2026. 2. 23

소비재/플랫폼 Weekly

잘 가, 두쫀쿠

Analyst 오린아 _ 유통/화장품 lina.oh@ls-sec.co.kr

체크해야 할 업종 이슈

- 두쫀쿠 열풍은 사실상 마무리 국면에 진입한 것으로 판단: 검색량 하락, 원재료값 안정화
- TikTok 영상 업로드 첫 날: 전체 조회수의 약 72%가 발생, 활성 수명은 약 35일 수준
- 빠른 확산과 빠른 소멸의 소비 트렌드는 기본값으로 자리잡는 추세

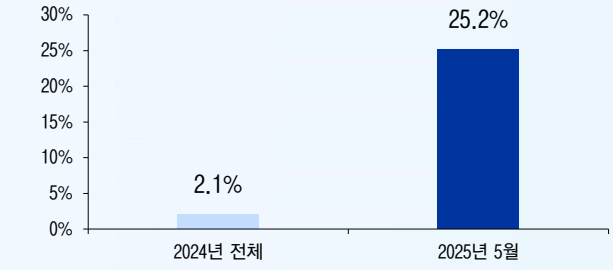
이번주 업종 코멘트/전망

그림1 두쫀쿠 통합검색량 추이



자료: 네이버 데이터랩, Bloomberg, LS증권 리서치센터

그림2 단기 팝업스토어(7 일 미만) 운영 비중



자료: 스위트스팟, LS증권 리서치센터

날카로운 두쫀쿠의 추억

두쫀쿠 열풍은 사실상 마무리 국면으로 판단. 네이버 데이터랩 기준 검색량은 지난 해 10월부터 완만히 상승해 2026년 1월 중순 정점을 기록한 이후 하락 추세 전환. 검색량은 실제 구매 수요에 선행하는 지표라는 점에서, 판매 또한 피크아웃 이후 빠르게 둔화되고 있을 가능성이 높다는 판단. 실제로 원재료인 카다이프(5kg) 가격은 지난 해 10월 6만원에서 2026년 1월 14만원까지 2배 이상 상승했고, 피스타치오(5kg) 가격 또한 5만원에서 11만원까지 급등. 그러나 올해 2월부터는 가격이 빠르게 평시 수준으로 회귀 중. 단기간에 형성된 과열 수요가 구조적 소비로 전환되지 못하고 소멸한 전형적인 초단기 트렌드 사례로 해석 가능

유통/소비재 업체 시사점: 확장 전략 고민 要

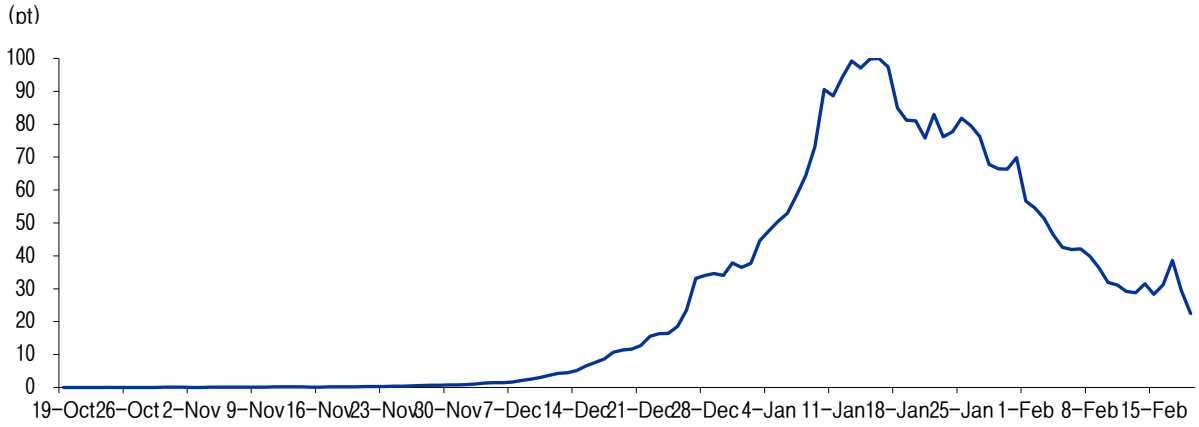
유통업체 및 소비재 업체에 대한 시사점: 1)바이럴 기반 히트 상품 주기는 계속해서 단축 전망. 숏폼 콘텐츠들이 이를 가속화하기 때문. Measure Studio에 따르면 TikTok 영상은 업로드 첫날에 전체 조회수의 약 72%가 발생하며, 활성 수명(active lifespan)은 약 35일 수준. 2)유통업체들은 이를 흡수하기 위한 유연한 채널 운영이 필수적. 국내 단기 팝업스토어 운영 비중은 2024년 2.1%에서 2025년 5월 25.2%까지 급상승. 3) 브랜드 업체들은 One Item 흥행에 의존하기보다 후속 SKU, 한정판, 콜라보 제품 등으로 확장해 반복 구매로 연결시키는 전략이 중요. 빠른 확산과 빠른 소멸의 소비 트렌드는 기본값이 되고 있으며, 단기 흥행 자체보다, 흥행 이후의 확장 전략이 기업 가치에 더 중요해지는 국면으로 판단

잘 가, 두쫀쿠

날카로운 두쫀쿠의 추억

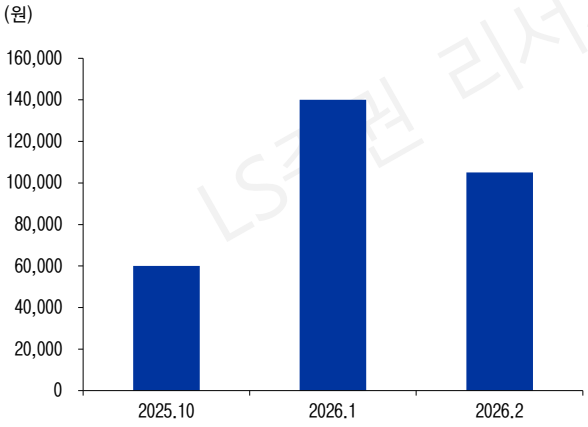
두쫀쿠 열풍은 사실상 마무리 국면에 진입한 것으로 판단된다. 네이버 데이터랩 기준 검색량은 지난 해 10월부터 완만히 상승해 2026년 1월 중순 정점을 기록한 이후 하락 추세로 전환됐다. 검색량은 실제 구매 수요에 선행하는 지표라는 점에서, 판매 또한 피크아웃 이후 빠르게 둔화되고 있을 가능성이 높다. 실제로 원재료인 카다이프(5kg) 가격은 지난 해 10월 6만원에서 2026년 1월 14만원까지 2배 이상 상승했고, 피스타치오(5kg) 가격 또한 5만원에서 11만원까지 급등했다. 그러나 올해 2월부터는 가격이 빠르게 평시 수준으로 회귀하고 있다. 단기간에 형성된 과열 수요가 구조적 소비로 전환되지 못하고 소멸한 전형적인 초단기 트렌드 사례로 해석할 수 있겠다.

그림1 **두쫀쿠 통합검색량 추이**



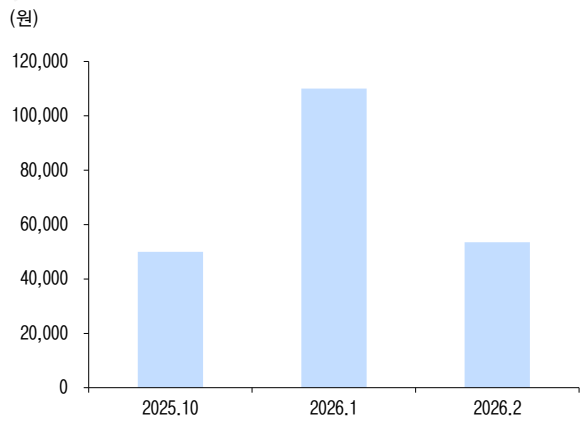
자료: 네이버 데이터랩, LS증권 리서치센터

그림2 **카다이프 5kg 가격 추이**



자료: LS증권 리서치센터

그림3 **피스타치오 1kg 가격 추이**

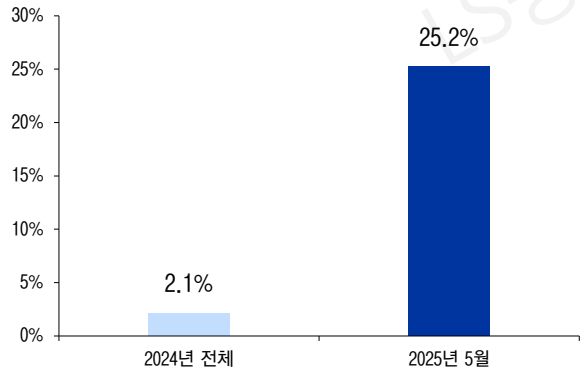


자료: LS증권 리서치센터

짧아진 바이럴 사이클, 확장 전략이 기업 가치 좌우할 것

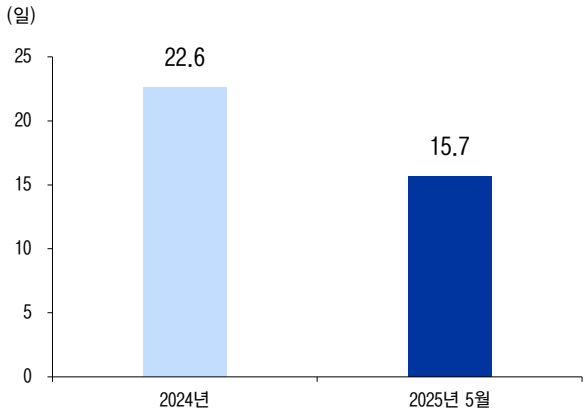
유통업체 및 소비재 업체에 대한 시사점은 명확하다. 첫째, 바이럴 기반 히트 상품 주기는 계속해서 단축될 수밖에 없다. 숏폼 콘텐츠들이 이를 가속화하기 때문이다. Measure Studio에 따르면 TikTok 영상은 업로드 첫날 전체 조회수의 약 72%가 발생하며, 활성 수명(active lifespan)은 약 35일 수준이다. 인스타그램 릴스 또한 조회수의 95%가 70~75일에 걸쳐 발생한다. 둘째, 유통업체들은 이를 흡수하기 위한 유연한 채널 운영이 필수적이다. 국내 단기 팝업스토어 운영 비중은 2024년 2.1%에서 2025년 5월 25.2%까지 급상승했다. 셋째, 브랜드 업체들은 One Item 흥행에 의존하기보다 후속 SKU, 한정판, 콜라보 제품 등으로 확장해 반복 구매로 연결시키는 전략이 중요하다. 빠른 확산과 빠른 소멸의 소비 트렌드는 기본값이 되고 있다. 단기 흥행 자체보다, 흥행 이후의 확장 전략이 기업 가치에 더 중요해지는 국면으로 판단한다.

그림4 **단기 팝업스토어(7 일 미만) 운영 비중**



자료: 스위트스팟, LS증권 리서치센터

그림5 **국내 팝업스토어 평균 운영 기간**



자료: 스위트스팟, LS증권 리서치센터

LS증권 리서치센터

표1 국내 소비재/플랫폼 주간 수익률

	현재가 (pt, 원)	시가총액 (억원)	수익률 (%)						P/E			P/B		
			1W	1M	3M	6M	12M	YTD	2025	2026E	2027E	2025	2026E	2027E
코스피	5,809	48,036,013	5.5	18.9	45.0	85.6	118.9	37.8	-	-	-	-	-	-
코스피 대형주	6,149	42,663,952	5.7	19.5	48.7	95.4	131.9	40.5	-	-	-	-	-	-
코스닥	1,154	6,323,528	4.3	18.2	29.4	48.4	50.2	24.7	-	-	-	-	-	-
코스피 중형주	4,621	4,011,259	3.6	15.6	22.5	36.8	57.3	24.1	-	-	-	-	-	-
코스피 소형주	2,908	1,137,760	3.8	13.4	18.0	21.0	32.9	15.5	-	-	-	-	-	-
유통														
코웨이	87,300	62,777	-2.6	13.1	-0.2	-16.1	3.1	0.5	10.2	9.2	8.0	1.7	1.5	1.3
호텔신라	48,150	18,898	-1.3	4.0	-0.7	-1.8	15.2	8.0	-13.4	26.4	15.9	1.6	1.5	1.4
BGF 리테일	137,000	23,679	-1.7	16.3	23.1	16.3	31.2	30.7	12.7	11.3	10.5	1.8	1.6	1.5
GS 리테일	22,500	18,812	1.4	6.6	0.9	35.5	42.0	11.9	12.7	9.3	8.4	0.6	0.5	0.5
롯데쇼핑	109,700	31,033	-3.2	45.3	49.7	65.7	71.4	51.3	39.5	11.7	10.2	0.2	0.2	0.2
신세계	351,500	33,903	-3.4	24.4	51.2	111.6	136.2	42.3	32.8	13.2	10.9	0.7	0.7	0.6
이마트	110,700	30,549	-0.5	31.8	37.7	44.0	47.4	36.2	9.5	14.0	10.4	0.3	0.3	0.3
현대백화점	106,500	24,100	-3.0	14.0	13.8	43.9	90.2	20.2	10.6	9.2	7.7	0.5	0.5	0.4
SK 네트웍스	5,610	12,414	3.5	21.8	23.0	23.8	26.2	24.1	23.2	19.7	17.1	0.5	0.5	0.5
인터넷														
NAVER	254,500	399,190	0.8	4.3	-1.0	14.9	14.9	5.0	18.6	17.9	16.0	1.4	1.3	1.2
카카오	57,900	256,269	0.9	-1.9	-2.0	-11.3	45.7	-3.7	47.7	38.0	31.1	2.4	2.2	2.0
게임														
크래프톤	260,500	123,487	1.4	9.0	3.0	-20.2	-21.5	5.9	14.1	12.5	10.5	1.6	1.4	1.2
넷마블	57,300	49,251	0.2	12.4	9.6	-5.8	21.1	18.8	15.5	13.9	12.3	0.8	0.7	0.7
엔씨소프트	232,000	49,982	9.4	-0.9	24.1	16.1	30.2	15.1	13.9	15.0	12.3	1.3	1.2	1.1
펄어비스	52,600	33,794	5.4	26.4	36.5	64.9	57.5	40.6	-379.1	17.4	27.9	4.1	3.2	2.7
카카오게임즈	15,710	14,106	3.7	9.6	-1.6	-4.2	-4.4	5.4	-10.5	-61.0	22.8	1.1	1.1	1.1
더블유게임즈	54,600	11,561	1.7	8.3	3.6	3.6	9.9	1.9	7.9	6.5	6.0	0.8	0.7	0.6
NHN	42,400	13,887	14.1	39.0	29.5	58.2	109.9	46.0	39.3	14.6	11.3	0.9	0.8	0.8
웹젠	14,180	4,906	-2.1	15.9	12.2	-1.3	0.8	9.9	17.1	9.1	7.2	0.6	0.5	0.5
컴투스	36,300	4,389	2.8	16.0	16.0	-5.2	-24.8	25.0	92.0	17.8	12.3	0.4	0.4	0.4
화장품														
아모레퍼시픽	156,000	91,249	-3.1	28.6	15.7	25.9	25.8	30.5	40.2	30.0	25.7	2.0	1.9	1.8
LG 생활건강	273,000	41,776	-1.3	1.1	-7.9	-9.6	-18.5	5.6	37.8	33.9	22.1	0.8	0.8	0.8
실리콘투	43,500	26,610	1.2	-0.5	-6.9	-4.5	38.1	12.6	15.7	12.4	10.0	6.3	4.2	2.9
아모레퍼시픽홀딩스	33,800	26,857	-1.9	30.0	9.2	23.4	50.9	25.9	20.7	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0
한국콜마	72,400	17,090	0.0	11.6	9.4	-8.7	27.7	16.6	16.5	12.6	11.0	1.9	1.7	1.5
코스맥스	194,800	22,109	-4.0	5.7	16.2	-5.2	22.3	19.5	38.3	18.1	14.4	4.4	3.7	3.0
브이티	19,250	6,726	-3.8	14.7	-6.3	-48.2	-44.8	9.9	11.3	11.3	n/a	n/a	n/a	n/a
코스메카코리아	101,400	10,830	1.5	41.4	40.3	63.0	118.1	52.3	22.1	17.2	14.9	4.1	3.3	2.7
씨앤씨인터내셔널	31,600	4,307	-7.1	3.4	-3.7	-23.5	-17.6	6.6	19.2	21.1	13.3	2.1	1.1	1.0
클리오	13,330	2,409	-1.3	4.0	-1.3	-7.6	-32.5	2.3	17.5	14.1	12.8	n/a	n/a	n/a
한국화장품제조	52,300	2,370	-0.2	10.5	-3.0	-13.3	5.1	7.0	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
아이패밀리에스씨	14,180	2,456	-4.0	-8.4	-5.0	-27.6	-39.5	3.9	10.2	7.9	6.8	2.1	1.7	1.4
마녀공장	14,170	2,322	-1.1	0.1	-4.8	-14.6	-18.8	3.5	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a

자료: Quantiwise, LS증권 리서치센터

주: 2026.2.20 종가 기준

LS증권 리서치센터

Compliance Notice

본 자료에 기재된 내용들은 작성자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다(작성자: 오린아).

본 자료는 고객의 증권투자를 돕기 위한 정보제공을 목적으로 제작되었습니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치본부가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 참고자료로만 활용하시기 바라며 유가증권 투자 시 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다.
따라서 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

본 자료는 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있으며 어떠한 경우에도 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형될 수 없습니다.

_ 동 자료는 제공시점 현재 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재당사에서 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재 당사의 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자가 보유하고 있지 않습니다.

_ 동 자료의 추천종목에 해당하는 회사는 당사와 계열회사 관계에 있지 않습니다.

투자등급 및 적용 기준

구분	투자등급 guide line (투자기간 6~12개월)	투자등급	적용기준 (향후12개월)	투자의견 비율	비고
Sector (업종)	시가총액 대비 업종 비중 기준 투자등급 3단계	Overweight (비중확대) Neutral (중립) Underweight (비중축소)			
Company (기업)	절대수익률 기준 투자등급 3단계	Buy (매수)	+15% 이상 기대	88.7%	2018년 10월 25일부터 당사 투자등급 적용기준이 기존 ±15%로 변경
		Hold (보유)	-15% ~ +15% 기대	11.3%	
		Sell (매도)	-15% 이하 기대		
		합계		100.0%	투자의견 비율은 2025. 1. 1 ~ 2025. 12. 31 당사 리서치센터의 의견공표 종목들의 맨마지막 공표의견을 기준으로 한 투자등급별 비중임 (최근 1년간 누적 기준. 분기별 갱신)