



[산업] SK C&C 2040년 넷제로 선언 08



Life

[라이프] 여름에도 와인매출 '고공행진' L1



탄력 잡고 밀도 채우고 얼굴 위한 아이크림 뷰티시장 주름잡다



AHC '아이크림 포 페이스' 시리즈 전체 제품 이미지. /AHC

하루에도 수백개의 신제품이 출시되는 뷰티업계는 그야말로 소리없는 전쟁터다. 이런 화장품 홍수 속에도 10년 가까이 꾸준히 사랑받는 아이크림 제품이 있다.

에스테틱 노하우를 담은 컨템포러리 화장품 브랜드 AHC의 '리얼 아이크림 포 페이스'는 아이크림 효능으로 얼굴 전체의 탄력을 관리하고 싶은 소비자의 마음을 단번에 사로잡으며, 2012년 출시 이후 현재까지도 사랑을 받고 있다.

'리얼 아이크림 포 페이스'는 눈가에만 바르던 아이크림을 얼굴 전체에 바르게 하는 등 화장품 시장의 판도를 바꾼 제품으로 평가받고 있다. 아이크림의 효능으로 얼굴 전체의 탄력을 관리하고 싶은 뷰티 고관여자들의 니즈를 충족시키며 출시 10년차를 맞이한 지금도 높은 판매량을 기록하고 있다.

지난 2월 화장품 단일 시리즈로는 놀라운 기록인 누적 판매량 1억개를 돌파했으며, 올해 초 새롭게 선보인 신제품도 주요 홈쇼핑 히트상품 1위로 선정되는 등 기염을 토했다.

메가히트 브랜드 탄생스토리

AHC '아이크림 포 페이스'

◆에스테틱 클리닉의 비법을 담아 출발

'리얼 아이크림 포 페이스'는 AHC만의 에스테틱 노하우로부터 탄생했다. AHC는 1999년 에스테틱에서 시작한 브랜드로, 에스테틱과 피부과를 넘어 소비자와 보다 가까이 만날 수 있는 대중적인 브랜드가 되길 원했다. 에스테틱 노하우의 결정체를 담은 제품이 바로 '아이크림 포 페이스'였다.

AHC는 수많은 여성들의 피부를 직접 케어하며 얻은 피부에 대한 이해와 에스테틱 클리닉의 노하우로 최신 피부과학, 독자적 성분배합기술, 최적의 사용법까지 모두 고려해 '리얼 아이크림 포 페이스'를 개발했다고 밝혔다.

AHC 측은 "베스트셀러 '리얼 아이크림 포 페이스' 시리즈는 '얼굴 전체에 바르는 아이크림'을 구현하기 위해 차별화된 사용법과 우수한 성분, 효능을 담았다"며 "아이크림 하나만 발라도 안티에이징을 누릴 수 있는 고품질의 차별화된 제품을 합리적인 가격으로 대중에게 선보이려 했다"고 전했다.

◆10년동안 성실하게 업그레이드

AHC는 자사의 안티에이징 노하우, 엄선된 성분, 특허 기술로 유호 성분 입자를 모공보다 작게 쪼개 피부 흡수력을 높이는 등 소비자 기대에 부응하는 뛰어난 제품력을 계속해서 선보였다.

2012년 1월 피부의 탄력 강화와 효율적인 영양 공급을 돕는 '리얼 아이크림 포 페이스'로 시작한 해당 제품은 다음해 브라이트닝 성분으로 피부를 밝혀주는 톤업 안티에이징 아이크림, 그 다음해 고농축 영양성분을 담은 탄력 안티에이징 아이크림으로 변화해왔다.

지난 2016년에 초미세 수분입자로 피부속을 가득 채워주는 기술을 적용해 영양 안티에이징 아이크림으로 업그레이드 했으며, 2019년에는 100% 인체 유사 콜라겐 추출 공법을 제품에 도입했다. 올해는 20대 피부 환경에 많이 존재하는 바이옴을



AHC '유스 래스팅 리얼 아이크림 포 페이스' 제품 이미지. /AHC

은 AHC가 선보이는 아홉번째 업그레이드 아이크림으로, 지난 시즌 대비 두 배 더 많은 인체 유사 콜라겐에 엘라스틴에 인체 유사 펩타이드 성분까지 더했다. 이로 인해 피부 탄성과 밀도, 리프팅에 도움을 줘 강력한 트리플 탄력 케어를 선사한다.

또한 특허 받은 초미세 마이크로 공법으로 아이크림 흡수력을 높였다. 초고압, 초미세, 초소피드로 3단계에 걸쳐 이전 시즌 제품 대비 더 작아진 모공의 1/500 사이즈로 아이크림 입자를 쪼갬다. 초미세화된 아이크림 입자들은 피부 각질층 10층까지 깊숙이 흡수된다.

AHC 관계자는 "이 아이크림 하나가 스킨, 로션, 에센스, 크림의 4가지 스킨케어 단계보다 효과적인 안티에이징을 돕는다는 것이 인체적용 시험을 통해 입증되었을 뿐 아니라 7가지 주름 개선, 기미, 주근깨, 잡티 등 색소침착 개선, 마스크 마찰에 의한 자극을 진정시켜 주는 것 또한 증명됐다"고 설명했다.

◆홈쇼핑·온택트 등 양방향 소통 통해 인지도 ↑

해당 아이크림 제품은 지난해 CJ오쇼핑에서는 '김혜수 아이크림'으로 알려지면서 날개돋친 듯 팔려나갔다. 소비자들에게 여배우 크림으로 입소문 나면서 1회 방송에 평균 1만 세트가 판매된 기록도 세웠다. GS홈쇼핑에서도 AHC 아이크림이 전체 제품 중 판매 1위에 올랐을 정도다.

AHC는 또한 '유스 래스팅 리얼 아이크림 포 페이스' 론칭 행사를 온택트로 진행하며 브랜드 앰버서더인 배우 김혜수, 오연서, 조보아를 참석시켜 소비자들과 실시간으로 소통하기도 했다. 줌 라이브를 통한 신개념 '인터랙티브 온택트(쌍방향 온라인 대면)' 행사로 주목 받았다.

이에 더해 AHC 아이크림 셰어박스를 리미티드 에디션으로 제작, 선물을 받은 사람이 또 다른 사람에게 선물을 주며 따뜻한 나눔을 실천할 수 있도록 마케팅 활동을 펼쳤다. 대표 모델인 김혜수가 영상 나레이션에 참여하기도 한 셰어박스 캠페인은 SNS에서 '좋아요' 2만 2000개 이상을 기록하며 공감을 얻었다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

얼굴 전체에 바르는 아이크림
2012년 출시해 업계 판도 바꿔
지난 2월 누적 판매 1억개 달성

매년 노하우·수요 반영해 출시
9번째 제품, 트리플 탄력케어 선사
7가지 주름 개선·피부 진정 효과

원료화한 'AHC 20s 바이옴(트웨니스 바이옴)'을 넣은 '유스 래스팅 리얼 아이크림 포 페이스'를 내놨다.

시즌1 '리얼 아이크림 포 페이스'부터 시즌9 '유스 래스팅 리얼 아이크림 포 페이스'까지 매년 달라지는 환경과 수요를 반영해 제품을 발전시켰으며, '아이크림 포 페이스' 시리즈의 신제품을 발표하는 론칭 행사마다 새로운 뷰티 트렌드를 제시해왔다.

◆아홉번째 아이크림 '유스 래스팅 리얼 아이크림 포 페이스'
'유스 래스팅 리얼 아이크림 포 페이스'



바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 한국 탁구 단체전, 최강 중국 4강서 만날 가능성 ↑ /사진 뉴시스
▲ 개막 하루 앞두고 선수촌서 하루 최대 4명 확진자 발생

▲ 기성용 '11년 만에 친정 FC서울 복귀'
▲ 남자프로배구도 선수 2명 확진...컵대회 관창을까



▲ 테니스 권순우, 올림픽 1회전 세계 53위 티아포와 격돌
▲ 류현진, 25일 메츠전 출격...시즌 10승 정조준 /사진 뉴시스