

‘4세대 화장품 시대’... 롯데백 인플루언서브랜드 선봬

롯데백 ‘유어브랜드’ 단독 론칭

소유 ‘캣티시’
고양이눈매 연출 ‘아이라이너’ 출시
린지 ‘히파지시’
뉴트로 스타일의 매트립스틱 5종
여니엘 ‘엘드라쁘’
수분폭탄크림 등 스킨케어 브랜드



인플루언서 린지, 소유, 여니엘

/롯데쇼핑

밀레니엄 세대에 가장 핫 한 트렌드 중 하나인 인플루언서 화장품, 새로운 컨셉의 신박한 화장품이 매월 새롭게 런칭된다.

롯데백화점은 화장품업계 4세대 비즈니스로 불리며 기획단계부터 업계의 비상한 관심을 끌던 ‘유어브랜드’가 온라인 통합 커머스인 ‘엘롯데’를 통해 단독 런칭했다고 15일 밝혔다.

국내 화장품 시장은 2015년 13조원에서 2018년 15조원으로 지속적인 성장세를 보이고 있다. 면세점과 온라인 중심으로 지속 성장하는 국내 화장품 시장에 관해 기존 백화점 화장품 마켓은 정체 중이다. 화장품 시장의 높은 성장세에 비해 백화점의 화장품 매출 성장은

그 영향에서 다소 벗어나 있는 것이다. 롯데백화점의 경우 온라인 채널 확대로 인해 2030 고객 비중은 5년 전에 비해 10% 감소한 24% 수준을 유지하고 있다.

이에 롯데백화점은 2030 고객층의 선점을 위해 최근 트렌드를 반영한 인플루언서 기반의 화장품 시장으로 눈을 돌리고 있다. 화장품업계 4세대 비즈니스로 명명되는 인플루언서 뷰티 브랜드는 일반 고객들이 쉽게 따라할 수 있고 즉각적인 소통이 가능한 인플루언서

의 영향력을 바탕으로 영역을 확장하고 있다.

1세대는 기성화장품으로 아모레퍼시픽, LG생활건강이 있다. 2세대는 네이처리퍼블릭, 더페이스샵 등 중저가 화장품이며, 3세대는 닥터자르트, 아이소이 등 드럭스토어 판매 제품이다. 그리고 4세대가 인플루언서 뷰티 브랜드인 것.

‘유어브랜드’는 1년의 기획 기간을 거쳐 업계 최고의 전문가 그룹과 협업을 통해서 인플루언서들이 매월 지속적

으로 제품을 공급하는 뷰티 플랫폼이다. 인플루언서 마케팅과 커머스가 결합된 마케팅 플랫폼을 운영하는 ‘아이앰피랩’에서 기획을 전담하고, 국내 최대 화장품 ODM 제조사인 코스맥스, 국내 최대 유통기업인 롯데백화점이 협업을 통해서 운영된다.

‘유어브랜드’의 가장 큰 차별화 포인트는 각 셀럽들이 그동안 수많은 화장품을 사용해보고 리뷰하고 후기를 올리며 느꼈던, 가장 아쉬워했던 부분들을 자신들이 직접 개발에 참여하고 새롭게 보완하여 자신만의 노하우를 담은 새로운 기능의 화장품을 개발한다는 것이다.

국내에서 손꼽히는 화장품 제조사인 코스맥스가 생산/제조를 맡은 유어브랜드는 롯데백화점 엘롯데에 최초로 런칭하며, 향후 롯데백화점 오프라인 매장에서도 선 보일 예정이다.

‘유어브랜드’에서 먼저 선보이는 인플루언서는 소유, 린지, 여니엘이다.

패션모델 ‘소유’의 브랜드 ‘캣티시’는 고양이 같은(Cattish) 눈매를 연출해주는 아이라이너, 글리터라이너를 출시한다.

뷰티 크리에이터 ‘린지’는 ‘히파지시’라는 메이크업 브랜드를 런칭, 뉴트

로 스타일의 매트립스틱 (5가지 색상)을 선보인다.

뷰티/주얼리 디자이너 ‘여니엘’은 ‘엘드라쁘(Aile de la peau)’라는 고기능성 스킨케어 브랜드를 선보인다. 사벳크림 제형의 수분폭탄크림과 톤업크림을 만날 수 있다.

롯데백화점과 유어브랜드는 3월 13일 ‘엘롯데’를 시작으로 4월에는 롯데백화점 잠실점 온앤더뷰티 및 본점 영플라자 등 온라인과 오프라인에서 동시에 선보일 계획이다. 4월에는 새로운 뷰티 인플루언서 ‘벨그림’과 ‘지니브로’, ‘민트팩토리’ 등 추가 런칭 예정이다.

‘유어브랜드’는 매월 새로운 인플루언서들이 자신의 브랜드를 선보이게 된다. 향후 뷰티 인플루언서와 패션 크리에이터, 스포츠스타(야구선수, LPGA 프로골퍼 등), 패션모델 등 주목받는 셀럽들이 참여할 계획이다.

롯데백화점 정윤성 본부장은 “유어브랜드는 SNS에서 인기있는 셀럽들의 개성 있는 브랜드 컨셉과 다양한 제품을 보유하고 있어 새로운 화장품을 찾는 고객들에게 사랑 받을 것으로 기대한다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

디저트로 유행 뉴트로 열풍... 떡 3종 인기

이마트24, 냉장디저트 1·2위 차지
‘달콤초코찰떡’ 출시로 라인업 강화



한 퓨전 디저트 ‘달콤고구마찰떡’은 지난 달 냉장디저트 중 가장 많이 판매될 정도로 반응이 뜨겁다.

이마트24는 디저트 떡에 대한 소비자들의 니즈를 확인하고, 젊은 층의 입맛과 감성을 고려해 만든 ‘달콤초코찰떡’을 선보이며 디저트 떡 라인업을 강화한다.

달콤초코찰떡은 쫄쫄쫄쫄한 찰떡 속에 달콤한 초콜릿 앙금을 넣어, 젊은 층

의 취향을 반영한 퓨전 디저트 떡이다. 한 입에 쏙 들어가는 크기의 떡 6개(120g)가 한 세트로, 1~2명이 먹기 적당한 양으로 구성했으며, 초콜릿을 연상시키는 패키지와 디자인으로 젊은 감성을 더했다.

100% 국내산 찹쌀로 만들었으며, 여러 번 치대는 반죽과정을 통해 떡이 쉽게 굳지 않도록 개발해 남겨두었다 먹어도 쫄쫄한 식감을 즐길 수 있도록 했다.

전통 디저트 중 하나인 약과를 새롭게 재해석한 상품도 판매 중이다. 이마트24 ‘아임이 이천쌀로 만든 미니약과’는 한입에 먹기 좋게 동전 크기로 사이즈를 줄이고, 날개 포장지에 웃고 있는 이모티콘을 넣어 젊은 층의 취향을 반영했다.

/신원선 기자

G9 ‘봄맞이 제철식품’ 프로모션

수산물·나물·과일 등 할인 판매

꾸미 1kg’은 최종혜택가 1만8510원에, ‘통영 봉지명게 500g’은 최종혜택가 9210원에 각각 구입 가능하다.

이베이코리아가 운영하는 트렌드라이프 쇼핑사이트 G9(지구)가 16일부터 ‘봄맞이 제철식품’ 프로모션을 열고 영양만점 제철 수산물, 나물, 과일 등을 할인가에 판매한다.

G9의 프리미엄 식품 코너인 ‘신선지구’ 상품으로 구성해 전 상품 무료 배송 및 무료 반품 서비스도 제공한다. 행사 페이지는 16일 오전 9시에 오픈하며, 23일 오전 9시까지 진행한다.

먼저, 행사 전용 쿠폰을 제공한다. 이베이코리아의 멤버십서비스인 스마일클럽 회원에게는 7% 할인쿠폰을, 일반 회원에게는 5% 할인쿠폰을 증정한다. 해당쿠폰은 프로모션 기간 내 매일 ID당 1회 다운로드 받을 수 있다.

수산물 추천 상품으로, ‘제철 서해주

이외 인기 과일도 다양하게 선보인다.

‘강레오의 선택, 장성 설향딸기(800g)’는 최종혜택가 2만4090원에, ‘대저 찹쌀 토마토 2.5kg(5과~7과)’는 최종혜택가 1만8510원에 각각 판매한다. 3월 첫 출하를 마친 ‘산지직송 성주 참외 2kg(4~6과)’는 최종혜택가 1만4420원에 구매할 수 있다.

/신원선 기자

신세계백 “SNS 인기 디저트 한곳서 만나요”

이제이베이킹스튜디오 등 유명맛집 강남점에 팝업... 한정메뉴 등 선봬



이제이베이킹 스튜디오

최근 집에 콕 박혀있는 ‘집콕족’이 늘고 있다. 지루한 실내생활에 스트레스를 받는 사람들도 많아졌다.

‘디저트의 메카’ 신세계백화점 강남점은 집에서 카페처럼 달달한 케이크를 즐기고 싶은 고객들을 위해 유명 맛집을 모아 팝업으로 선보인다. 굳이 먼 곳까지 가지 않아도 한 곳에서 SNS 인기 디저트 쇼핑이 가능하다.

오는 16일부터 백화점 업계 최초로 만날 수 있는 ‘이제이베이킹스튜디오’는 국내 디저트 셰프 1인자인 이은정 셰프의 브랜드다. 이번에 강남점 지하 1층

장에서는 신세계에서만 한정으로 판매하는 3가지 테마의 초콜릿 메뉴를 선보인다.

성수동 핫플레이스로 꼽히는 ‘빅토리아 베이커리’도 오는 26일까지 강남점에서 만날 수 있다. 대구에 시작해 입소문을 타고 지난해 성수동으로 옮긴 빅토리아 베이커리는 외국 잡지에서 볼 수 있을만한 화려하고 이국적인 디저트를 만든다.

신세계백화점 최원준 식품담당은 “코로나로 ‘집콕’을 하는 사람들에게 달콤한 디저트는 스트레스 해소제가 될 것”이라며 “백화점 디저트 쇼핑으로 집에서 홈카페 라이프를 즐길 수 있길 바란다”라고 말했다.

/신원선 기자

오희 ‘미라클 모이스처 크림’ 대용량 에디션

LG생활건강은 오희의 ‘미라클 모이스처 라인’ 리뉴얼 출시를 기념해 ‘미라클 모이스처 크림 대용량 에디션(샤진)’을 선보인다고 15일 밝혔다.

새롭게 태어난 오희의 미라클 모이스처 라인 리뉴얼은 리본 문양을 모티브로 보석처럼 정교하게 세공한 디자인이 돋보이고, 고급스러운 프리미엄 실버컬러의 캡 디자인에는 오희 상징 문양이 수놓아진 듯 새겨져 특별함을 더했다.

오희의 미라클 모이스처 라인은 피부보습 장벽 강화에 도움을 주는 쉬폰 세라마이드TM 성분이 함유되어 피부가 마를 틈 없이 촉촉하고 투명한 피부로 가꿔주는 대표 보습 라인이다. 오희



는 미라클 모이스처 리뉴얼 출시를 기념하며 대표 제품인 ‘미라클 모이스처 크림’을 용량은 기존 60mL에서 100mL로 증량하고, 가격 측면 혜택을 더해 대용량 에디션으로 출시했다.

/조효정 기자