

네오팜, '아토팜' 아시아 넘어 세계 스킨케어 시장 공략

중 샘스클럽에 마일드선크림 입점
입소문에 내달 추가 3차분량 출고
美 코스트코 온라인몰에 'MLE크림'
일명 '빨간뚜껑 크림' 육아템 등극

네오팜의 민감 피부 스킨케어 브랜드 아토팜이 독자적인 기술력과 우수한 제품력을 바탕으로 글로벌 스킨케어 시장 공략에 나서고 있다.

코로나19로 인해 위축된 시장 분위기 속에서도 아토팜은 브랜드 성장을 위해 해외 시장 유통 채널 확장을 준비해 글로벌 사업 확대를 도모하고 있다.

지난 3월 아토팜은 중국 내 샘스클럽



김양수 네오팜 대표. /네오팜

31개 전 지점에 마일드 선크림을 입점한 뒤 오는 7월에는 추가 3차 분량 출고

를 앞두고 있다. 글로벌 유통업체 월마트의 자회사인 샘스클럽은 코스트코와 함께 세계 2대 회원제 창고형 할인점이다. 아토팜 마일드 선크림은 중국 현지 소비자들 사이에서 입소문을 얻었다.

중국의 스킨케어 시장은 지난 5년간 연평균 10%이상의 성장률을 기록하면서 아토팜은 선크림 외에도 로션, 워시 등 스킨케어 제품군을 확대 입점하는 방안을 협의 중에 있다.

또한, 지난 5월에는 까다로운 심사를 거쳐 미국 코스트코 온라인몰에 MLE크림을 입점하며 본격적인 미국 시장 진출을 알렸다. 아토팜 MLE크림은 국내 육아 커뮤니티에서 일명 '빨간뚜

껑 크림'으로 불리며 육아 필수 아이템으로 알려진 제품으로, 미국 소비자들에게도 관심을 얻으며 인기리에 판매되고 있다. 현지 반응에 힘입어 아토팜은 이달 말에 2차분 물량을 출고할 예정이다.

뿐만 아니라 러시아 최대 온오프라인 유아용품 판매사 Kenguru와 협업을 통해 러시아 시장 내 아토팜 제품 판매를 확대할 예정이다.

이외에도 아토팜은 최근 티몰 네오팜 글로벌 공식 매장, 필리핀 쇼피 매장, 일본 Qoo10, 싱가포르 아마존 등 해외 유명 이커머스 플랫폼 입점을 통해 점진적으로 유통 채널을 확대해 나가고

있다. 아토팜은 K-뷰티에 대한 해외 소비자들의 관심이 증가함에 따라 글로벌 이커머스 플랫폼 중심으로 한 유통 채널 확장과 마케팅으로 현지 고객을 적극 공략해 나간다는 방침이다.

김양수 네오팜 대표는 "아시아 시장을 넘어 미국과 러시아를 비롯한 유럽 등 글로벌 시장에서의 유통 채널 다각화, 고객 커뮤니케이션을 통해 아토팜의 인지도와 경쟁력을 강화하고 있다"며 "글로벌 경기 회복세에 발맞춰 아토팜이 K-뷰티를 대표하는 글로벌 스킨케어 브랜드로 성장할 수 있도록 임지를 다져 나가겠다"고 포부를 밝혔다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

스파오, 온라인몰서 '멤버스위크' 개최

선착순 타임세일 등 25일까지

이랜드월드에서 운영하는 SPA 브랜드 스파오가 온라인 공식몰 스파오닷컴을 통해 다채로운 프로모션으로 구성된 '멤버스위크'를 개최한다.

스파오에서 준비한 멤버스위크는 18일부터 7일간 스파오닷컴 회원을 대상으로 진행되는 온라인 단독행사이며 래플 이벤트, 선착순 타임 세일 등의 혜택을 누릴 수 있다.

래플 이벤트는 매일 오전 9시부터 오후 6시까지 운영되며 스파오 공식몰 애플리케이션에서 로그인 후 참여할 수 있다.

해당 이벤트는 응모에 당첨된 사람에게 아이폰, 애플워치, 배달의 민족 50만 원권 등 누구나 좋아할 상품을 1000원에 구매할 기회를 제공한다.

매일 오전 10시에는 선착순 타임 세일이 진행된다. 스파오 인기 상품인 해리포터, 나혼자산다 등 컬래버레이션 잠옷과 티셔츠, 여름 기능성 청바지 쿨진, 쿨테크 이너웨어 등 7가지 상품을 파격적인 가격에 만나볼 수 있다.



이외에도 스파오의 여름 세일 이벤트 '오세일'도 온·오프라인 동시에 진행되며 파자마, 쿨테크 이너웨어, 반팔 티셔츠 등 여름 상품을 최대 50% 할인된 가격에 선보인다.

스파오 관계자는 "멤버스위크는 여름철 필수품 쿨테크 라인부터 컬래버 제품까지 합리적인 가격 만나볼 수 있도록 준비했다"며 "이번 행사를 통해 시원하고 완벽한 여름을 준비하길 바란다"고 말했다.

한편, 멤버스위크 프로모션 기간에 기존 회원과 신규 회원 모두 15% 할인 쿠폰을 증정하며, 출석체크 이벤트로 무료 배송 쿠폰과 적립금 1만 원을 지급하는 이벤트도 열린다.

/원은미 기자

코웨이, '정보보호 관리체계' 인증 획득

7년연속... 보안체계 안전성 검증

코웨이가 한국인터넷진흥원(KISA)으로부터 '정보보호 관리체계(ISMS)' 인증을 획득했다.

20일 코웨이에 따르면 '정보보호 관리체계(Information Security Management System)' 인증은 기업의 정보 보안 시스템이 주요 정보자산의 유출과 피해를 방지하고 안전하게 운영되고 있음을 심사하는 제도다. 정보보호 관리과정 및 운영 시스템, 통제 정책 등 100여 개 인증 기준에 대한 적합성 평가를 통과한 기업에게 부여된다.

코웨이는 지난 2014년 첫 인증을 획득한 후 매년 진행되는 사후 심사를 7년 연속 통과하며 보안 체계의 안전성을 검증 받았다. 이번 심사로 2024년까지 인증 자격을 이어가게 됐다.

코웨이는 통합 IT 전담부서인 DX센

터를 중심으로 정보보호 관리 시스템을 구축하고 보안 인프라를 지속적으로 확장하며 디지털 역량 강화에 나서고 있다.

특히 정보보호 위험 관리 및 고객 개인정보보호 향상을 위해 선제적으로 대응 체계 고도화에 집중하며 높은 수준의 서비스 안전성과 신뢰도를 확보하고 있다. 최근에는 세계적 권위의 국제 표준 보안 인증인 'ISO/IEC 27001'을 획득하며 글로벌 관리 기준 우수성을 인정받았다.

코웨이 관계자는 "국내외 유수의 공인 인증기관으로부터 정보보호 경영 시스템 운영 능력을 검증 받으며 IT 경쟁력 강화에 힘쓰고 있다"며 "빠르게 변화하는 보안 환경 속에서 고객들이 안심하고 코웨이의 스마트홈 서비스를 이용할 수 있도록 정보보호 관리체계를 더욱 공고히 해나가겠다"고 말했다.

/김승호 기자

롯데백, 와인 3500여종 최대 80% 할인

'상반기 와인 결산전' 행사 진행
백화점·아울렛서... 물량 30% ↑

롯데백화점이 전국 27개 백화점과 아울렛에서 상반기 최대 와인 할인 행사를 진행한다. 올해 상반기 베스트 와인을 포함해 약 3500여종, 50억원 물량의 와인을 최대 30~80% 할인하며, 롯데백화점 단독 출시 신상품 와인과 와인잔 등 와인 관련 용품의 할인 행사도 함께 선보인다.

코로나19 이후 대세가 된 '홈술' 트렌드로, 올해 롯데백화점 1~5월 와인 매출은 35% 신장했으며, 2~3만원대 가성비 데일리 와인 수요증가와 수백만원 호가하는 올드빈티지 고가와인까지 고른 성장세를 보였다.

24일을 시작으로 전국 27개 롯데백화점과 아울렛에서 진행되는 '21년 상반기 와인 결산전' 행사는 작년 상반기 행사 대비 물량을 30% 늘리고, 올해 상반기에 소비자들에게 가장 많은 사랑을 받은 인기 와인을 모두 모아 최대 30~80% 할인된 가격에 선보인다.

우선, 상반기 가격대별 인기 와인을 선정하여 할인에 할인을 더한 특별 행사로 판매한다. 1~3만원대 와인으로는 금양의 이탈리아산 '신렌타 플레지오네', 우리와인의 뉴질랜드산 '오이스터 베이 소비뇽 블랑', 국순당의 이탈리아산 '디 스테파니 프로세코 밀레지마토' 등 레드와 화이트, 스파클링 와인까



롯데백화점 본점 와인 매장에서 고객이 와인을 고르고 있다.

/롯데백화점

지 다양하게 선별하였다. 금양의 이탈리아산 레드와인 'F 네그로아마로'와 우리와인의 칠레산 '에스쿠도호오리진'으로 대표되는 5만원대 와인과 함께 칠레 프리미엄 와이너리 가문, '에라주리츠'의 최정상 아이콘 와인인 '돈 막시미아노' 등 프리미엄 와인도 최대 할인가로 만나볼 수 있다.

이번 와인 결산전에는 오직 롯데백화점과 아울렛에서만 구매할 수 있는 단독 상품과 신규 와인을 출시, 와인 애호가들의 발길을 붙잡을 예정이다.

우선 국순당은 스테이크와 궁합이 좋은 '나파 컷 까베르네 소비뇽'을 3만9000원에 롯데 단독으로 출시하며, 나라셀라는 미국에서 가장 아름다운 와이너리로 알려진 '파 니엔테'의 싱글 빈야드 와인 4종을 롯데 단독으로 선보인다. 특

히, 이번 행사에는 '돈 멜초' 매그넘(1.5L)사이즈 4종을 단독 소싱하여 롯데온 내 롯데백화점몰을 통해 온라인 단독 사전예약 판매한다. 또 전세계에서 가장 많이 쓰는 와인잔으로 알려진 '쇼트스위젤'과 라이프스타일 하이엔드 크리스탈 브랜드 '오레포스'의 와인잔 특별 기획 세트를 할인 판매하는 행사도 진행한다.

롯데백화점 박화선 주류바이어는 "이번 상반기 와인 결산전 행사는 올해 상반기 소비자들에게 가장 사랑받은 와인들과, 처음으로 선보이는 단독 출시 및 한정소싱 와인 등 약 3500여종의 와인을 준비했다"며, "다양한 종류의 와인을 합리적인 가격에 구매해, 주변의 소중한 사람들과 함께 행복한 시간을 보내길 바란다"고 전했다.

/신원선 기자 tree6834@

신한카드, 참신한 글판 여름편 문구 공개

블루스퀘어 신한카드홀 외벽에 설치

신한카드는 서울 이태원로의 블루스퀘어 신한카드홀 외벽에 설치된 '참신한 글판' 2021년 여름편 문안을 선정했다.

대상으로 당선된 '여름아~ 있는 힘껏 더워져 바라, 나도 마음껏 뜨거워질 테니'의 문구가 오는 8월 말까지 게시할 예정이다.

신한카드는 지난달 10일부터 23일까지 2주간 일반 시민들을 대상으로 참신한 글판 문안 공모전을 실시했다. 활기

차고 시원한 여름을 느낄 수 있는 공감 문구를 주제로 진행한 이번 공모전에는 2500개가 넘는 문구가 접수됐으며, 대상 1작품, 최우수상과 우수상을 각각 2작품씩 선정했다.

그 중 문슬기 씨의 창작문구가 대상을 차지했다. 대상 당선자 문 씨는 "여름을 어떻게 이겨내면 좋을까 하는 고민에서 시작해 스스로의 열정으로 무더위보다 뜨거운 사람이 된다면 두렵지 않을 것"이라고 생각했다"며 "모두가 지친 코로나19 상황을 이런 희망적인 마

음가짐으로 이겨내보자는 메시지도 함께 전달하고 싶었다"고 전했다.

신한카드는 일상 속 쉽가 되어줄 공감 메시지를 모두와 함께 만들고자 향후에도 가을편, 겨울편 등 참신한 글판 문안공모전을 정기적으로 개최할 예정이다.

신한카드 관계자는 20일 "참신한 글판을 통해 시민들에게 잠시나마 소소한 즐거움과 따뜻한 희망을 줄 수 있도록 노력하고자 한다"며 "더불어 지역 사회에 도움이 될 수 있는 환경 보존에 대해서도 지속적으로 고민함으로써 신한금융그룹의 ESG경영과 함께 할 것"이라고 밝혔다.

/이영성 기자 ysl@