로 약 3 만 회(약 2 년) 사용이 가능하게 함으로써, 제품의 경제성과 지속가능성을 크게 향상시켰습니다.

사용자 맞춤형 케어를 위해 LG 더마쎄라는 5 단계 강도 조절 기능을 제공합니다. 이 기능을 통해 사용자는 개인의 피부 상태나 선호도에

LG Derma Cera: Premium Home Aesthetics at Your Fingertips 따라 초음파 강도를 정밀하게 조절할 수 있어, 고도로 개인화된 피부 관리가 가능해집니다.

#### **Demographic Environment**

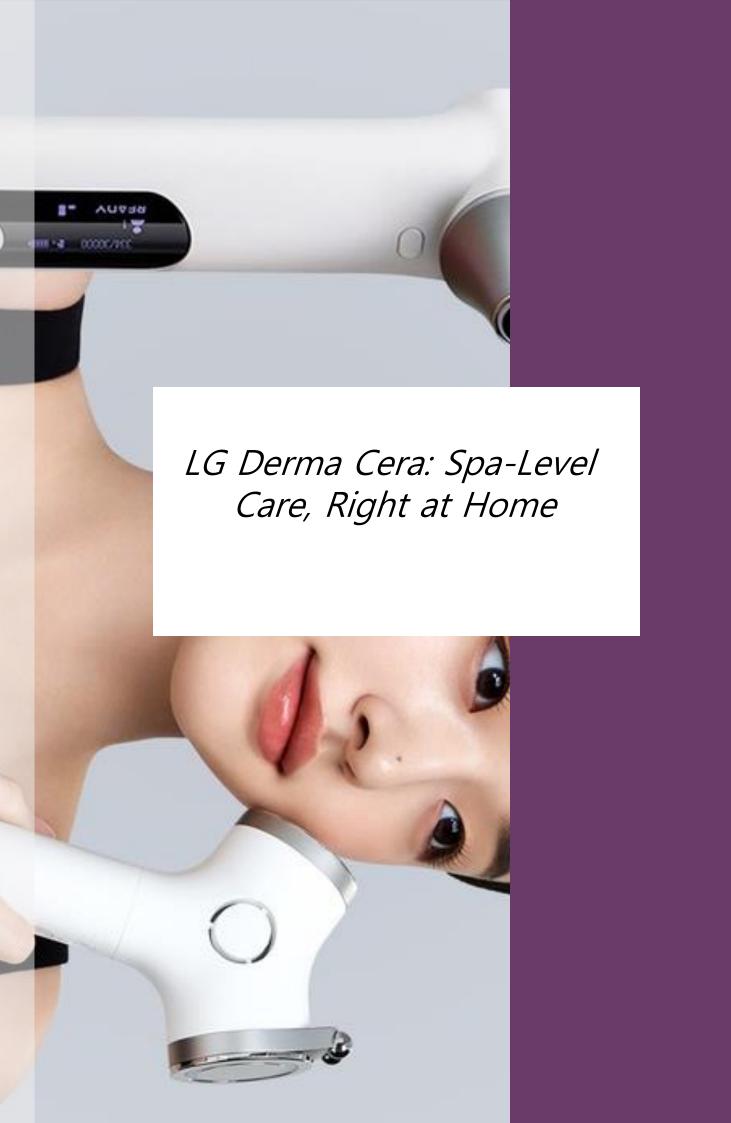
첫째, 핵심 타겟 고객층은 30 대 후반에서 50 대의 성인 여성입니다. P&K 피부임상연구센터에서 실시한 임상실험 대상자 구성이 이를 뒷받침합니다. 이 연령대는 피부 탄력 저하와 주름 개선에 높은 관심을보이며, 안티에이징 솔루션에 대한 수요가 현저합니다. 제품의가격대(159 만 원)를 고려할 때, 구매력이 있는 중상류층이 주요소비자가 될 것으로 예측됩니다.

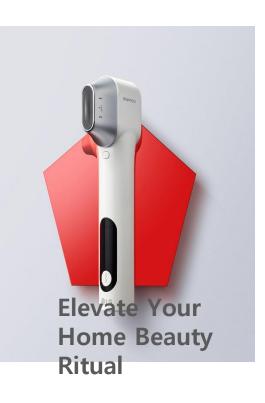
둘째, 세대별 접근 전략을 살펴보면, MZ 세대를 잠재적 고객군으로 포함시키고 있습니다. 端이들은 홈케어 트렌드와 최신 뷰티 테크놀로지에 민감하게 반응하는 특성을 보입니다. 중장년층의 경우, 노화 방지에 대한 높은 관심도와 전문적 케어 니즈를 고려하여, 더마세라의 직관적인 사용자 인터페이스와 음성 안내 기능이 이 연령대에 특히 부합할 것으로 분석됩니다.xxii

셋째, 라이프스타일 측면에서는 시간 효율성을 중시하는 현대인들을 주요 타겟으로 설정하고 있습니다. 이들은 비용 대비 효과 측면에서 전문 클리닉 방문보다 홈케어 솔루션을 선호하는 경향이 있습니다. ※ 변한, 셀프케어 트렌드를 추구하는 소비자층과 스마트 기기에 능숙한 테크 사바리(tech-savvy) 사용자들도 중요한 시장 세그먼트로 간주됩니다.

넷째, 지역적 전략을 분석해보면, 초기에는 서울 강남구 등 대도시 중심의 팝업스토어 운영을 통해 도시 거주 고객들에게 집중하고 있습니다. 그러나 동시에 전국 24 개 LG 전자 베스트샵 매장에 체험존을 구축함으로써, 전국적인 고객 기반 확보를 위한 확장 전략도 병행하고 있습니다.

마지막으로, 주요 구매 결정 요인을 분석해보면, 피부 관리에 대한 높은 관심도, 홈케어 선호 경향, 그리고 기술 혁신에 대한 수용도가 핵심적입니다. 구체적으로, 피부 탄력 개선과 주름 감소에 관심이 높은 소비자, 전문 클리닉 방문 대신 가정에서의 편리한 관리를 선호하는 고객, 그리고 초음파 기술이나 앱 연동과 같은 첨단 기술이 적용된 제품에 관심을 보이는 소비자들이 LG 더마세라의 주요 구매층을 형성할 것으로 예상됩니다.





#### **Economic Environment**

홈 뷰티 디바이스 시장은 현재 급격한 성장세를 보이고 있습니다. 국내 시장의 경우, 2013 년 800 억 원에서 2022 년 1 조 6000 억 원으로 약 20 배의 성장을 기록했으며<sup>※㎡</sup>, 미국 시장에서도 2020 년부터 2030 년까지 연평균 19.6%의 높은 성장률이 예상되고 있습니다<sup>※™</sup>. 특히 미국 시장에서 K-Beauty 에 대한 인지도 상승은 한국 뷰티 디바이스 제품의 성장 기회를 더욱 확대시키고 있습니다.

LG 더마쎄라는 159 만 원의 **프리미엄 가격 전략을 채택**하고 있습니다. 이는 LG 전자의 기술력과 브랜드 가치를 반영한 전략으로 해석됩니다. 그러나 37 만 원에서 45 만 원 사이의 가격대를 형성하고 있는 경쟁사제품들과 비교할 때, **상대적인 가격 경쟁력에 대한 우려가 제기**될 수 있습니다.

유통 전략 측면에서 LG 전자는 다각화된 접근법을 채택하고 있습니다. 프라엘 전용 온라인 브랜드몰을 통한 직접 판매, 전국 24 개 LG 전자 베스트샵 매장에서의 체험존 운영\*\*\*, 그리고 대도시 중심의 팝업스토어\*\*\*\* 운영 등을 통해 다양한 채널에서 고객 접점을 확대하고 있습니다.

경제적 요인 또한 LG 더마쎄라의 시장 성과에 중요한 영향을 미칠 것으로 분석됩니다. 고가 제품의 특성상 경제 상황에 따른 소비자 구매력 변화에 민감할 수 있습니다. 그러나 COVID-19 팬데믹으로 인한 홈케어 트렌드 확산, 인구 고령화와 중장년층의 소득 증가로 인한 안티에이징 디바이스 수요 증가 등은 제품 수요에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 판단됩니다.

LG 전자의 기업 전략 관점에서, 홈뷰티 사업은 침체된 대형 가전 시장을 탈피하고 새로운 성장 동력을 확보하기 위한 전략적 시도로 해석됩니다. 2019 년 말 홈뷰티사업담당 신설 및 2021 년 홈뷰티연구소 설립 등 조직 확대와 투자를 통해 이 분야에 대한 회사의 강력한 의지가 표명되고 있습니다.

종합적으로, LG 더마쎄라는 급성장하는 홈 뷰티 디바이스 시장에서 프리미엄 전략을 통해 포지셔닝을 구축하고 있으며, 다각화된 유통 전략과 지속적인 연구개발 투자를 통해 시장 경쟁력을 강화하고 있습니다. 그러나 높은 가격대로 인한 경쟁력 문제와 경제 상황에 따른 변동성은 향후 극복해야 할 주요 과제로 분석됩니다.

#### Socio-cultural Environmentxxviiixxix

LG 더마쎄라의 시장 성공은 다양한 사회경제적 요인과 소비자 트렌드의 복합적 상호작용에 기인한다고 분석할 수 있습니다.

첫째, COVID-19 팬데믹으로 인한 홈케어 문화의 급속한 확산은 가정용 뷰티 디바이스 시장의 성장을 가속화했습니다. 이와 동시에, 안티에이징 제품에 대한 수요 증가는 더마쎄라의 피부 탄력 개선 기능과 직접적으로 연관되어 제품의 시장 적합성을 높였습니다.

둘째, **테크놀로지와 뷰티 산업의 융합 트렌드**가 더마쎄라에 효과적으로 구현되었습니다. **마이크로 포커스 초음파 기술의 적용**은 하이테크 뷰티 디바이스에 대한 소비자 선호도를 충족시키며, **스마트폰 앱 연동 기능**은 디지털 네이티브 세대의 사용 패턴에 부합합니다. 셋째, 소비 문화의 변화가 더마쎄라의 시장 포지셔닝에 긍정적 영향을 미쳤습니다. 프리미엄 홈케어 제품에 대한 수요 증가로 인해, 159 만 원이라는 고가 정책에도 불구하고 시장 수용도가 높게 나타났습니다. 또한, 지속 가능한 소비 트렌드에 부응하여 2 년간 사용 가능한 카트리지 시스템을 도입함으로써 제품의 장기적 가치를 제고했습니다.

Imagine a world where technology understands your skin better than you do. Welcome to LG Derma Cera – where cutting-edge innovation meets beauty expertise.

넷째, **환경 의식 고조**에 따른 **친환경 제품 선호도 증가**에 대응하여, 더마쎄라는 재활용 가능한 패키징과 내구성 있는 제품 설계를 통해 **환경 친화적 이미지를 구축**했습니다.

마지막으로, 소설 미디어를 통한 정보 공유 문화와 전문가 의견을 중시하는 소비자 트렌드를 마케팅 전략에 효과적으로 반영했습니다. 사용자 경험의 온라인 공유를 촉진하고, 전문가 협업을 통해 제품의 신뢰성을 제고하는 전략을 구사했습니다.XXXXXXX

결론적으로, LG 더마쎄라는 현대 소비자의 다양한 니즈와 시장 트렌드를 정확히 포착하고 이를 제품 개발 및 마케팅 전략에 효과적으로 반영함으로써, 급변하는 뷰티 시장에서 강력한 경쟁력을 확보했다고 평가할 수 있습니다.





# A luminous journey awaits – where science meets skin, unveiling your radiant story with every touch.

In your hand, a marvel of beauty and science intertwines. This elegant device whispers the promise of rejuvenation, its sleek contours cradling the power to awaken your skin's hidden radiance. With each gentle pass, it writes a love letter to your complexion, blending advanced technology with the artistry of self-care. Here, in this moment, you hold not just a tool, but a key to unlock your skin's ageless potential – a daily ritual that transforms care into pure, luminous magic.

#### Sources and References

<sup>『[</sup>마니아]"집에서 울쎄라 시술을?"...LG 프라엘 더마쎄라 써보니 - 아시아경제 (asiae.co.kr)

<sup>『</sup>LG 엘지 프라엘 더마쎄라 뷰티디바이스 환절기.. : 네이버블로그 (naver.com)

<sup>『[</sup>마니아]"집에서 울쎄라 시술을?"...LG 프라엘 더마쎄라 써보니 - 아시아경제 (asiae.co.kr)

- ⅳ [마니아]"집에서 울쎄라 시술을?"...LG 프라엘 더마쎄라 써보니 아시아경제 (asiae.co.kr)
- ▼ [기자체험기] 집에서 써보는 뷰티 신문물 'LG 프라엘 더마쎄라' 핸드메이커(handmaker) (handmk.com)
- vi 얼굴 부위 피부 탱탱하게...더마쎄라로 집에서 편하게 관리 | 한국경제 (hankyung.com)
- vii 얼굴 부위 피부 탱탱하게...더마쎄라로 집에서 편하게 관리 | 한국경제 (hankyung.com)
- viii 더마쎄라 BLQ1 | LG 프라엘 (Igpral.kr)
- ix LG 디스플레이 (Igdisplay.com)
- \* Green Product Strategy [친환경 제품 전략] | 친환경 제품 | 환경 | LG 글로벌
- xi 친환경 제품 브랜드 LETZero | 지속가능경영전략 | Sustainability | LG 화학 (Igchem.com)
- xii 보도 자료 | 미디어 | Lg 전자 (Igcorp.com)
- xiii 프리미엄 홈 뷰티기기 LG 프라엘 'LED 마스크 예비안전기준' 업계 첫 통과 LG 전자 뉴스룸 (Ige.co.kr)
- xiv 보도자료 | 미디어 | LG
- ™ LG 전자, 초음파로 얼굴 라인 케어기기 '더마쎄라' 출시 경향신문 (khan.co.kr)
- wi 베일 벗은 LG 전자 '더마쎄라', 정체는 '피부탄력' (bizwatch.co.kr)
- xvii [초음파] LG 프라엘 더마쎄라 기기 원리 및 후기 Hello! My Universe (tistory.com)
- xviii 베일 벗은 LG 전자 '더마쎄라', 정체는 '피부탄력' (bizwatch.co.kr)
- xix 보도자료 | 미디어 | LG
- \*\* 뷰티디바이스 LG 엘지프라엘 더마쎄라 인텐시브..: 네이버블로그 (naver.com)
- ××i LG 전자가 '고객 경험 맛집'으로 거듭난 비결은? LG 전자 뉴스룸 (lge.co.kr)
- xxii 뷰티디바이스 LG 엘지프라엘 더마쎄라 인텐시브.. : 네이버블로그 (naver.com)
- xxiii [마니아]"집에서 울쎄라 시술을?"...LG 프라엘 더마쎄라 써보니 아시아경제 (asiae.co.kr)
- xxiv '가전 명가' LG 전자, 뷰티 디바이스 시장 쉽지 않은 까닭 이투데이 (etoday.co.kr)
- \*\*\* <u>미국 K-Beauty 인기, 뷰티 디바이스 시장으로 확대 해야 〈 뷰티디바이스 〈 뷰티 〈 기사본문 팜뉴스</u> (pharmnews.com)
- xxvi LG 전자, 얼굴 라인 케어하는 'LG 프라엘 더마쎄라' 출시 LG 전자 뉴스룸 (Ige.co.kr)
- \*\*\*\* 얼굴 부위 피부 탱탱하게...더마쎄라로 집에서 편하게 관리 | 한국경제 (hankyung.com)
- xxviii [1 달후기] 더마쎄라 (LG 프라엘) 한 달 사용 후기 Hello! My Universe (tistory.com)
- xxix LG 프라엘 더마쎄라 내돈내산 리뷰 (tistory.com)
- \*\*\* 뷰티디바이스 LG 엘지프라엘 더마쎄라 인텐시브...: 네이버블로그 (naver.com)
- \*\*\*i [마니아]"집에서 울쎄라 시술을?"...LG 프라엘 더마쎄라 써보니 아시아경제 (asiae.co.kr)