

# 코웨이 홈뷰티 출사표... 'LED 마스크시장' 美친 존재감

뷰티기기시장 2년 내 1.6조 전망  
렌탈업계 너도나도 시장 도전장  
LG전자, 셀리턴, 웰스 등 성장세  
렌탈업계 1위 코웨이도 진출  
리엔케이로 LED마스크 첫 선  
방문판매 네트워크 활용 기대



'웰스 LED 마스크 750'(위)과 '웰스 플라즈마 케어' 코웨이의 '리엔케이 LED 셀 마스크'.

발광다이오드(LED) 마스크를 중심으로 한 뷰티기기 시장이 급성장하고 있는 가운데 국내 생활가전업계 1위인 코웨이까지 가세하며 춘추전국시대를 맞이하고 있다.

LED마스크를 놓고 LG전자와 셀리턴이 양강구도를 형성하고 있는 가운데, 방문판매 감자인 교원그룹 웰스에 이어 이번에 코웨이까지 진출하며 향후 시장 판도가 어떻게 돌아갈지 관심이 쏠린다. 적외선 그릴로 잘 알려진 자이글도 앞서 'ZW C 산소 LED돔'을 출시한 바 있다.

10일 관련업계에 따르면 코웨이는 화장품 브랜드 리엔케이(Re:NK)를 통해

'LED 셀 마스크'를 최근 출시하며 홈뷰티 분야에서 포문을 열었다.

'리엔케이 LED 셀 마스크'는 피부에 따라 특화된 4가지 LED 불빛 파장을 이용해 피부 관리에 도움을 준다. 강력한 720개의 LED로 얼굴 전체를 빈틈없이 감싸고 눈에 해로운 블루 라이트도 사용하지 않았다.

또 균일한 빛으로 피부에 고른 효과를 줄 수 있도록 '점 발광'이 아닌 '면(面) 발광' 방식을 구현해 차별성을 더

했다. 특허받은 '근접광 확산 기술'을 적용해 LED가 면 형태로 여러 겹 확산·반사돼 피부의 세밀한 곳까지 충분한 에너지를 공급하도록 설계됐다.

코웨이 관계자는 "리엔케이 LED 셀 마스크는 임상 시험을 통해 4주간 사용 전후의 효과를 분석한 결과 피부톤, 각질, 진정, 보습, 탄력, 치밀도 등 다양한 항목에서 실질적인 피부개선 효과가 있는 것으로 나타났다"면서 "피부에 따라 4가지 모드를 설정할 수 있어 온 가족이

함께 사용하기에도 무리가 없다"고 설명했다.

가격은 129만원으로 일시불로만 판매하고 있다.

같은 생활가전사인 웰스는 코웨이보다 1년여 앞선 지난해 4월 LED 마스크를 출시하며 관련 시장에 뛰어 들었다.

'웰스 LED 마스크 750'은 제품명에서 알 수 있듯이 750개의 LED를 사용한다. 특히 LED는 근적외선, 빨간색, 파란색의 3파장으로 구성돼 피부의 표면부터 깊숙한 곳까지 관리할 수 있다. 무게도 390g으로 가벼워 착용하는데 큰 부담이 없다.

웰스는 이후 8월엔 피부 마사지기인 '웰스 플라즈마 케어' 2종도 추가로 내놨다. 웰스는 이들 제품 첫 출시 이후 지난 5월까지 3만5000대 정도를 판매했다. 올해 들어서도 매달 약 2000대씩을 판매하고 있다.

정수기, 비데 등을 방문판매하고 있는 생활가전사들이 LED마스크시장에 잇따라 진출하면서 강력한 판매망을 활용해

어떤 성과를 낼지 이목이 쏠리고 있다.

코웨이의 경우 제품을 판매, 관리하는 코디 인력만 1만3000여 명에 달하고 웰스도 2000명 정도의 웰스매니저가 있다.

업계에선 LED마스크를 포함한 국내 뷰티기기 시장 규모가 지난 2018년 현재 연간 5000억원 수준에서 2022년께는 1조6000억원까지 성장할 것으로 추산하고 있다. 이때문에 관련 시장을 놓고 갈수록 경쟁이 치열해질 전망이다.

LG전자와 함께 LED마스크 시장을 열었다고 할 수 있는 셀리턴은 시장이 빠르게 커가면서 2016년 당시 2억원 수준에 그쳤던 회사 매출이 37억원(2017년)→651억원(2018년)→1286억원(2019년)을 기록하며 회사 몸집이 폭발적으로 성장했다.

또 LG전자는 LED 관련 다양한 특허 등 원천기술력을 바탕으로 선보인 LG 프라엘이 꾸준한 인기를 누리고 있다. LG프라엘은 미국 식약처로부터 안정성과 효능을 인정받기도 했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

## 롯데, 영유아 발달진단·치료에 2억 '온정'

대한사회복지회의 등에 기금 쾌척

롯데는 복지시설 및 위탁가정, 싱글맘 어린 자녀들의 발달진단 및 조기치료 지원을 위해 총 2억원의 기금을 대한사회복지회, 보바스어린이의원에 전달한다고 10일 밝혔다.

발달진단 및 조기치료 지원사업은 발달 상태를 주기적으로 진단 받기 어려운 환경으로 인해 자칫 치료 시기를 놓칠 수 있는 영유아들을 대상으로 한 사회공헌활동이다.

롯데지주는 대한사회복지회의의 위탁 시설 네트워크, 보바스어린이의원 의료진과 인프라를 연계해 영유아들의 발달 상태를 진단하고, 치료가 필요한 경우 즉시 통원 또는 입원치료를 받을 수 있도록 지원할 계획이다. 롯데는 이달부터 오는 10월까지 약 5개월 간 총 4회에 걸쳐 50여 명의 영유아 발달상태 진단을 하기로 했다.

발달치료는 주로 롯데의료재단 산하 보바스어린이의원에서 수행하며, 영유



롯데는 10일, 서울 잠실 롯데월드타워에서 복지시설 및 위탁가정, 싱글맘 어린 자녀들의 발달진단 및 조기치료 지원을 위해 총 2억 원의 기금을 대한사회복지회와 보바스어린이의원에 전달했다. (왼쪽부터) 대한사회복지회 전태서 본부장, 보바스어린이의원 윤연중 원장, 대한사회복지회 김석현 회장, 롯데지주 오성엽 사장, 롯데의료재단 이봉철 이사장, 롯데의료재단 박종우 국장. /롯데지주

아 거주 지역과 거리가 멀어 원활한 치료가 어려운 경우 각 지역 발달치료센터 연계해 진행하기로 했다.

영유아 발달진단 및 조기치료 지원금 전달식은 10일 오전 서울 송파구 롯데월드타워 19층 EBC홀에서 진행됐다. 이날 전달식에는 김석현 대한사회복지회 회장, 이봉철 롯데의료재단 이사장, 윤연중 보바스어린이의원 원장, 오성엽 롯데지주 커뮤니케이션실 실장 등이 참석했다.

오성엽 롯데지주 커뮤니케이션실장은 "시의적절하게 진단과 치료만 받아도 정상적으로 성장해 나갈 수 있는데도, 환경상 그렇게 하기 어려운 영유아들이 많다는 얘기를 듣고 지난해부터 지속 지원하고 있다"며 "롯데는 저출산 시대를 맞아 아이가 태어나서 건강하게 성장할 수 있는 환경을 만드는 일에 관심을 갖고 있다"고 전했다.

/신원선 기자 tree6834@

## 까사미아, '디자이너스 컬렉션' 매장 확대

까사미아가 올해 초 선보인 신규 '디자이너스 컬렉션' 판매 매장을 늘리며 프리미엄 시장 공략을 더욱 강화하고 나섰다.

10일 까사미아에 따르면 고급화되고 있는 국내 리빙 시장 트렌드와 남다른 개성을 중시하는 소비자 요구에 맞춰 하이엔드 디자인 가구 컬렉션인 '디자이너스 컬렉션 by 파트리시아 우르퀴올라'를 지난 3월 론칭했다.

이후 까사미아는 더 많은 고객들이 디자이너스 컬렉션을 직접 만나볼 수 있도록 판매처를 기존 신세계강남점에



까사미아 부산 센텀시티점 전경.

곳에서 총 4개 매장으로 확대한다. 이달 초 부산 신세계센텀시티몰 내에 디자이너스 컬렉션을 전국 두 번째

로 연 이후 이달 중에는 대표 매장인 압구정점을 비롯해 서울 평창동 '가나아트센터'에서도 선보일 계획이다.

세계 디자인 시장에서 가장 영향력 있는 디자이너 중 한 명으로 손꼽히는 파트리시아는 '모로소', '알레시', '카르텔' 등 해외 유수의 가구 브랜드 및 프리미엄 브랜드와의 프로젝트에서 독보적인 존재감을 입증하며 전 세계 디자인 트렌드를 이끌고 있는 인물이다. 파트리시아와 까사미아가 함께 협업해 선보인 이번 컬렉션은 아름다움과 실용성을 겸비한 리빙 제품 31종으로 구성됐으며, 실용적인 소재와 색감의 믹스매치, 완벽한 실루엣으로 일상의 공간을 예술 작품과 같은 공간으로 채운다. /김승호 기자

## 제주 시멘트 운송 파업 매듭... 운임 인상

두 달 만에 일단락... 21.19% 올라

레미콘운송료 인상 움직임이 갈수록 거세지고 있는 가운데 제주에선 시멘트 원료를 나르는 운임이 21.19% 올랐다.

이에 따라 2개월 가량을 끌어온 화물연대 소속 제주지역 벌크 시멘트 트레일러(BCT) 운전사들의 파업이 마무리됐다.

10일 시멘트업계에 따르면 화물연대가 지난 4월 10일 시멘트 업체에 운송료 현실화를 요구하며 파업에 돌입한 뒤 세 차례 진행했던 협상이 결렬된 이후 중재에 나선 제주도의 직권 조정안을 지난 9일 오후 양측이 전격 수용하면서 일단락됐다.

이날 양측이 합의한 인상률은 삼표시멘트, 쌍용양회공업, 한라시멘트, 한국시멘트협회가 당초 내세웠던 12%보다 많은 21.19%다.

업계 관계자는 "이번 타결을 전적으로 환영하며 건설현장 공사재개, 건설 관련 노동자와 가족 생계 곤란 해소, 나아가 코로나19로 심각한 위기에 직면한 제주도 경기 회복에 기여할 수 있게 돼 다행으로 생각한다"면서 "아울러 시멘트 공급의 빠른 정상화를 위해 모든 노력을 기울여 나가는 동시에 앞으로도 제주도내 건설 및 레미콘업체 등 연관 산업의 발전과 상생을 통한 지속성장을 위해 노력할 것"이라고 전했다.

중재에 나선 제주도는 시멘트업계와 화물연대 양측으로부터 BCT 차주의 월별 매출액, 운송거리, 운송물량, 운송 횟수 등 수입 실태 자료를 받아 유가보조금 시스템에서 추출한 자료를 바탕으로 실태를 분석하고, 운송운임조정안을 마련했다.

/김승호 기자

## 청호나이스 "'올웨이즈' 공청기 흡쇼핑서 만나요"

청호나이스는 휴대용 공기청정기 '올웨이즈(사진)'를 흡쇼핑에서 판매한다고 10일 밝혔다.

10일과 15일 이틀간 CJ오쇼핑플러스에서 판매하는 '휴대용 공기청정기 올웨이즈'는 지난 3월 말 출시 이후 누적 판매 6000대를 돌파하는 등 호응이 좋은 제품이다.

제품의 전원 OFF시에도 실시간으로 주변 공기질을 체크해 공기질 '나쁨' 상태가 될 때 진동이 울리는 알람 기능이 특징이다. 또한 6cm 폭에 460g의 가벼운 무게로 휴대가 간편해 어디에서나 편리하게 사용할 수 있으며, 휴대용 공기청정기 최대 수준



인 약 20시간까지 연속 사용할 수 있다.

이번 흡쇼핑 방송에선 기존 휴대용 공기청정기 올웨이즈제품외에 스페셜 에디션 모델이 추가로 소개된다. 올웨이즈 스페셜 에디션은 청호나이스 모델임 영웅을 활용해 제작한 것으로 이번 흡쇼핑 방송을 통해 단독 판매된다.

흡쇼핑 방송에서 제품을 구매한 고객에게는 민트 색상의 측면커버와 공기청정기를 보관하는 파우치, 그리고 여분의 필터세트를 사은품으로 제공한다. '올웨이즈 스페셜 에디션' 구매 고객에게는 임영웅 포토카드 5종 세트도 추가로 증정한다. /김승호 기자