

# 유니크함 돋보이게... 패션업계 '캡슐 컬렉션' 뜬다

〈소량 상품을 한시적으로 선보이는 미니 컬렉션〉



칼라거펠트 크루즈 컬렉션. /CJENM 오쇼핑부문

**VW베라왕 '스테이케이션' 콘셉트**  
**옛지** 올해 첫 여름시즌 겨냥해 출시  
**칼라거펠트 '크루즈 컬렉션' 선택**

CJ ENM 오쇼핑 부문이 TV홈쇼핑 업계에서 생소했던 '캡슐 컬렉션'을 도입해 급변하는 트렌드를 반영, 패션 명가의 위상을 굳건히 한다.

캡슐 컬렉션이란 봄·여름(SS), 가을·겨울(FW) 단위로 발표하는 정규 컬렉션과 달리 소량의 상품을 한시적으로 선보이는 미니 컬렉션을 말한다. 주로 SPA브랜드에서 유행에 빠르게 대응하기 위해 이 같은 전략을 펼쳤으나, 최근에는 명품 브랜드 등 패션업계 전반에서 캡슐 컬렉션 붐이 일고 있다.

CJENM 오쇼핑부문의 단독 패션 브랜드 VW베라왕은 '스테이케이션(집 가까이에서 보내는 나만의 휴식)'을 콘셉트로 한 캡슐 컬렉션을 선보여 약 한 달간 60억원이 넘는 주문금액을 기록했다. 특히 '모던 웨지 부티'는 지난달 29일 방송에서 6400개가 판매되며 목표 대비 150%에 달하는 실적을 냈다.



옛지 스팅글 티셔츠. /CJENM 오쇼핑부문

또한 단독 패션 브랜드 옛지도 올해 처음으로 여름시즌을 겨냥한 캡슐 컬렉션을 내놨다. '옛지 스팅글 티셔츠'는 지난 1일 첫방송에서 주요 사이즈가 모두

품절됐다. 방송 1시간 만에 1만3000장이상 판매되며 10억원에 가까운 주문금액을 올린 것이다. 레터링 티셔츠 트렌드에 발맞춰 반짝이는 스팅글 레터링을 적용한 이번 제품은 오스트리아 렌징사의 프리미엄 모달과 면을 혼방해 부드러우면서도 흡수속건 기능이 높다.

옛지는 올 여름 셔링(주름)이나 레이싱 등 여성스러운 스타일이 인기를 끄는 점을 반영해 셔링 소매에 자수 레이스를 더한 '프렌치 블라우스' 등을 선보일 예정이다.

칼라거펠트 역시 올 여름 캡슐 컬렉션으로 '크루즈 컬렉션'을 선보인다. 크루즈 컬렉션은 명품 브랜드들이 추운 겨울에 따뜻한 곳으로 휴양을 떠나는 유럽 상류층을 겨냥해 만든 라인으로, 국내에서는 지난 2015년 샤넬이 동대문 디지털플라자(DDP)에서 크루즈 컬렉션 쇼를 열어 화제가 됐다. 당시 샤넬의 크리에이티브 디렉터(CD)였던 칼라거

펠트는 한복에서 영감을 얻은 옷을 선보이기도 했다.

칼라거펠트는 오는 11일 크루즈아트 워크를 담은 '썸머 아이코닉 실켓 티셔츠'를 판매한다. 천연소재 인기 트렌드에 발맞춰 고품질의 천연소재인 코마사면 100%를 사용했다.

이밖에 프랑스 본사에서 직수입한 킬링백(천과 천 사이에 솜 등을 넣어 박음질한 가방)과 에스파드류(삼베나 마 등 천연소재를 꼬아 바닥을 만든 신발)도 판매할 예정이다.

CJ ENM 오쇼핑부문 관계자는 "여름시즌은 패션업계 비수기로 꼽히는 만큼, 단독 패션 브랜드를 중심으로 트렌드를 발 빠르게 반영한 캡슐 컬렉션을 연달아 선보여 소비자 니즈를 충족시킬 것"이라며 "TV홈쇼핑업계 패션 경쟁이 치열해지는 가운데, 프리미엄 패션 명가 이미지를 굳히겠다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 명품 브랜드 '펜디' 컬렉션 전세계 최초 런칭

루이비통모에헤네시(LVMH) 그룹의 세계적인 명품 브랜드 '펜디'가 2019년의 새로운 컬렉션인 '로마 아모르' 컬렉션을 전 세계 최초로 롯데백화점에 선보인다.

펜디의 '로마 아모르' 컬렉션은 8일부터 21일까지 롯데백화점 에비뉴엘 본점 1층 펜디 매장에서 만나볼 수 있다.

이번 컬렉션은 밀레니얼 세대를 겨냥한 컬렉션으로, 네온(형광색) 컬러와 스트리트 룩의 느낌을 더해 기존의 펜디 컬렉션과는 확연히 다른 한층 젊고 생동감있는 스타일이다. 세계적인 그래픽디자이너 프렘(PREF)이 참여해 펜디의 로고를 활용한 그래픽을 만들어 그 그래픽을 토대로 완성한 컬렉션이기도 하다.

무엇보다도 펜디가 어떤 컬렉션을 한국에서 첫 런칭하는 것은 이례적인 일이며 이는 성장한 한국 명품 시장의 수준을 보여주는 것이다. 특히 이번 컬렉션이 밀레니얼 세대를 타겟으로 한 컬렉션인 만큼 최근 명품에 큰 구

**롯데백화점**  
**젊고 생동감 있는 컬렉션 선보여**  
**국내 명품 시장의 수준 성장 의미**

▼ 펜디 로마 아모르 컬렉션. /롯데백화점



매력을 보이고 있는 한국의 밀레니얼 세대와 Z세대를 겨냥한 것으로 판단된다.

펜디의 로마 아모르 컬렉션은 8일에 롯데백화점 본점에서 전 세계 최초이자 단독으로 런칭된 뒤 5월 중순 전 세계 주요 국가에 런칭된다. 여성의류, 남성의류, 잡화 등 펜디의 모든 라인을 선보이며 한국의 첫 런칭을 기념하며 롯데백화점 본점 펜디 매장의 리뉴얼도 새롭게 진행할 예정이다. 런칭 행사 이벤트 기간에는 펜디와 선글라스 브랜드 '젠틀몬스터'가 협업한 '젠틀 펜디' 선글라스도 만나볼 수 있다.

롯데백화점 김혜라 해외명품 부문장(상무)은 "세계적인 명품 브랜드가 밀레니얼 세대를 겨냥한 새로운 컬렉션을 서울에서 최초로 선보이기로 결정한 것은 최근 한국 시장 밀레니얼 세대의 명품 구매력이 크게 성장함을 보여준다"며 "올 한 해 롯데백화점이 이러한 세계적인 명품과의 협업을 적극 선보일 예정이다"라고 말했다. /신원선 기자 tree6834@



셀렉스 챌린지 참가자들이 광화문 인근 휘트니스센터에서 그룹PT를 받고 있다. /매일유업

## 매일유업, 임직원 위한 '셀렉스 챌린지'

직접 제품력 체험... 12주간 운영

매일유업은 임직원 건강 증진을 위한 '셀렉스 챌린지' 프로그램을 운영하고 있다고 7일 밝혔다.

'셀렉스 챌린지'는 작년 10월 선보인 웰에이징 영양 전문 브랜드 '셀렉스' 제품 출시를 기해 우수한 제품력을 사내 직원들이 체험할 기회 제공 차원에서 기획됐다. '셀렉스 챌린지'는 매일유업 임직원 100여명을 선발해 12주간 운영되는 프로그램이다. 셀렉스 제품을 먹으며 일주일에 3번 그룹PT를 받고 주기적으로 체성분 분석, 골격근 분석 등의 검사를 통해 참가자 본인의 신체변화를 직접 확인할 수 있다.

매일유업의 성인영양식 '셀렉스'는

파우더 형태의 건강기능식품인 '매일 코어 프로틴', 액상 형태의 '마시는 고단백 멀티비타민', 시리얼바 형태의 '밀크 프로틴바'로 구성되어 있다.

'셀렉스 매일 코어 프로틴'은 성인에게 부족하기 쉬운 단백질을 맛있게 간편하게 채울 수 있도록, 우유 4컵분의 동·식물성 단백질 18g을 함유하고 있다. 또한 필수아미노산 류신(Leucine) 및 근육과 뼈 건강을 위한 4가지 영양성분(칼슘, 마그네슘, 비타민D, 비타민B6)을 강화했다. 셀렉스 제품 구매는 셀렉스 전용 상담 창구 및 매일아이 사이트에서 가능하다. 전용 상담 창구로 전화하면 영양사로 구성된 상담원로부터 보다 전문적인 영양상담도 받을 수 있다. /박인용 기자 parkiu7854@

## 11번가, 손익개선 노력 끝에 흑자전환 달성

전략적 대응·효율적 마케팅 집행 효과

11번가 주식회사가 끊임없는 손익개선을 통해 2019년 1분기 영업이익을 달성했다.

7일 SK텔레콤의 분기보고서를 통해 공개된 11번가의 1분기 실적은 매출액 1569억 원, 영업이익 43억 원으로 흑자전환에 성공했다. 영업손익의 경우 분기 실적 기준 전년 동기대비 223억 원, 전분기 대비 220억 원이 개선된 숫자다.

11번가 측은 지난해 9월 신설법인으로 출범한 이후 손익개선을 위한 전략적인 노력들과 마케팅 비용의 효율적인 집행으로 영업이익 달성에 성공했다고 설명했다.

앞서 11번가는 2018년 매출액 6744억 원, 영업손실 678억 원을 기록해 올해 흑자전환을 목표로 했다.

11번가는 '커머스 포털'을 목표로 고객의 쇼핑경험을 개선해 상품검색부터 주문, 결제, 할인 및 배송까지 쇼핑의 모든 과정에서 편리함을 제공하는 윈스탑 솔루션을 만들어가고 있다. 소셜로 그린 서비스와 모바일 쇼핑에 최적화된 동영상 상품리뷰 강화, 메신저형태의 알림서비스 '11톡'까지 IT기술을 기반으로 고객이 신뢰할 수 있는 서비스를 제공하는데 초점을 두어 왔다.

또한 매달 11일, '월간 십일절'을 기획해 다양한 브랜드들과 협업을 경쟁력 있는 특가 제품들을 선보여 소비자에게 사랑받고 있다. /신원선 기자



**대상 청정원**  
**조미김 신제품 3종 선택**

대상 청정원은 조미김 신제품 명란바사삭 김, 명란바사삭 김자반, 슬림한 햇돌김을 출시했다고 7일 밝혔다.

'명란 바사삭 김'과 '명란 바사삭 김자반'은 고급 현미유를 발라 구운 김에 붉은 명란을 토핑한 조미김으로, 톡톡 씹히는 명란과 바삭한 김이 어우러져 독특한 식감을 즐길 수 있다. '슬림한 햇돌김'은 패키지 내 트레이를 없앤 슬림한 타입으로 만들어 여행이나 나들이에 간편하게 휴대할 수 있다. /박인용 기자

### 유통 단신

**롯데제과**  
**아이스바 '인투더피치바'**

롯데제과는 아이스바 '인투더피치바'를 선보였다고 7일 밝혔다. '인투더피치바'는 여름철 대표 과일인 복숭아를 주원료로 한 제품이다. 달달한 빙과류가 당기거나 상큼한 복숭아가 먹고 싶을 때 즐길 수 있는 고과즙 고품질의 아이스바 제품이다. '인투더피치바'는 복숭아 과즙을 100% 사용해 맛과 향을 제대로 느낄 수 있다. /박인용 기자

**스무디킹**  
**越南 인기음료 '코코 스무디'**

신세계푸드가 운영하는 스무디킹이 베트남 인기음료인 코코넛 커피와 명민을 스무디로 만든 코코 스무디 2종을 7일 출시했다. 코코넛 커피 스무디는 코코넛밀크, 코코넛 크림, 유기농 더치커피를 블렌딩해 은은한 커피향과 고소하면서도 부드러운 코코넛의 맛이 느껴지는 것이 특징이다. /박인용 기자

