



유통가 크리스마스 인증샷 핫플 쟁탈전  
니



1부개발 및 매너시산업협 상술 1

롯데케미칼-한전 차세대 ESS 솔루션 개발 맞손

Life

L2

# 노폐물 걷어내고 타이트닝 효과까지 모공패드 한 장으로 ‘쓱~쓱’

토너와 화장솜이 결합된 형태의 ‘토너 패드’ 제품은 별도로 화장솜에 토너를 적시지 않고도 편하게 사용이 가능해 소비자들의 많은 사랑을 받고 있다. 이에 뷰티업계에서는 성분, 기능, 용도 등에 따라 다양한 토너 패드 제품들을 선보이고 있다.

그 중 에이피알의 뷰티 브랜드 메디큐브가 선보이는 ‘제로 모공 패드’는 여러 브랜드 가운데 감히 ‘국민 패드’로 불릴 정도로 꾸준히 사랑받고 있다. 메디큐브는 기초 피부 관리에 집중한 더마 코스메틱 브랜드로 ‘제로 라인’, ‘레드 라인’ 등 다양한 라인업을 보유하고 있다. 그 중 ‘제로 모공 패드’는 노폐물 클리닝과 블랙헤드 등 모공 케어에 집중한 제품으로, 지난 2017년 출시 이래 큰 인기를 끌며 베스트셀링 아이템이 된 제품이다.



## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### 메디큐브 ‘제로 모공 패드’

노폐물, 블랙헤드 등 ‘모공케어’ 집중 2단계 양면 패드로 피벗결 정돈까지 판매량 600만개 돌파 ‘국민패드’ 등극

◆민감한 피부도 안심하고 쓰는 저자극 제품  
제로 모공 패드는 모공 속 노폐물, 피지, 각질 등을 제거하는 것은 물론 피벗결 정돈을 통한 모공 타이트닝 효과까지 한번에 경험할 수 있는 저자극 제품이다.

해당 제품은 모공 축소 및 피지 분비 억제에 효과적인 ‘Anti Sebum-P’ 성분을 함유하고 있으며, 모공 타이트닝 효과는 인체적용실험 결과를 통해 확인됐다.

두 단계에 걸쳐 피벗결을 정리할 수 있는 양면 패드도 눈에 띄는 특징이다. 엠보싱 면은 각질 케어와 노폐물 제거에 도움을 주고, 반대편의 부드러운 면은 보습 효과를 통해 매끈한 피부를 유지시켜준다. 토너에 함유된 달맞이꽃 추출물, 대왕송잎추출물 등 자연 유래 추출물은 피부 자극을 낮춰 민감한 피부를 가진 소비자도 편하게 사용할 수 있다.

여러 장점 덕에 제로 모공 패드는 뷰티업계에서 눈에 띄는 장수 아이템이자, 높은 판매량을 기록한 제품으로 자리잡았다. 올해 6월 기준 누적 판매량은 600만 개를 돌파했으며, 이 수치를 패드 장수로 환산할 경우 무려 4억 장에 달한다.

### ◆제품력 강화하고 꾸준한 마케팅

메디큐브는 제로 모공 패드의 제품력 강화를 위해 성분 및 패키징 등의 연구를 계속해 왔으며, 그 결과 ‘제로 모공 패드 2.0’을 탄생시켰다. 10월 기준 메디큐브 자사몰에 남겨진 제로 모공 패드의 고객 후기는 13만 개를 넘어섰으며, 평균 평점은 5점 만점에 4.9점에 달한다.

이는 메디큐브가 자사몰 중심의 판매 정책을 취하고 있다는 점에서 상당히 의미 있는 수치로 볼 수 있다. 자사몰은 대형 유통 채널에 비해 소비자의 자발적인 참여와 브랜드에 대한 애정이 더욱 요구되기 때문이다.

메디큐브 제로 라인업도 꾸준히 강화하고 있



메디큐브 에이피알 부스터프로. /에이피알

다. 이 가운데 ‘제로 모공 패드 마일드’는 민감한 피부를 가진 고객을 위해 기존 제로 모공 패드를 한층 더 순화한 제품으로, 자극이 적은 PHA 성분과 수분 손실을 방지하는 성분 등을 첨가해 자극은 낮추고, 수분감은 높였다. 여기에 모공 관리 시너지 효과를 노리고 ‘제로 모공 세럼’, ‘제로 모공 크림’ 등도 추가로 선보였다.

마케팅 효과 역시 빼놓을 수 없는 성공 요인이다. 에이피알은 메디큐브 코스메틱 라인 모델로 ‘국민 MC’ 유재석과 7년째 함께 하고 있다. 신뢰와 성실의 아이콘으로 꼽히는 유재석의 이미지가 ‘꾸준함’과 ‘신뢰’를 추구하는 브랜드 방침과 잘 들어맞으며, ‘국민 패드’로써 제로 모공 패드의 위상을 더욱 공고히 하는데 모델의 역할이 큰 비중을 차지했다는 평가도 나오고 있다.

## ‘국민 MC’ 유재석 7년째 모델로 기용 모공패드 마일드 등 제로 라인업 강화 홈 뷰티 디바이스 ‘부스터프로’ 출시도

### ◆뷰티 시장 이끄는 뷰티테크 기업으로 도약

에이피알은 메디큐브를 통해 더마 코스메틱 시장의 선두주자로 입지를 굳히는 한편, 바르는 화장품을 넘어 뷰티 디바이스 시장에도 진출하며 뷰티 시장의 패러다임 변화를 선도하고 있다.

지난 2021년에는 일반 가정집에서도 효과적으로 피부를 관리할 수 있는 홈 뷰티 디바이스 ‘메디큐브 에이피알’을 론칭했으며, 더마EMS를 시작으로 ▲유췌라답샷 ▲ATS에어샷 ▲부스터힐러 ▲아이샷 ▲바디샷 등 다양한 종류의 디바이스 제품을 순차적으로 출시해 주목을 받았다.

또 최근에는 기존 제품의 세대교체를 알리는 차세대 뷰티 디바이스로 ‘부스터프로’를 출시하기도 했다.

에이피알 관계자는 “에이피알은 태생부터 고객의 삶을 개선하는 제품을 선보이고자 노력했고, 제로 모공 패드는 그 대표 제품”이라며 “앞으로도 제로 모공 패드, 뷰티 디바이스를 비롯하여 고객의 삶을 개선시키는 다양한 제품을 선보이기 위해 노력하겠다”고 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲텍사스, 창단 62년 만에 첫 월드컵 우승  
▲‘충격패’ 뮌헨, 더 리호트 부상까지... CB는 김민재뿐 /사진 뉴시스

▲홍현석, 벨기에컵서 결승골 활약...헨트는 16강 진출  
▲셀틱 오현규 시즌 첫 골...팀은 개막 11경기 무패행진



▲이정후, MLB닷컴 선정 FA 랭킹 14위...1위 오타니  
▲“FA 류현진, 1년 800만 달러 계약” MLB 전직 단장 전망 /사진 뉴시스