

# 얼굴 스캔하면 피부상태 따라 화장품 추천 '뷰티 혁명'

## AI 키오스크 등 스마트뷰티 시대 활짝

**룰루랩, AI 피부비서 '루미니'**  
개인 피부상태 맞춰 화장품 추천  
백화점·면세점·드러그스토어 입점

**뉴스킨, 화장품 조합 '에이지락 미'**  
화장품 덜어 쓸 필요없이 자동분사

4차 산업혁명이 도래하면서 최근 뷰티업계에도 기술혁명 바람이 불며 스마트 서비스 및 디바이스들이 주목받고 있다.

14일 업계 관계자에 따르면, 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 '집콕' 생활이 늘어나면서 집에서 혼자 미(美)를 가꾸는 이들이 많아졌고, 여기에 기술의 발전으로 관리 기기 및 서비스들도 고급화됨에 따라 신뢰도가 높아지고 있는 추세다.

뷰티 솔루션을 제공하는 스타트업 룰루랩에서는 화장 유무 등과 상관 없이 얼굴을 스캔하면 피부 점수 및 고민, 추천 화장품을 안내 받을 수 있는 피부 진단 키오스크를 개발했다. 바로 한 인공지능(AI) 피부 비서 '루미니'가 그것. 이 인공지능 피부 비서는 현재 백화점, 면세점, 드러그스토어 등에 입점해 있다.

루미니는 화장품 매장을 찾은 소비자가 거울을 보면 미러에 탑재된 인공지능이 피부를 자동으로 분석해 개인별 피부 상태에 맞는 화장품을 추천해주는 키오스크다. 얼굴 거리 감지 센서와 음성 안내 기능으로 인해 매장 직원의 도움 없이도 간편하게 피부 측정을 받을 수 있어 비대면·연택 시대에 어울리는 스마트 시스템이다. 또한 증강현실 기술도 갖춰 얼굴에 관리가 필요한 부위를 정확하고 보기 좋게 표시해주고 노화 정도를 파악, 얼굴 나이를 예측하기도 한다. 인공지능과 증강현실이 결합된 테크놀로지가 소비자들 더욱 빠르고 편리하게, 현명한 소비를 하도록 돕는 것이다.

더불어 셀프 뷰티족이 증가함에 따라 개인별·맞춤형 피부 디바이스 기기 제작에 공을 들이는 회사도 늘고 있다. 뷰티·헬스케어 전문이자 화장품 직관업체 뉴스킨은 매일 아침·저녁 하루 두 번씩 사용자의 피부 상태등을 고려해 화장품을 조합해주는 신개념 화장품 기기



뷰티 디바이스의 인기에 힘입어 뉴스킨은 내달 신제품 '에이지락 부스트'를 출시한다. /뉴스킨코리아

뉴스킨은 '사람마다 피부 상태나 피부 고민이 다른데 왜 같은 스킨케어 제품을 사용할까'라는 물음에서 에이지락 미를 만들었다고 설명했다.

특히 뉴스킨이 2년 전 출시한 대표 클렌징 상품 에이지락 루미스파 라인은 지난 상반기에 누적 판매 100억 달러를 돌파한 바 있다. 미국 직관 전문지 다이렉트셀링(DSN)이 선정하는 '2020 직접판매 글로벌 기업 100(2020 DSN Global 100)'에서는 글로벌 판매 7위에도 올랐다.

뷰티 디바이스 시장이 갈수록 커지고 있는 가운데 국내 화장품 제조 기업 아모레퍼시픽 또한 본격 가세하기로 해 경쟁이 치열해질 것으로 예상된다.

뷰티 디바이스 시장이 갈수록 커지고 있는 가운데 국내 화장품 제조 기업 아모레퍼시픽 또한 본격 가세하기로 해 경쟁이 치열해질 것으로 예상된다.

기계가 사용자의 피부 상태에 꼭 맞는 화장품을 조합해 내놓는다. 사용자가 화장품을 덜어서 쓸 필요 없이 손만 대면 자동으로 화장품을 분사하고, 화장하는 것을 잊어버린 날에는 기계가 '화장품을 바르라'는 메시지도 보내준다. 뉴스킨은 '사람마다 피부 상태나 피부 고민이 다른데 왜 같은 스킨케어 제품을 사용할까'라는 물음에서 에이지락 미를 만들었다고 설명했다.

특히 뉴스킨이 2년 전 출시한 대표 클렌징 상품 에이지락 루미스파 라인은 지난 상반기에 누적 판매 100억 달러를 돌파한 바 있다. 미국 직관 전문지 다이렉트셀링(DSN)이 선정하는 '2020 직접판매 글로벌 기업 100(2020 DSN Global 100)'에서는 글로벌 판매 7위에도 올랐다.

뷰티 디바이스 시장이 갈수록 커지고 있는 가운데 국내 화장품 제조 기업 아모레퍼시픽 또한 본격 가세하기로 해 경쟁이 치열해질 것으로 예상된다.

뷰티 디바이스 시장이 갈수록 커지고 있는 가운데 국내 화장품 제조 기업 아모레퍼시픽 또한 본격 가세하기로 해 경쟁이 치열해질 것으로 예상된다.

**인공지능 피부 비서, 루미니**  
2020. 9. 12. 17:04 고객님의 피부 측정 결과입니다.

피부 나이	피부 점수
22.5세	7.5점

가장 관리해야 할 피부 고민

모공

아주 좋아요! 당신의 피부점수는 7.5점입니다. 주름, 트러블, 붉은기, 온(는) 관리가 잘 되고 있으며, 모공은(는) 좀 더 관리가 필요해요.

관리가 필요한 부위

지난달 잠실의 지하 쇼핑센터에서 기자가 직접 체험해본 '루미니' 인공지능 피부 비서. 직접 결과 내용의 일부이다. /원은미 기자

# 신세계 스니커즈 편집숍서 생활용품 판다

편집매장 '케이스터디' 영역 확대  
성수동 와인바에 '호텔컨셉 팝업'  
베딩세트·파자마·러그 등 첫 소개



세계가 만든 스니커즈 편집매장 '케이스터디'가 라이프스타일까지 영역을 넓힌다. 스니커즈, 티셔츠 외 생활용품을 소개하는 건 이번이 처음이다.

신세계 케이스터디는 2017년 분더샵에 처음 문을 연 스니커즈 위주 편집숍이다. 'MZ세대'들의 놀이터로 알려진 이 공간에서는 다양한 협업 상품을 판매해왔다. 최근의(衣), 식(食)을 넘어 주(住)까지 영역을 넓히는 영 고객들을 위해 최신 트렌드의 라이프스타일 제품까지 직접 선보이는 것이다.

케이스터디는 오는 15일부터 한 달간 성수동의 한 와인바를 빌려 호텔 컨셉의 팝업 스토어를 진행한다. 글로벌 스트리트 브랜드 '차이나타운 마켓(CTM)'과 손잡고 식기류, 머그컵 등을 판

매하는 것이다. '호텔 케이스터디'라는 주제로 진행되는 이번 팝업에서는 호텔의 분위기에 맞게 베딩 세트, 파자마, 러그 등 상품도 처음으로 소개해 더욱 눈길을 끈다. 이색적인 공간도 특징이다. 기존 청담동 케이스터디 매장 대신 MZ세대 접근성이 좋은 성수동의 와인바 '로스트 성수'를 호텔 컨셉의 인테리어로 꾸미고 실제 호텔 객실 내에 비치된 비품을 구매하는 듯한 기분을 선사할 예정이다.

이다. 협업에 참여한 차이나타운마켓은 특유의 스마일 디자인과 함께 마이클 타이슨, 웨이크워 등 다양한 콜라보 상품을 선보이며 MZ세대들에게 인기를 끌고 있는 글로벌 스트리트 브랜드이다. 신세계는 글로벌 스트리트 브랜드와의 이색적인 협업 상품을 앞세워 패션 브랜드를 넘어 MZ세대들의 '도탈 라이프 스타일 브랜드'로 도약한다는 계획이다.

이번 팝업 스토어의 대표 상품은 케이스터디X차이나타운 마켓 티셔츠 5만 9000원, 베딩 세트 16만 8000원, 접시(4입 세트) 8만 9000원 등이다. 분더샵바이어가 직접 기획한 라이프스타일 상품도 팝업 기간 동안 만나볼 수 있다. 이색적인 상품 외에 팝업 기간 동안 '로스트 성수'와의 협업 음료도 한정 판매해 방문하는 고객들에게 풍성한 즐길 거리를 제공할 예정이다.

신세계는 글로벌 스트리트 브랜드와의 이색적인 협업 상품을 앞세워 패션 브랜드를 넘어 MZ세대들의 '도탈 라이프 스타일 브랜드'로 도약한다는 계획이다. 이번 팝업 스토어의 대표 상품은 케이스터디X차이나타운 마켓 티셔츠 5만 9000원, 베딩 세트 16만 8000원, 접시(4입 세트) 8만 9000원 등이다. 분더샵바이어가 직접 기획한 라이프스타일 상품도 팝업 기간 동안 만나볼 수 있다. 이색적인 상품 외에 팝업 기간 동안 '로스트 성수'와의 협업 음료도 한정 판매해 방문하는 고객들에게 풍성한 즐길 거리를 제공할 예정이다.

# '가을 플리마켓' 브랜드 상품 최대 70%

타임스퀘어-에이랜드, 맞손

복합쇼핑몰 경방 타임스퀘어는 디자이나 편집숍 '에이랜드(ALAND)'와 함께 가을 플리마켓 행사를 진행한다. 14일 밝혔다.

타임스퀘어 아트리움에서 오는 18일까지 실시하는 이번 행사에서는 여성복, 캐주얼, 애슬레저, 잡화 등 다양한 카테고리의 브랜드를 최대 70% 할인된 가격에 만나볼 수 있다.

먼저 여성복 브랜드 '플로티제'는 캐시미어 니트를 3만9000원, '플림'은 니트와 가디건을 역시 3만9000원부터 판매한다. '오픈제이'는 20F

W 신상품을 30% 저렴한 가격에 판매한다.

유니섹스 캐주얼 브랜드 '플렉진'은 에이랜드 단독 특가로 플리스를 3만 9000원, 데님을 5만 9000원에 내놓는다. 이외에 '비온드클로젯', '필루미네이트', '마크곤잘레스', '마하그리드'에서도 30~70% 할인된 가격으로 고객들을 맞이한다.

뿐만 아니라 애슬레저 브랜드 'OWO'와 '잇존어패럴', 잡화 브랜드 '착한구두'와 '아크앤씨엘', 기타 주얼리 브랜드에서도 최대 60%까지 낮춘 가격으로 다양한 패션 아이템을 선보인다.

타임스퀘어-에이랜드, 맞손

# 갤러리아 센터시티 131년 기록 사진전 '네이처스 오딧세이'

천안에 위치한 갤러리아 센터시티는 오는 15일부터 11월 12일까지 131년간의 놀라운 기록을 담은 내셔널지오그래픽 사진전 '네이처스 오딧세이(Nature's Odyssey)' 전을 진행한다.

갤러리아는 최근 환경 문제에 대한 고객들의 관심이 커지는 상황 속에서 환경 보호의 중요성을 다시금 알리기 위해 이번 행사를 기획했다. 이번 사진전은 센터시티 9층 아트홀에서 진행되며 테마별 존(ZONE)을 나누어 약 50여 개의 사진 및 영상을 통해 지구 보존의 메시지를 전달한다.

# 이마트, 1000여종 와인 최대 70% 할인

일주일간 역대 최대규모 '와인장터' 준비물량 전년 대비 약 20% 늘려

이마트가 15일부터 1주일간 전국 141개점에서 역대 최대 규모 와인장터를 연다.

이마트는 이번 하반기 와인장터를 통해 1000여종의 와인을 최대 70% 할인된 가격에 판매한다. 더 많은 고객들이 저렴한 가격에 좋은 와인을 맛볼 수 있도록 올해 와인장터 행사 준비 물량은 작년 대비 약 20% 늘렸다. 특히 올해 와인장터 중 '전점장터' 행사 상품 물량은 전년 대비 약 70% 확대했다.

전점장터 상품은 와인매장이 없는 점포에서도 저렴한 가격에 와인을 구매할 수 있도록 전국 모든 점포에 입점하는 행사 상품이다.

이마트는 전국적으로 와인장터 행사에 대한 수요가 꾸준히 높아지는 것을



감안해 올해 전점장터 행사 물량을 전년 대비 약 70% 늘린 총 45만병 수준으로 준비했다.

대표적으로 '앙드레 끌루에 드림 빈티지 2005, 2008, 2013'을 각 5만원에, 압도적인 가성비로 삼페인 입문에 적합한 '디디에 쇼팽 브뤼'를 3만원에, '베린저 파운더스 에스테이트 카버네 소비뇽/샤도네이/메를로'를 각 2만원에 전국 매장에서 판매한다.

## 유통단신

### 하이트진로

### '미니팩 소주' 출시

하이트진로가 진로 미니 팩소주(사진)를 출시하고 가정시장 마케팅 활동 강화에 나선다고 14일 밝혔다. 이번에 출시하는 진로 미니 팩소주는 대형할인마트 기준 1000원 미만으로 구입 가능한 소주 제품이다. 휴대성이 강화된 컴팩트한 사이즈로 언제 어디서나 쉽고 편리하게 즐길 수 있다. 전국 마트에서 10월 4주차부터 순차적으로 만나볼 수 있다.



/조효정 기자

### 오뚜기

### 아임스틱 잼 딸기·사과

오뚜기가 1회용 날개 포장으로 더욱 간편한 '아임스틱 잼 딸기'와 '아임스틱 잼 사과(사진)'를 10입으로 14일 출시했다. 오뚜기 '아임스틱 잼'은 취식과 보관, 활용이 간편한 1회용 스틱팩으로 스푼이나 나이프가 필요했던 기존 제품과는 차별화된 새로운 제품이다. '아임스틱 잼'은 한 개씩 빼먹을 수 있는 슬림한 스틱형태로 합들게 유리병을 열거나 스푼을 설거지해야 하는 부담 없다.



/조효정 기자

/원은미 기자

/신원선 기자