

카페에서 립스틱을 판다고?... 참신하긴 한데 전문성 '글썄'

**유통가 너도나도 뷰티시장 진출
할리스 화장품 사업 뛰어들어
단기간 관점 접근 우려 목소리**

유통이나 패션 기업 등에서 뷰티를 신사업으로 도입한 사례가 외식업까지 확대되는 등 화장품 브랜드 론칭이 영역을 가리지 않고 발생하고 있다. 보다 전문성을 가져야 한다는 지적도 나온다.

18일 업계에 따르면 카페 브랜드 할리스가 뷰티 굿즈인 '할리스 레드 벨벳 립'을 공개하면서 유통·뷰티업계 및 소비자들의 관심이 집중되고 있다. 업계에서는 할리스가 립 메이크업 제품 출시를 기점으로 화장품 사업에 뛰어든 것으로 보고 있다.

할리스는 최근 카페를 넘어선 라이프 스타일 브랜드를 표방하며 캠핑, 골프, 조명 등 다양한 라이프스타일 굿즈를 내놓았다. 이번에 내놓은 '할리스 레드 벨벳 립'은 할리스가 최초



'할리스 레드 벨벳 립' 제품 이미지. /할리스

로 선보이는 립스틱 굿즈로 할리스 공간의 따뜻한 분위기를 모티브로 개발했다. 커피를 마실때의 입술에 닿는 부드러운 촉감과 느낌을 립스틱으로 구현한 것이 특징이다.

할리스 관계자는 "립스틱은 손쉽게 원하는 분위기를 연출할 수 있는 뷰티 아이템 중 하나로, '할리스 레드 벨벳 립'을 통해 할리스가 가진 분위기를 소비자들이 일상에서도 경험할 수 있도록 했다"면서 "할리스의 첫 립스틱인 만큼 심혈을 기울여 만들었다"고

설명했다.

이처럼 외식업체도 뷰티 제품 판매에 나선 것은 코스맥스를 비롯한 제조사가 있고, 타깃층인 MZ 세대를 공략 가능하며, 원가가 저렴하기 때문으로 분석된다.

할리스의 해당 제품도 화장품 제조업자개발생산(ODM) 업체인 코스맥스가 제조했다. 또한 화장품은 대부분의 유통사가 주요 타깃 고객 및 잠재 미래 고객으로 삼고 있는 MZ 세대가 비교적 친밀하게 사용하는 소비재 중 하나다.

화장품 전문가는 "화장품의 재고 소진이 다른 물품에 비해 상대적으로 유리하고 원가는 판매액의 10~15% 수준으로 이익률 역시 높다"는 것 역시 화장품 신사업 진출 증가의 이유로 꼽았다.

그러나 전문성이나 소비자 니즈를 충족할만한 개성을 지니지 못하면 포화 상태인 뷰티 시장에서 오랜 기간 살아남을 수 없다는 것이 업계의 시각이다.

일례로 패션 기업인 코오롱FnC에서는 대세 콘셉트로 자리 잡은 '클린 뷰티'를 내세우며 재작년 탄생시킨 라이브와이즈 브랜드 운영을 이달 말 마무리 짓는다. 지난 11월부터 오프라인에서 철수가 진행 중이며 화장품 시장이 치열하다보니 내린 선택과 집중 전략의 일환이다.

정용진 신세계그룹 부회장이 공들여 만든 화장품 브랜드 '스톤브릭'은 레코 콘셉트로 주목 받았지만 3년도 못가 시장에서 철수했다. 신선함으로 소비자들의 주목을 끌었지만 장기적으로 가져갈만한 콘텐츠나 기능성은 없었다는 지적이 나온다.

뷰티 분야 화장품의 경우 브랜드 안착에 최소 3년에서 5년이 필요하지만, 이 기간을 채우지 못하고 영업을 종료한 브랜드들이 생기면서 화장품 사업을 쉽게 보거나 장기적이 아닌 단기적인 관점으로 접근하는 경우가 많다는 우려의 목소리도 들린다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

대웅제약

**브이올렛 론칭 심포지엄서
턱밀 지방 개선 시술법 공유**

대웅제약이 의료진들을 대상으로 브이올렛의 우수성과 효과적인 시술법을 알렸다.

대웅제약은 지난 15~16일 서울 삼성동 코엑스 인터컨티넨탈 호텔에서 '브이올렛 론칭 심포지엄 서울'을 의료진 80여명의 참가 속에 성료했다고 18일 밝혔다.

브이올렛 론칭을 기념해 많은 의료진들이 축하영상을 보내오기도 한 이번 심포지엄에서는 턱밀 지방 개선 시술에 필요한 학술강의가 진행됐다. 한승호 이화여대 의대 교수는 '턱밀 부위 해부학 강의'를 맡아 의사들이 가장 궁금해하는 것 중 하나인 시술부위의 해부학적 지식을 공유했다. 이양원 건국대 병원 피부과 교수는 브이올렛 3상 임상결과 및 케이스 리뷰'를 통해 임상 데이터와 사례를 기반으로 브이올렛의 턱밀 지방 개선 효과를 리뷰했다.

/이세경 기자

LF, 모든 유통·판매 채널에 RFID 도입

(무선 주파수 인식)

**온·오프라인 쇼핑 연계 강화
재고 관리 효율성 향상 기대**

LF가 차별화된 온·오프라인 연계 쇼핑 경험을 제공하기 위해 제품 재고 관리 혁신의 일환으로 전 매장에 RFID(무선 주파수 인식) 시스템을 도입했다고 18일 밝혔다.

LF가 전자 차원에서 도입한 RFID 기술은 무선 주파수를 통해 수 미터의 원거리에서도 상품에 부착된 태그를 인식하고 정보를 주고받을 수 있는 비접촉식 정보인식 기술이며 개별 상품

별로 별도의 아이디를 부여해 관리할 수 있다.

기존에 활용되던 바코드 방식에서는 불가능했던 개별 상품 단품별 관리뿐 아니라 재고 관리 효율성을 향상시켜 생산공장부터 매장까지 공급망 전반에서 실시간으로 가시성을 확보할 수 있는 것이 특징이다.

제조 경쟁력 제고부터 소비자 경험 개선까지 RFID 기술의 이점이 증명되면서 전 세계 다양한 산업에서 적극적으로 도입하고 있다.

LF는 이번 시스템 구축을 통해 해

지스, 닥스, 질스튜디오트뉴욕 등 직접 기획·전개하는 모든 브랜드의 상품 재고 관리 정확도를 99.9% 수준으로 끌어올렸다. 개별 발급된 고유번호를 기반으로 생산된 제품이 소비자에게 도착하기까지 이어지는 모든 과정에서 이력 정보를 보다 정확하게 확인 및 수집한다.

이로써 플래그십 스토어부터 가두 매장, 아울렛 매장 등 모든 판매 채널에서 결품율을 최소화하고 재고 가용성을 높이는 등 효율적인 관리가 가능하다.

이를 바탕으로 LF는 온·오프라인 채널을 유기적으로 연결해 보다 쾌적하면서도 풍부한 쇼핑 경험을 제공하는 계획이다.

고객이 원하는 제품의 재고 현황을 빠르게 확인해 대기 시간을 단축시키거나 함께 활용하기 좋은 아이템을 추천해줄 뿐만 아니라, 라이프스타일 전문몰인 LF몰에서 고른 제품을 매장에 방문해 입어볼 수 있도록 준비하는 등 맞춤형 서비스를 선보이며 O4O 쇼핑 경험을 극대화시킬 예정이다.

/원은미 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공



씨젠, 한 달간 이스라엘에 진단시약 510만명분 수출

분자진단 전문기업 씨젠이 지난 12월 말부터 이달까지 약 한달 동안 510만명이 검사 받을 수 있는 분량의 진단시약을 이스라엘에 수출한다. 지난 달 170만명분에 이어, 이번 달에 340만명분이 예정돼 있다.

이스라엘의 진단시약 수요가 급증한 것은 최근 일일 코로나19 신규 확진자가 2만명을 넘어서는 등 연일 최고치의 확진자가 발생하고 있기 때문이다. 이스라엘 인구가 약 900만명임을 감안하면, 씨젠의 최근 한달 간 수출 물량은 전체 인구의 약 57%가 검사 받을 수 있는 양이다. 이스라엘에서는 최근 겨울철 독감환자까지 증가하고 있다. 현지에서는 독감(플루)과 코로나19를 합친 '플루로나'라는 용어까지 회자되고 있는 실정이다.

코로나19와 다른 호흡기질환이 동시 유행하는 '트윈데믹'에 유용하게 활용될 것으로 기대된다.

/이세경 기자

SK바이오사이언스, 코로나백신 임상 3상 모집 마쳐

시험 대상자 6개국 4037명 모집

SK바이오사이언스가 개발 중인 코로나19 백신의 마지막 임상이 시작된다. SK바이오사이언스는 코로나19 백신 후보물질 'GBP510'의 임상 3상 시험 대상자 모집을 완료했다고 18일 밝혔다.

GBP510의 임상 3상 참여자는 만 18세 이상 성인 총 4037명으로 국내에서 570명, 유럽, 동남아, 오세아니아 등 해외 5개국에서 현지인 3467명이 모집됐다. 국내 임상은 고려대 구로병원 등 총 16개 기관이, 해외 임상은 비영리 국제기구인 국제백신연구소(IVI)가 협력해 진행 중이다.

SK바이오사이언스는 지난해 8월 국내에서 임상 3상 시험 첫 투약을 개시한 후 국내 대상자에 대한 투약은 2차까지 모두 마친 상태다. 국내 대상자의 임상 검체는 현재 질병관리청 국립보건연구원과 IVI를 통해 중화항체를 측정하는 효능 평가 단계에 진입



SK바이오사이언스 '안동 L하우스'.

했다. 국립보건연구원과 IVI는 해외 임상의 검체도 순차적으로 수령해 분석을 진행하고 있다.

SK바이오사이언스는 확보된 데이터를 바탕으로 올해 상반기 중 GBP510의 국내 신속 허가과 세계보건기구(WHO) 사전적격성평가(PQ) 인증, 해외 국가별 긴급사용허가 획득에 나선다는 계획이다. 국제기구 전염병 대비혁신연합(CEPI)의 'Wave2'(차세대 코로나19백신) 프로젝트에 선정된 GBP510은 개발 완료 후 수억회 물

량이 공정하게 공급될 예정이다.

SK바이오사이언스는 주기적으로 출현하는 다양한 변이주에 대응하기 위한 전략으로 부스터샷 임상도 진행 중이다. ▲GBP510 1/2상 참여자를 대상으로 6개월 후 GBP510을 추가 접종하는 자체 임상과 ▲다른 코로나19 백신 접종자 약 550여 명에게 GBP510을 추가 접종하는 질병관리청 주도 연구자 임상 등으로 부스터샷의 안전성과 유효성을 확인하는 중이다.

/이세경 기자 seilee@



서울신라호텔

상시 운영 '키즈 라운지' 오픈

특별 시즌에만 임시 키즈 라운지를 운영했던 서울신라호텔이 상시 운영되는 키즈 라운지(사진)를 오픈했다고 18일 밝혔다.

코로나19로 어린 자녀와의 나들이에 신경 쓸 것이 많아진 부모들이 방역과 놀이, 교육에 대한 고민을 동시에 해소할 수 있는 새로운 공간이다. 호텔 본관 5층에 위치한 키즈 라운지는 서울신라호텔 '디 이그제큐티브 라운지'의 고급스러운 공간 연출을 모티브로 어린이들의 오감을 사로잡을 요소들을 접목한 것이 특징이다.

라운지는 책장 가득 어린이 도서와 유명 아티스트의 관화, 오브제를 접할 수 있어 아이들의 상상력을 자극한다. 키즈 라운지는 매주 월~금요일에는 투숙객에게 무료로 개방되며, 매주 주말에는 '리드 앤 플레이 키즈' 패키지를 통해 이용 가능하다. /원은미 기자

동원F&B

'양반 인생맛집 만두' 2종

동원F&B가 만두피를 황금비율 17%로 빛낸 '양반 인생맛집 만두' 2종(고기, 김치·샤진)을 출시했다.

'양반 인생맛집 만두' 2종은 만두피의 비율을 전체 만두의 17%까지 줄이고 만두소를 가득 채운 프리미엄 냉동만두 제품이다. 동원F&B는 전국의 수많은 만두 맛집을 탐방해 만두피의 황금비율 17%를 개발했다. 만두피가 얇으면서도 쉽게 찢어지지 않아 식감이 쫄깃하고, 만두소를 듬뿍 넣어 풍미가 살아있는 것이 특징이다. /신원선 기자 tree6834@

