피부고민에 맞춤 솔루션 착착… 화장품업계, 초개인화 박차

아모레퍼시픽
개인 맞춤형 앰플 활용 토너 제조
고운세상코스메틱
온라인 피부건강 확인 서비스
로레알그룹 AI뷰티 디바이스 공개

로레알그룹 맞춤형 스킨케어, 립스틱, 파운데이션 제조 디바이스. /로레알

AI기반 립 추천 '립 팩토리 바이 컬러 테일러' 서비스 /아모레퍼시픽

화장품 업계가 고객별 맞춤형 뷰티 제품과 비대면 솔루션 등으로 미래 성장 동력을 마련한다.

16일 업계에 따르면 코로나19 여파로 화장품 업계가 어려워지고 온라인 소비 트렌드가 성행하면서 이같은 제품 및 기술이 업계의 차세대 '캐시카우'로 떠오르고 있다.

아모레퍼시픽은 올해 '초개인화 뷰티 솔루션' 강화에 박차를 가한다. 아모레퍼시픽은 세계 최대 가전·정보기술(IT) 박람회인 CES에서 혁신상을 3년 연속 수상하는 등 관련 기술을 보유한 상태다.

올해엔 뇌파로 사람의 감정을 분석하고 이를 반영한 향과 색의 입욕제를 즉석에서 로봇이 만들어주는 솔루션, 피부 상태를 측정하고 맞춤 솔루션을 제공, 피부 개선 효과를 모니터링할 수 있는 통합 플랫폼으로 혁신상을 수상했고, 지난해에는 인공지능(AI) 기술을 적용해 개인별 피부 색상에 어울리는 입술 색상을 추천 및 립 제품을 바로 만들어주는 기술, 개인별 피부 고민에 맞는 효능을 갖춘 앰플을 활용해 즉석에서 토너를 제조하는 제품 등을 선보였다.

아모레퍼시픽은 디지털 기술과 고객 데이터를 바탕으로 개개인을 위한 최적의 고객 경험을 설계하고 있으며, 고객 접점에서 맞춤형 화장품 등 초개인화 뷰티 솔루션을 발전시켜나갈 예정이다.

서경배 아모레퍼시픽 회장은 신년사에서 "맞춤형과 비대면 솔루션 등 미래 성장의 기반을 구축하는 것이 시급하다"고 강조한 바 있다.

고운세상코스메틱은 고객이 언제 어디서나 온라인으로 피부 건강을 확인하고, 추천 제품을 간편하게 구매까지 할 수 있도록 한다.

더마코스메틱 브랜드 닥터지를 운영하는 고운세상코스메틱은 최근 홈페이지에 '올인원 피부 멘토링 서비스'를 도입, 홈페이지 전면에 ▲닥터지 피부유형 테스트 ▲1:1 스킨멘토링 ▲1:1 성분 분석 서비스 ▲마이 스킨 히스토리를 배치해 고객 피부유형 테스트부터 솔루션, 솔루션 이력까지 한눈에 살펴볼 수 있게 했다.

약 36만 빅데이터에 기반해 발전시킨 스킨 리포트를 통해 피부 건강에 관한 인사이트를 제공한다. 특히 'For U(포유)' 카테고리에서는 고객 개개인을 위한 추천 제품들을 피부 고민별로 제안해준다.

고운세상코스메틱 측은 앞으로 고객의 피부 고민에 부합하는 전문적인 콘텐츠 개발 및 서비스 향상을 위해 노력할 계획이다. 실제로, 매년 연구개발(R&D)에 30억원 가량을 투자하고 있던 고운세상코스메틱은 인공지능과 빅데이터 활용에 박차를 가하고 있다.

글로벌 톱 뷰티 회사로 손꼽히는 로레알그룹은 기술과 과학을 결합해 보다 개인화되고 포용적이며 지속가능한 뷰티 경험을 확장해 나갈 계획이다.

올해 들어 휴대가 간편한 가정용 염색 디바이스 '컬러소닉(Colorsonic)'과 헤어살롱용 AI 뷰티 디바이스 '컬러라이트(Coloright)'를 공개했다.

컬러소닉은 소비자들이 직접 약제를 혼합하고 머리카락에 골고루 도포해야 하는 셀프 염색의 어려움을 해결하기 위해 5년 이상의 연구개발을 통해 탄생한 디바이스로 내년 초 미국에서 상용화될 예정이다.

컬러라이트는 전문가를 위한 인공지능(AI) 헤어 컬러 시스템으로 고객이 원하는 맞춤형 모발 색상을 생성하는 헤어살롱용 디바이스다. 특허 받은 알고리즘으로 다양하고 정확한 색상을 제공해 보다 나은 경험을 선사한다.

이밖에 로레알그룹에서는 초개인화 시대를 맞이해 스킨케어, 립스틱, 파운데이션 방면으로 온도, 자외선, 공기, 습도를 파악한 후 그날의 피부 상태에 맞게 제품을 만들어서 사용할 수 있도록 똑똑한 뷰티 디바이스를 내놓고 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

롯데百, '프리미엄 그로서리' 품목 확대

"설 명절, 지중해 오일로 건강 선물하세요"

지난해 설 대비 세트품목 50% 확대
싱가폴 TWG TEA 선물세트 등 구성

롯데백화점은 올해 설 선물세트 특선집의 '프리미엄 그로서리 세트' 품목을 지난해 설 대비 50% 늘리고 페이지 구성도 2P에서 4P로 늘렸다고 16일 밝혔다. '프리미엄 그로서리'가 MZ세대들을 중심으로 큰 인기를 끄는 데 따른 결정이다.

코로나19의 장기화는 '건강'을 전세대 막론한 주요 관심사로 만들었다. 아울러 집에서 보내는 시간이 길어지면서 직접 요리를 하는 사람들이 늘어 프리미엄 식자재 수요도 높아졌다.

롯데백화점은 이번 설 프리미엄 그로서리 선물세트를 대폭 늘렸다.

롯데백화점에 따르면 프리미엄 식자재 매출은 20년, 21년 연평균 35% 이상 신장했다. 21년 프리미엄 식자재를 구입한 2030세대 매출은 20년 대비 50% 이상 고신장 했으며, 특히 음식을 통해 해외 여행에 대한 대리 만족을 느끼는 MZ세대의 영향으로 향신료 등 이색 소스의 경우 2030세대의 매출 구성비가 70% 이상 차지하는 것으로 나타났다.

롯데백화점은 이번 설 선물세트에 프리미엄 그로서리 세트 품목을 구성하며 지중해식 요리 필수인 오일 세트 등을 마련했다. 건강에 대한 관심과 MZ세대들의 '차(TEA)'문화에 대한 관심을 반영해, 처음으로 싱가폴 프리미엄 티 브랜드인 TWG TEA 선물세트 등도 구성했다. /김서현 기자 seoh@

이마트, 고급 식재료 선물세트 라인업 강화

프리미엄 오일 세트 9종 등 판매

그로브 아보카도 오일세트 /이마트

올해 설, 이마트가 '프리미엄 오일 세트' 등 고급 식재료 세트 판매 확대에 나선다고 16일 밝혔다.

먼저 이마트는 작년 설 3종이었던 프리미엄 오일 세트를 올해 9종으로 확대했다.

이마트는 올해 설 처음으로 스페인 왕실에서 주 요리재료로 선택하고, 전 세계적으로고급 조미료로 각광받는 '오로바일렌 엑스트라버진 올리브오일 세트'를 선보였인다.

'오로바일렌 엑스트라버진 올리브오일 세트'는 방부제, 산화방지제 등 첨가물 없이 순수 올리브를 추출하여 생산, '유로리프'(Euro-leaf)' 유기농 인증을 받은 상품이다. 화학비료를 사용하지 않은 자연친화적 재배를 통해 수확부터 추출까지 2시간 안에 생산하여 산도가 낮고 신선도가 높은 것이 특징이다.

아울러 이마트는 열 발생을 최소화하는 냉압착 공법으로 추출해 영양소를 최대한 보존한 '그로브 아보카도 오일 세트'도 내놨다.

이외에, 이탈리아 모데나 지역 포도원료를 5년간 나무통에서 숙성시켜 독특한 맛과 향이 일품인 '대체코 1호 세트' 등도 마련했다. /김서현 기자

GS프레시몰 "'프레시빅데이' 시그니처 행사로"

내일부터 이틀간 최대 91% 할인

GS프레시몰이 브랜드 이름을 전면에 내세운 '프레시빅데이'를 시그니처 행사로 키운다고 16일 밝혔다.

프레시빅데이는 매월 1주, 3주차 화요일 오후 5시부터 수요일 오후 5시까지 진행하는 연내 고정 행사다. 고객 구매 데이터 및 시즌을 고려해 수백여종을 행사 상품을 연중 최저가 수준에 선보인다.

지난 5일부터 이틀간 진행한 첫 번째 프레시빅데이 매출은 최근 1년 행사의 평균 실적 대비 매출은 98% 늘었고, 신규 회원 가입은 4배 급증했다.

GS프레시몰은 오는 18일부터 이틀간 두 번째 '프레시빅데이' 행사를 개최하고, 200여종의 품목을 최대 91% 할인 판매한다.

행사 상품 규모는 첫 번째 행사보다 30% 가량 확대했다.

/김서현 기자

원할머니 보쌈족발

요기요 3000원 할인 행사

원할머니 보쌈족발이 올해도 배달앱 프로모션을 이어간다.

원할머니 보쌈족발은 1월 한 달간 배달앱 요기요를 통해 3000원 할인 프로모션을 진행한다고 16일 밝혔다.

이번 프로모션은 2022년에도 많은 고객들이 원할머니 보쌈족발과 함께 힘찬 한 해를 보내길 바라는 마음을 담아 기획한 것으로 '솜씨보쌈' 등 원할머니 보쌈족발의 인기 메뉴로 구성된 것이 특징이다. /신원선 기자 tree6834@

현대백화점면세점 '퍼스트브랜드 대상' 수상

면세점 부문 1위 차지

현대백화점면세점이 '2022 대한민국 퍼스트브랜드 대상' 면세점 부문에서 1위를 차지했다고 14일 밝혔다.

올해로 20주년을 맞은 대한민국 퍼스트브랜드 대상은 매년 전국 소비자 조사와 전문가들의 평가, 심의를 통해 각 분야에서 한 해를 선도할 기대되는 1위 브랜드를 선정하고 시상한다.

현대백화점면세점은 올 한해 코로나19로 해외 출국이 어려운 상황 속에서도 MZ세대와의 일상 속 소통 강화를 위해 메타버스 기술을 활용한 '현대백화점면세점 월드' 오픈하고, 업계 최초로 친환경 포장재를 도입하는 등 다양한 고객 맞춤 서비스를 선보인 것이 이번 평가에 주효했던 것으로 분석했다.

/김서현 기자