

코로나19가 만든 新 패션 트렌드

집에서 멋내고, 패피는 방역템도 품나게

(패션피플)

집콕 늘자 보상심리로 옷 구매
홈웨어 매출 2배이상 '굉충'

빙거지 모자에 투명 가림막
'코로나 모자' 매출 8배 급증
고글·안경·의류관리기 '쑥'

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 국내 패션업계가 전반적인 매출 부진을 겪는 가운데 일부 코로나19 관련 패션 품목이 인기를 끌고 있다.

◆패션과 방역을 동시에

방역 마스크 구하기가 하늘의 별 따기 수준에 이르자 다양한 대체품목도 등장했다.

한 패션 업체는 필터형 면 마스크를 출시했다. 얼굴이 닿는 부위는 면 마스크로 제작됐으며 사이에 필터를 넣는 구성이다. 면 마스크 부분은 필요할 때 세탁하고, 필터는 매일 교체하면 된다. 일회용 마스크를 구하지 못하거나 일회용 마스크에 알레르기 반응을 일으키는, 또 패션에 민감한 이들에게 인기가 있다.

해당 마스크를 판매하는 업자는 "마스크 주문량이 밀려 배송이 지연되고 있다. 마스크는 코로나19 사태 전보다 900% 증가했고, 교체 필터 매출은 2000% 증가했다"며 "기능도 인정받지만, 디자인과 칼라가 다양해 젊은 연



SNS에서 코로나 모자 착용 인증사진을 쉽게 찾아볼 수 있다. 코로나 모자는 방역기능도 있지만 패션아이템으로 활용할 수 있다. /인스타그램 캡처

령층에 인기가 많다"고 밝혔다.

대체품목 중 가장 반응이 좋은 것은 얼굴 전체를 가리는 비닐이 씌워진 모자, 일명 '코로나 모자'다. 빙거지 모자의 차양 부분에 투명한 PVC(폴리염화비닐)가림막을 달아 침 등 감염의 매개체가 되는 비말을 피할 수 있도록 제작됐다. B 패션 업체는 코로나19사태 이후 코로나 모자 매출이 8배 이상 증가했다고 밝혔다.

코로나 모자의 인기가 높아지자 빙거지로 유명한 패션 모자 브랜드 W사는 정식으로 코로나 모자를 출시하기도 했다. W사에 따르면 정식 판매 전 예약판매 1차 생산분 주문이 모두 마감됐다.

'코로나 후드티' 또한 같은 방식으로 모자에 투명 PVC 가리개가 달려

있어 비말을 피할 수 있으며, 가리개를 분리해 착용할 수도 있다. 또한, 스키나 자전거를 탈 때 사용하는 운동용 고글과 안경도 감염병 전파를 막을 '방패'로 동원되고 있다.

코로나 모자를 구매한 황미희 씨(40대. 송파구 잠실동)는 "일회용 마스크를 구하기 어려운 점도 있지만 쓰고 버리는 마스크보다 가성비를 따졌을 때 코로나 모자가 훨씬 저렴하다"며 "시중에서 마스크가 4000원이라 일주일이면 약 3만 원의 비용이 든다. 반면 코로나 모자는 3만 원 정도에 구매할 수 있다. 코로나 사태가 언제 끝날지 모르는 상황에서 매력적인 제품"이라고 구매 이유를 설명했다.

◆밖에 못나가니 집에서라도 꾸미자
홈패션은 코로나19로 침체한 패션

업계에서 두각을 나타내는 몇 안되는 품목이다. 코로나19 여파로 외출을 꺼리고 집에서 시간을 보내는 시간이 길어지면서, 그에 대한 보상심리로 일부 소비자들은 잠옷과 속옷 등을 비롯한 이너웨어·홈웨어, 이부자리와 같은 홈패션, 인테리어 제품을 대신 구매하고 있다.

G마켓에선 최근 한달간 집에서 편하게 입을 홈웨어 매출이 전년 대비 86% 급증했다. A 홈패션은 지난달 목표대비 115% 매출을 달성했다고 밝혔다.

◆패션 관련 가전제품도 덩달아 인기

코로나19확산으로 위생에 관한 관심이 커지면서 일부 가전제품도 매출이 올랐다.

소량의 빨래를 자주 하기 좋은 소형 세탁기 '파세코 미니 클린'(2.8kg)의 2월 하루평균 매출은 전달보다 633% 신장했다. 홈플러스 측은 아기 옷이나 속옷 등을 간편하게 세탁하고 살기 위해 수요가 증가한 것으로 분석했다.

비슷한 이유로 의류관리기 매출도 코로나19 사태 전 매출보다 약 2배 높은 수치를 기록했다. 옷에 밴 냄새를 제거하고 주름을 제거하는 것이 스타일러의 메인 기능이지만, 살균 기능이 있어 코로나19 감염을 두려워하는 소비층에 매력적으로 다가온 것으로 보인다. /조효정 기자 princess@metrosoul.co.kr

블랙야크키즈

활동성 UP '2020 뉴 스쿨룩'

블랙야크키즈가 아이들의 활동성을 높여 주고 편안한 착용을 위한 실용적 특징이 돋보이는 '2020년 뉴 스쿨룩'을 출시했다고 5일 밝혔다. 이번에 출시된 제품은 간절기부터 봄까지 활용 가능한 'BK테크자켓'과 다양한 컬러와 아이템으로 크로스 코디가 가능한 '빔스 시리즈'로 구성됐다. 'BK테크자켓'은 기포 소재를 적용해 보온성이 뛰어나 간절기부터 봄까지 착용할 수 있는 사파리 기장의 바람막이 재킷이다. 방풍기능이 우수하고 생활 방수까지 가능해 일상 속 편리함을 제공한다. /조효정 기자



애경산업 케라시스

어드밴스드 앰플 스페셜케어

생활뷰티기업 애경산업의 헤어케어 브랜드 '케라시스'가 케라시스만의 고농축 앰플 처방으로 모발 영양을 탄탄하게 채워주는 '케라시스 어드밴스드 앰플 스페셜케어 2종(사진)'을 출시했다고 5일 밝혔다. 케라시스 어드밴스드 앰플 스페셜케어는 샴푸 후 헤어 영양 관리를 위해 트리트먼트 단계에서 사용하며 바르고 씻어내는 워시 오프 타입의 헤어 케어 제품으로 케라시스만의 노하우가 담긴 고농축 앰플을 함유했다. /조효정 기자



지플러스생명과학, 코로나19 백신 개발 착수

재조합 백신 후보물질 발현 확인
동물실험 검증 후 대량 생산 계획

(취)지플러스생명과학이 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 백신 개발에 본격 착수했다고 5일 밝혔다. 지플러스생명과학은 자사의 식물

기반 플랫폼을 통해 코로나19 바이러스의 재조합 백신 후보 물질이 식물에서 발현되는 것을 확인했으며, 이를 바탕으로 본격적인 동물 실험에 돌입한다고 전했다.

회사는 지난 1월 코로나바이러스의 유전자 정보가 공개된 직후 백신 후보

물질로 유망한 스파이크 단백질(spike protein) 부분을 선정하고, 해당 유전자를 식물세포 발현용으로 최적화시켜 인공 합성했다. 이후 합성된 유전자를 식물 발현 벡터에 삽입하는 재조합 DNA를 제작했고 이를 식물체에 전달해 단백질 합성에 성공했다. /조효정 기자

발현이 확인된 단백질은 현재 중규모 분리정제가 진행 중이며, 회사는 이르면 다음 주부터 동물 실험을 시작으로 본격 백신 개발에 나설 예정이다. 동물 실험에서 성공적인 결과가 도출되면 회사의 오송 식물호텔 시스템을 통해 백신 후보 물질을 대량 생산할 계획이다. 해당 시스템은 1회 생산 당 약 2만 회 투여 분의 단백질 양 산이 가능할 것으로 기대된다. /조효정 기자



인터파크

쥬얼리·뷰티 화이트데이 기획전

인터파크가 화이트데이를 앞두고 '쥬얼리 & 뷰티 프로모션'을 오는 15일까지 진행한다. 먼저 '로맨틱 악세서리' 쥬얼리 기획전을 통해 인기 브랜드를 한데 모아 최대 77% 할인 가격에 인기 상품을 선보인다. 주요 브랜드로는 스와로브스키, 판도라 쥬얼리, 로즈몽 등이 마련됐으며, 프로모션 기간 동안 매일 00시에 시크릿 추가 중복 쿠폰을 선착순으로 제공하여 더욱 저렴한 가격에 쥬얼리 상품을 구매할 수 있다. /신원선 기자

여의도성모병원 최우수 호스피스 전문기관 선정

가톨릭대학교 여의도성모병원은 최근 '2019 호스피스 전문 의료기관 평가'에서 최우수 의료기관으로 선정됐다고 5일 밝혔다.

여의도성모병원은 최근 보건복지부 주관 말기암 환자와 가족을 위해 호스피스를 전문적으로 제공하는 전문 의료기관을 대상으로 한 평가에서 92점의 우수한 성적으로 최우수 의료기관으로 뽑혔다.

평가기준은 ▲법적기준 준수 여부 ▲기관 운영의 적정성 ▲운영실적 ▲호스피스 완화의료 사업계획 및 실적 보고서 ▲생애말기 삶의 질 ▲치료·돌봄에 대한 만족도 등이며, 평가 점수가 90점 이상이면 최우수 의료기관으로 선정된다.

여의도성모병원은 지난 2015년 11월 12일 14병상 규모의 병동형 호스



가톨릭대학교 여의도성모병원 호스피스 완화의료센터 내부. /여의도성모병원

피스 완화의료센터를 오픈했다. 호스피스 완화의료학 의사, 간호사, 사회복지사, 자원봉사자, 영양사, 약사, 요법치료사 등으로 구성된 '가톨릭 호스피스 완화의료 전문팀'을 운영한다. 가정 의학과뿐만 아니라 혈액종양내과, 내과, 외과 등 관련 의료진들이 다학제 협진체계를 구축해 존엄한 임종을 맞이할 수 있도록 지원한다. /김민지 기자

마스크 착용 일상화에 '트리블 케어' 특수

CJ올리브영 매출 42% 급증

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 때문에 화장대 풍경이 바뀌고 있다. 마스크 착용이 일상화되면서 '트리블 케어' 화장품이 때어난 특수를 누리고 있는 것.

CJ올리브영은 지난 2월 1일부터 3월 4일까지의 매출을 살펴본 결과, '트리블 케어' 관련 상품 매출이 전년 동기 대비 42% 증가했다고 5일 밝혔다.

최근 코로나 19 확산 우려가 커지는 가운데, 일상 속 감염 예방을 위한 마스크 착용으로 피부 트러블 고민을 호소하는 소비자가 늘고 있는 것으로 분석된다. 피부가 마스크 접촉으로 자극을 받는 동시에 습도도 높아져 여드름, 뾰루지 등 피부 고민이 증가

한 것이다.

트리블 케어 제품은 일반적으로 황사, 미세먼지의 영향이 극심한 4월이나 무더운 날씨 탓에 과도한 피지 분비를 일으키는 여름철이 특수로 꼽히지만, 최근 이례적으로 수요가 높아져 눈길을 끈다.

상품군으로 살펴보면, 트리블이 발생한 국소 부위에 붙여 사용하는 '패치류'가 32%의 매출 신장률을 기록했다. 같은 기간 인기 상품 TOP 100에는 '케어플러스 상처케어 스팟패치' '넥스케어 블레미쉬 클리어 커버' '닥터원더 안티스팟 원더패치' 등이 이름을 올렸다. 자극받은 피부를 급히 진정 관리하려는 수요가 늘며 티트리 성분 마스크팩은 30%의 매출 신장률을 기록했다. /신원선 기자 tree6834@

대응계약, 발달장애인 위한 '코로나19' 쉬운 글 도서 배포

대응계약은 대표 사회공헌 프로그램 '참지마요 프로젝트'를 통해 신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19) 대한 발달장애인들의 이해를 돕는 쉬운 글 도서를 제작해 배포한다고 5일 밝혔다. 이번에 제작한 참지마요 프로젝트 '코로나19' 쉬운 글 도서는 바이어스에 대한 이해부터 감염 경로, 잠복기, 주요 증상 등을 담아 상대적으로 정보 습득에 대해 어려움을 겪는 발달장애인들도 적절한 대처가 가능할 수 있도록 했다. /김민지 기자 kmj@