



3040 벤처 CEO 열전 아크메드라비 구재모·구진모 공동대표

창업 초기부터 국내·외 동시 공략 3년만에 연매출 750억 '성공 신화'

구진모 대표

구재모 대표

아크메드라비(ADLV, acme de la vie)는 자본금 300만원으로 시작해 3년 만에 연매출 750억원 규모로 성장한 패션 기업이다. 창업 초기부터 개성있는 디자인을 바탕으로 국내 시장 공략과 더불어 글로벌 시장을 겨냥함으로써 빠르게 성공을 이룰 수 있었다. 구재모, 구진모 공동대표는 시그니처 아이템을 기획하고 국가별 진출 전략을 세우는 등 아크메드라비의 성공 신화를 이끌었다.

◆쌍둥이 형제의 환상적인 파트너십

현재 구재모 대표는 아크메드라비에서 브랜드 경영 전체를 담당하고 있고, 구진모 대표는 디자인 팀을 맡아 선도하고 있다.

쌍둥이 형제인 구재모·구진모 대표는 지난 2017년 아크메드라비 론칭 전까지 동대문에서 패션 관련 이력을 쌓았다. 각각 동대문 밀리오레에서 10여 년 넘게 해외명품, 스트리트패션 브랜드 병행수입사업 등을 운영하며 패션 업계에 몸담아 왔다.

형제는 각종 스트리트 캐주얼 브랜드와 하이-럭셔리 브랜드에 대한 감각을 기반으로 2017년 가을 아크메드라비를 출범시키고 대표 상품으로 도넛으로 얼굴을 가린 아이들의 사진이 프린팅된 '베이비페이스 라인', 다양한 스타일과 유니크한 아트웍 기법을 활용한 '아트웍' 라인, 화려하고, 액티브하고, 명료한 디자인의 '로고플레이' 라인 등 티셔츠들을 선보였다.

특히 구진모 대표를 중심으로 한 유니섹스 오버핏 기반 브랜드 전개와 고품질의 그래픽 및 질 좋은 원단을 적용한 하이 퀄리티 스트리트 캐주얼룩이 특징이다.

그밖에 심슨가족, 케어베어, 킹 오브 더 힐 등과의 콜라베이션 의류 및 셋업, 아우터 등의 영역까지 확장해 감각적인 스타일을 MZ 세대 및 해외 소비자들에게 제안 중이다.

아크메드라비는 창업한 해인 2017년 매출 4억원부터 시작해 2018년 매출 48억원을 거뒀는데, 2019년의 국내외 매출 합계는 750억원대로 추정되며 1000억원대 브랜드에 오른 것으로 분석된다.



아크메드라비 롯데백화점 동탄점 전경.

/아크메드라비

시그니처 아이템, 국가별 진출 전략 ▶ 하이스트리트 브랜드 랭킹 톱 선정 감각적 디자인·부담 없는 가격 인기 올해 백화점 매장 오픈... 입지 확대

◆일찍 준비한 해외 진출

아크메드라비는 전면에 사랑스러운 아기 얼굴을 메가 사이즈로 담은 '베이비페이스' 라인으로 세상에 알려졌다. 유명 셀럽들이 이 옷들을 선택한 것이 계기가 됐다. 이후 해외에서 캐주얼 스트리트 마니아들의 꾸준한 사랑을 받으며 중국, 싱가포르, 말레이시아 등지에서 아시아의 하이스트리트 브랜드로 랭킹 톱에 선정됐다.

특히 2019년 9월 중국 다롄에 첫 오프라인 매장을 낸 것을 시작으로 현재까지 중국 내에서만 총 29개의 매장을 오픈했

다. 다롄에 위치한 유통 전문 업체 본드 스트리트와 중국 해당 지역 내 아크메드라비 관련 계약을 체결, 직진출 사업을 추진한 것이다.

중국 내에서는 이러한 온라인 및 오프라인 채널 확대를 통해 지속적인 매출 성장세를 보이고 있다.

업계에 따르면, 최근 한국에서만 찾아볼 수 있는 독특한 브랜드를 선호하는 중국 소비자들을 아크메드라비가 충족시켰다. 감각적인 디자인과 동양인에 맞는 핏(가봉), 부담 없는 가격을 앞세워 인기를 끌고 있다.

중국 외에 호주, 싱가포르, 필리핀 등에도 국내외 50여개의 매장 오픈이 예정되어 있다. 2021년 5월에 호주 멜버른에 처음으로 오프라인 매장을 오픈하고, 향후 추가 오픈 및 필리핀 매장 오픈을 앞두고 있다.

지금까지 아크메드라비의 매출 대부분이 해외에서 발생했다. 구재모 대표는 "면세점 매출이 국내로 귀속이 되기에 국내 매출 비중이 70%, 해외 비중이 30%이다"며 "면세점 매출을 해외 매출로 지표를 한다면, 전체 매출 중 해외 매출이 사실상 90% 정도 된다"고 말한 바 있다.

아크메드라비는 해외 고객들의 수요를 유지하기 위해 트와이스, 송민호, 산다라박, 현아 등 K-팝 유명 가수를 모델로 기용하고 매체 광고를 비롯해 연예인 협찬을 가용할 수 있는 범위 내에서 진행 중이다.

◆국내 유통 채널 확장

해외 인기를 발판으로 아크메드라비

는 국내 유통 채널 확대에도 공격적으로 힘을 쏟고 있다. 2019년 1월부터 롯데면세점, 신라면세점, 신세계면세점, 현대면세점에 입점해 국내외를 오가는 고객들에게 인지도를 쌓은 데 이어 지난해 7월부터는 본격적으로 백화점 매장을 오픈하면서 내수 시장에서의 브랜드 입지를 넓히고 있다.

롯데백화점 본점을 시작으로 신세계 백화점 스타필드하남점, 대구점, 의정부점, 롯데백화점 본점, 부산본점, 인천 터미널점, 동탄점, 현대백화점 목동점, 갤러리아백화점 타임월드점에 오픈하며 총 11개의 전국 백화점으로 채널을 확대했다.

올 하반기 오픈 일정만 해도 현대 목동점, 신세계 의정부점, 롯데 동탄점, 신세계 대전점, 그리고 이달 들어 롯데 김포공항점이었다. 청담동 쇼룸 등을 포함하면 국내 매장은 총 23개 점이 된다.

이는 코로나19 시국에 오프라인에서 철수하는 상당수 국내 의류 브랜드와는 차별화한 행보다.

구재모 대표는 "최신 유행과 경험을 중시하고 자신을 위한 소비를 아끼지 않는 MZ세대 구매 트렌드를 반영해 오프라인 매장을 확대했다"며 "하반기에도 백화점 매장 등을 통해 접근성을 강화하겠다"고 전했다.

백화점 측의 입점 러브콜이 이어지고 있는 아크메드라비는 브랜드 인지도 상승으로 내수에서도 2배 신장된 매출을 기록 중이다.



아크메드라비 대표 라인인 '베이비 페이스' 제품 이미지.

/아크메드라비

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr