

“마스크 안녕”... 립스틱 등 화장품 인기로 뷰티업계 ‘화색’

실내 마스크 착용 해제 앞두고
화장품 관련 행사·이벤트 봇물
틴트 등 색조 화장품 매출 신장

百, 팝업스토어·메이크업쇼 선봬
e커머스, 특가·프로모션 총공세

오는 30일 실내 마스크 착용 의무 해제를 앞두고 화장품·유통업계가 들썩이고 있다.

그동안 화장품 관련 상품은 방역 규제 정책에 큰 영향을 받았다. 고강도 사회적 거리두기가 이어지는 동안은 사람들이 외출을 삼가며 매출이 건잡을 수 없이 줄었다. 대신 2021년 11월 있었던 단계적 일상회복(위드코로나) 등 방역 규제 해제가 예고되면 매출이 큰 폭으로 뛰었다. 정부가 3년 여만에 실내 마스크 착용을 해제하면서 관련 업계의 기대가 크다.

25일 <메트로경제>의 취재에 따르면 유통업계에서 실내 마스크 해제를 겨냥한 화장품 관련 이벤트가 쏟아지고 있다. 해제 논의와 함께 먼저 행사를 연 곳들 또한 좋은 실적을 거뒀다.

유통업계는 방역규제 해제에 따른 최대 수혜 상품으로 화장품을 꼽는다. 실



뷰티 관련 상품은 방역 규제 해제 논의가 나올 때 마다 큰 폭으로 매출이 뛰었다. 3년만에 마스크 완전 해제가 예고되면서 관련 업계가 들썩이고 있다. 사진은 서울 시내의 한 화장품 매장. /뉴시스

제로 지난해 4월 사회적 거리두기가 전면 해제되면서 야외 마스크 착용이 해제되자 바로 화장품 매출이 뛰었다. 그중에서도 특히 립스틱 등 색조 화장품 매출이 눈에 띄게 늘었다.

현대백화점이 지난해 방역 규제가 해제된 직후인 4월 18일부터 5월 22일까지 한 달간 화장품 매출액을 집계한 결과 전년 동기 대비 29.2% 증가한 것으로 나타났다. 올리브영의 같은 기간 분석한 매출 자료에서는 색조 화장품 매출이 전년 대비 56% 오른 것으로 확인

됐는데 특히 틴트 매출은 94% 신장했다. 쉐이딩(72%)과 블러셔(66%)도 높은 신장률을 기록했다. 올리브영 측은 자료를 공개하며 얼굴에 음영을 주거나 컬러를 입히는 포인트 메이크업까지 다시 돌아왔다는 분석을 내놓았다.

백화점 업계에서는 제한적으로 운영됐던 테스트 사용까지 완전히 자유로워지면서 팝업스토어와 메이크업쇼 등을 준비했다.

롯데백화점은 29일까지 본점 지하 1층에서 입생로랑의 신제품 뉴 벨벳 틴

트를 선보이는 대형 팝업스토어를 연다. 팝업스토어에서는 메이크업쇼, 각인 서비스, 포토 부스 등을 연다.

현대백화점은 30일까지 더현대 서울 1층에서 나스 메이크업 쇼를 열고 다음달 9~12일에는 디올 화장품 팝업스토어를 연다.

e커머스 업계는 뷰티 관련 할인전으로 승기를 잡기 위해 노력 중이다. G마켓은 오는 31일까지 진행하는 요일특가전 ‘데이마켓’ 프로모션에서 ‘패션/뷰티’ 카테고리를 27일부터 29일까지 3일

배정했다. 11번가 또한 각 브랜드별 베스트셀러를 모은 ‘럭셔리뷰티’ 테마를 통해 화장품 판매에 공을 들이고 있다.

진작 행사를 준비해 마친 곳들도 있다. 마스크 해제 논의의 소식이 나온 후 각 e커머스 기업들은 앞다퉈 기획전전을 열고 좋은 결과를 얻었다.

롯데온은 9일부터 일주일간 프리미엄 뷰티 전문관 온앤더뷰티에서 ‘설 특집 올 어바웃 뷰티’ 행사를 열었다. SS G닷컴도 같은 기간 카테고리 특화 프로모션 ‘뷰티 썬세일’을 진행했다. 그 결과 롯데온은 해제 논의 이후 전년 대비 베이스 화장품 매출이 40%, 색조 화장품 매출이 30%, 남성 화장품이 70% 증가했다.

SSG닷컴은 뷰티 썬세일에서 행사 시작 첫 날과 이튿날 신세계그룹 전사 행사인 ‘썬데이’ 뷰티 매출을 넘겼고, 행사 전체 기간 뷰티 매출은 전년 동기 대비 225% 증가, 누적 판매량 역시 20만여개를 기록해 1분당 20여개의 상품이 팔린 것으로 나타났다.

업계 관계자는 “3년 만에 돌아온 노 마스크인 만큼 화려한 색조 화장품 인기가 높다”며 “마스크를 완전히 벗게 되는 만큼 선제어 상품 수요도 큰 편”이라고 밝혔다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr



모델들이 25일 서울시 등촌동 홈플러스 메가푸드마켓 강서점에서 상운·냉장·냉동 등을 총망라한 간편식 할인전 ‘다이닝 스트리트 워크’ 행사 상품들을 선보이고 있다. /홈플러스

홈플러스 간편식 할인 ‘다이닝 스트리트 워크’

홈플러스가 2월 1일까지 상운·냉장·냉동 등 간편식을 총망라한 할인전 ‘다이닝 스트리트 워크’를 연다.

연중 전개하는 ‘2023 위풍당당 프로젝트’의 일환으로 열리는 이번 행사에서는 고객들이 간편하게 즐길 수 있는 다양한 먹거리를 합리적 가격에 선보인다.

냉장밀키트 50여 종을 1만원이 되지 않는 가격에 판매하며 아이들이 좋아하는 만두, 피자, 치킨 등 냉동 간식/간편식 9종은 1+1로 만나볼 수 있다.

샐러드 전품목은 2개 구매 시 20% 할인 혜택을 제공하고, 행사카드 구매시 한라봉, 밀감, 체리 등을 저렴한 가격에 판매한다. /김서현 기자

교촌치킨, 협동조리로봇 가맹점 시범운영

치킨 프랜차이즈 ‘교촌치킨’을 운영하는 교촌에프앤비가 치킨 튀김 및 탈유 공정에 대한 협동 조리로봇 자동화 시스템 상용화를 위한 가맹점 시범 운영을 시작했다.

협동 조리로봇이 도입된 가맹점은 교촌치킨 다산신도시1호점(경기도 남양주시), 상일점(서울시 강동구), 한양대점(서울시 성동구) 등 3곳이다.

교촌은 가맹점 운영의 효율성을 높이

기 위해 지난 2021년 10월 로봇 제조기업 ‘뉴로메카’와 업무협약을 맺고 본격적인 치킨 조리로봇 개발에 착수해 왔다. 1년여 간의 개발 과정과 지난해 11월부터 진행된 약 2달간의 직영점 테스트를 거친 후 가맹점 도입이 진행됐다.

이번 협동 조리로봇은 교촌치킨 전용으로 개발돼 교촌치킨 특유의 튀김 과정을 수행할 수 있도록 설계됐다.

/신현진 기자 tree6834@

11번가 라방 플랫폼, 입점 셀러들에 개방

‘LIVE11’ 오픈 라이브 서비스 시작
라이브 통계 등 상세 리포트 제공

11번가가 라이브 방송 플랫폼을 오픈 플랫폼으로 확대한다.

11번가는 25일 셀러 누구나 LIVE11에서 제품 판매 방송을 진행할 수 있는 ‘오픈 라이브’ 서비스를 시작한다고 밝혔다.

LIVE11은 11번가의 라이브 방송 플랫폼이다. 기존에는 11번가와 협의한 셀러, 브랜드를 중심으로 방송이 자체 기획됐으나 앞으로는 11번가에 입점한 개인 셀러들도 편하게 LIVE11을 이용할 수 있다. 새롭게 변화하는 LIVE11은 그간 하루 4~6회 진행해온 기획 방송에 셀러들의 오픈 라이브가 추가되는 방식으로 확대된다.

LIVE11 탭 하단에 ‘푸드채널’, ‘패션채널’, ‘IT채널’, ‘키즈채널’ 등 각 카테고리별 큐레이션 영역이 신설되는데, 최근 조회, 구매, 장바구니에 담은 상품을 기반으로 고객별 관심 방송을 개인화 추천해준다. LIVE11의 자체 예능형



11번가는 개인 셀러에게도 라이브방송 플랫폼 LIVE11을 개방한다. /11번가

콘텐츠도 지속 운영한다.

LIVE11을 이용하는 셀러는 별도 관리자 사이트를 통해 방송 등록 및 운영을 간편하게 할 수 있다. 또 스트리밍 지연시간을 최대 85%까지 줄인 초저지연(ultra-low latency)환경에서 실시간으로 시청자들과 매끄럽게 소통할 수 있으며 LIVE11의 기능들을 활용해 많은 고객들을 모을 수 있다. 라이브 종료 후에도 라이브 통계를 포함한 상세 리포트를 통해 판매 활성화에 도움을 얻을

수 있다.

LIVE11 권한 신청 후 승인을 받은 셀러들은 매일 오전 8시부터 오후 11시까지 원하는 시간에 방송을 등록해 진행할 수 있다. 방송 전 사전 예고 페이지와 방송 배너, 그리고 방송 중 이펙트 효과 등을 모두 원하는 대로 꾸미고 설정할 수 있다.

11번가는 LIVE11의 운영 노하우와 팁을 ‘셀러존’ 무료 교육을 통해 셀러들에게 제공할 예정이다. /김서현 기자

LF보리보리, 신학기 맞이 가방 등 기획전

LF 트라이씨클의 유아동 전문몰 보리보리가 27일까지 베이비&키즈페어 ‘썬썬데이’를 열고 육아·등원·등교 관련 인기 상품을 할인판매한다.

이번 기획전은 최대 85% 할인율을 제공하며, 전체 회원을 대상으로 앱 전용 5% 추가 할인쿠폰을 선착순 증정한다.

행사 기간 누적 결제금액 5만원 이상 고객에게는 아쿠아플라넷 제주 입장권 및 제주 굴가방, 굴 선글라스, 굴모자 등으로 구성된 굿즈 3종 세트를 증정하는 경품 이벤트도 진행한다.

할인 적용 품목은 패션, 도서완구를 비롯해 책가방과 실내화 등이다. 닥스

리틀, 헤이스 키즈, 포인터 워스, 피터젠슨 등 백화점키즈 브랜드부터 빅토리아 앤프렌즈, 토박스, 원하우스 등 인기 브랜드까지 다양하게 만나볼 수 있다.

유아를 위한 상품에는 봄 의류와 등원에 필요한 낮잠이불, 식기도구, 칫솔, 기저귀, 물티슈 등 생활 밀착형 상품들이 최저가 2000원대부터 준비됐다. 각종 영양제와 간식류도 합리적 가격에 구매 가능하다. /김서현 기자