

# 자외선 차단제의 진화... 스킨케어·메이크업까지 '한번에'

**에스쁘아** 워터스플래쉬 선세럼 피부 수분 채워 베이스 완성 도와  
**프리메라** 메이크업 밀착력 높여 남성용도 출시... 선제품군 확장  
**더후** 공진향 진해운 선퀴드 출시 묽은 초점도 제형... 가벼운 사용감  
**아이소이** 팔사·앰플 동시 효과



'인텐시브 리프팅 앰플 스틱' /아이소이

최근 피부 건강에 대한 관심이 높아지면서 자외선 차단 여부가 제품 선택의 주요 고려 사항이 되고 있다. 자외선은 사계절 내내 실내까지 도달해 피부 노화 속도를 앞당기는 이른바 '광노화'의 주요 원인으로 알려졌기 때문이다.

이에 대응해 화장품 업계에서는 자외선 차단제에 다양한 활용성을 더해 소비자 선택의 폭을 넓히고 있다.

지난 31일 화장품 업계에 따르면 자외선 차단제에 스킨케어 성분을 보완하거나 메이크업 기능까지 갖춘 자외선 차단제가 최근 잇따라 출시됐다.

아모레퍼시픽 자회사 에스쁘아는 수분 선크림 '워터스플래쉬 선세럼'을 새롭게 선보였다. '워터스플래쉬 선세럼'에는 고효능 캡슐 기술이 적용돼, 바를 때마다 자외선 차단 성분 캡슐이 즉각 터져 작용한다.

뿐만 아니라 이 제품은 피부에 수분

감을 전달하는 저분자 히알루론산 성분과 피부를 빛으로부터 보호하는 펩타이드 성분을 최적의 비율로 함유하고 있다. 이에 따라 '워터스플래쉬 선세럼'은 피부에 수분을 채워 해당 제품 다음 단계의 베이스 메이크업 완성을 돕는다.

프리메라가 출시한 '리페어링 세라캡슐 UV프로텍터 톤업 프라이밍'도 제형과 성분에서 특징을 갖췄다.

제품 제형이 피부 표면과 유사해 베이스 메이크업 밀착력을 90.7% 높이고 피지 흡착 파우더 성분은 피지를 관리해 메이크업 지속력까지 2배 상승시킨다.

이와 함께 프리메라는 남성용 선크림도 출시해 선제품군 확장에 나섰다. 프리메라 '맨 인 더 핑크 토닝 이펙터 선크림'은 남성 피부에 최적화된 제품이다. '내추럴 스킨 톤링 피그먼트' 색소가 남성 본연의 피부 톤과 자연스럽게 어우러지는 바이올렛 색상을 구현한다.

LG생활건강은 선 제품 특유의 끈적임과 묻어남을 개선해 차별적 고객 경험을 선사한다.

LG생활건강에 따르면 고급 공중 화장품 브랜드 더후는 '공진향 진해운 선퀴드'를 출시했다. 이 제품은 묽은 초점도 제형인 동시에 여러 번 덧발라도 잘 묻어나지 않는다. LG생활건강은 바른 듯 안 바른 듯 공기처럼 가벼운 사용감이라고 설명한다.

한편, 자연유래 기능성 화장품 브랜드 '아이소이'는 자외선 차단만큼 피부 탄력 관리 또한 광노화 예방에 중요하다고 강조한다. 광노화가 진행되면 색소 침착, 피부 주름, 건조함 등으로 인해 탄력을 잃기 쉽다는 것이 아이소이 측의 설명이다.

아이소이의 '인텐시브 리프팅 앰플 스틱'은 피부 탄력을 위해 팔사와 앰플의 효과를 한번에 누릴 수 있는 제품이다. 단백질 구성 요소이자 콜라겐 생성을 촉진하는 펩타이드 성분을 4종으로 함유하고 있다.

병풀추출물, 로즈마리추출물, 마트리카꽃추출물, 마카다미아오일 등 자연유래 유효 성분으로 만들어져 민감한

피부도 자극없이 사용할 수 있다.

아이소이 관계자는 "자외선으로부터 피부를 보호하는 것이 요즘 피부 관리의 핵심 요소"라며 "환절기 건조한 날씨, 강해지는 자외선, 야외 활동 증가 등으로부터 피부 관리가 필요한 시기"라고 설명했다.

이어 이 관계자는 "다양한 소비자 요구를 공략하다 보니 제품 종류가 한층 다양해지고 있어 봄과 여름을 겨냥한 제품 경쟁이 치열해지고 있다"고 덧붙였다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



더후 '공진향 진해운 선퀴드' /LG생활건강

## 애경산업 경영진, 100억 규모 자사주 매입

책임 경영·주주가치 제고 적극 실천  
김상준 대표이사, 3000주 매입  
현금배당 주당 310원 → 580원 확대



임원들의 자사주 매입도 잇따라 이어졌다. 정창원 상무와 오윤재 상무는 각각 1000주씩 자사주를 매입했다. 총 매입 금액은 각각 1600여 만원이다.

생활뷰티기업 애경산업이 올해도 책임 경영과 주주가치 제고를 위한 정책을 적극 실천하고 있다.

애경산업은 김상준 대표이사 등 경영진이 100억원 규모의 자사주를 매입했다고 31일 밝혔다.

김상준 애경산업 대표이사(사진)는 자사주 3000주를 매입했다. 총 매입 금액은 4900여 만원이다. 김상준 대표이사는 지난 2023년에도 자사주 6000주를 매입한 바 있다.

이와 함께 애경산업은 2022년 주당 310원이었던 현금 배당을 580원으로 확대했다.

애경산업은 지난해에도 100억원 규모의 자사주를 매입했다. 또 2023년부터 2025년까지 3년간 배당 성향을 30% 수준으로 유지하는 배당 정책을 내세워 주주이익을 극대화하겠다는 전략을 펼

치고 있다.

애경산업은 지난해 매출은 2022년 대비 9.6% 증가한 6689억원, 영업이익은 58.7% 증가한 619억원을 기록했다. 이는 코로나19 이전인 2019년 대비 매출은 95% 수준, 영업이익은 동년인 2019년을 넘어선 실적이다.

이에 대해 애경산업은 코로나19 이후 수년간 체질 개선 및 핵심 사업에 대한 지속적인 투자에 나선 성과라고 설명했다. 애경산업은 향후에도 글로벌 경쟁력을 강화해 기업 가치를 높이고 동시에 주주 친화 정책을 다양하게 수립하겠다는 방침이다.

/이청하 기자

## 동남아 관광객 화장품·향수 매출 30% 증가

신세계면세점 명동점 프로모션 진행

히 하고 있는 것이다.

신세계면세점은 동남아 관광객 뷰티 매출이 증가함에 따라 화장품과 향수 등 화장품 판매에 열을 올린다.

신세계면세점은 지난 1~2월 동남아 시아 국적 개별 관광객의 뷰티(화장품·향수) 매출이 2019년 동기 대비 약 30% 증가했다고 지난 31일 밝혔다.

동남아 개별 관광객의 뷰티 수요는 지난해부터 가파르게 증가하고 있다. 연간으로 보면 2023년 동남아 개별 관광객 연간 뷰티 매출은 2019년 대비 약 20% 신장했다. 동남아 입국객 수가 여전히 2019년 수준에 미치지 못하는 점을 감안하면 두드러지는 수치다.

동남아 개별 관광객의 카테고리별 월별 지출 순위에서도 뷰티가 1위로 올라섰다. 높은 제품 단가로 항상 상위권을 지켰던 럭셔리패션 매출을 지난해 8월부터 뷰티가 앞섰다. 동남아 관광객 공략에 화장품·향수가 효자 역할을 톡톡

신세계면세점은 동남아의 뷰티 사랑 배경에는 계속되는 한류 열풍이 있다고 분석했다. K팝, K드라마 등으로 시작된 호감이 한국 미용문화에도 영향을 미친 것으로 보고 있다. 특히 자연스럽고 연한 한국식 화장법과 자연 성분을 사용한 '클린뷰티' 제품에 큰 관심을 보이는 것으로 나타났다.

화장품과 달리 향수는 외산 비중이 더 크다. 비교적 단가가 높은 니치향수 브랜드가 큰 비중을 차지한다. 이는 동남아 국가들의 경제 호황에 따른 구매력 상승과 젊은 세대 중심으로 개성을 중시하는 문화가 점차 퍼지고 있기 때문인 것으로 보고 있다.

신세계면세점은 이 같은 추세에 맞춰 오는 4월 30일까지 명동점 프로모션을 진행한다. 영어, 말레이어, 인도네시아어, 베트남어 등 4개국 언어로 행사 홍보물을 제작, 약 10만원 상당의 쇼핑지원금을 제공한다. /신원선 기자 tree6834@

## 신세계그룹 '최강야구' 컬래버 팝업스토어

신세계그룹은 상반기 최대 쇼핑 축제 2024 랜더스데이를 기념해 인기 예능 프로그램 '최강야구'와 콜라보 팝업스토어를 열고 고객들에게 즐거운 체험 공간을 제공한다.

오는 4월 7일까지 스타필드 하남 1층에 오픈하는 팝업스토어에서는 SSG 랜더스와 최강 몬스터즈의 다양한 굿즈를 구경할 수 있으며, 랜더스데이 광고에서 추신수 선수가 착용한 굿즈도 만나볼 수 있다. 야구 체험존에서는 야구 배팅과 피칭 등 게임 이벤트도 진행한다.

굿즈를 구매한 고객에게는 추첨을 통해 최강야구 직관 티켓, 20만원 상당의 굿즈 패키지 등 다양한 경품을 제공한다.

신세계그룹의 랜더스데이는 오는 7일까지 진행하며 굿즈 기획전은 SSG닷컴에서도 동시에 만나볼 수 있다. SSG 랜더스 2024 시즌 유니폼 모자부터 최강야구 인기 어센틱, 티셔츠 등을 판매한다. /신원선 기자

## 아모레퍼시픽, 에뛰드 아이브로우 재단장

베어 엣지 슬림 브로우 색상 5종 출시

아모레퍼시픽의 글로벌 메이크업 브랜드 '에뛰드'가 아이브로우 펜슬 '베어 엣지 슬림 브로우'를 재단장했다고 지난 31일 밝혔다.

이번 재단장을 통해 에뛰드는 새로운 색상을 총 5종 출시한다. 특히 이 가운데 '마일드 토프'는 눈썹 솔이 부족하거나 메이크업 기술이 부족한 사람도 편하게 사용할 수 있는 부드럽고 낮은 채도의 색상이다.

에뛰드에 따르면 '마일드 토프' 색상은 뷰티 유튜버 유티루와 공동으로 개발했다. 유티루가 출시부터 지금까지 '베어 엣지 슬림 브로우'를 애용해 온 후기를 반영한 것으로 알려졌다.

에뛰드가 2021년 출시한 '베어 엣지 슬림 브로우'는 펜슬형 아이브로우 제품이다. 단단한 3D 육각 모양의 심 형태여서 쉽게 뭉개지지 않는 것이 특징이



베어 엣지 슬림 브로우 5종. /에뛰드

다. 이에 따라 에뛰드는 해당 제품으로 한 올 한 올 정교한 눈썹 결을 그릴 수 있다고 설명했다.

이와 함께 에뛰드는 기존 소비자들이 선호하고 있는 '베어 엣지 슬림 브로우'의 품질과 가격 부분은 그대로 유지한다고 덧붙였다. /이청하 기자

## 삼성물산, 봄·여름 신상구매 고객 공략

30만원 이상 구매시 10% 할인쿠폰

키츠네·아미·르메르·피어리·자크뤼스 등이 있다. 빈폴·레이디스·액세서리·골프 등 빈폴 브랜드도 함께 한다.

삼성물산이 할인 쿠폰,페이백 등 다양한 쇼핑 혜택을 마련해 봄·여름 신상품을 구매하는 모든 고객층을 공략할 예정이다.

삼성물산 패션부문은 매장 온라인몰에서 '투게더 워크'를 진행한다고 지난 31일 밝혔다. 무엇보다 이번 행사에는 삼성물산 패션부문 브랜드들이 대거 참여한다.

주요 브랜드로는 ▲남성복 갤럭시·갤럭시라이프스타일·시프트G·로가디스 ▲여성복 구호·르베이지·구호플러스 ▲글로벌 브랜드 준지·비키카·매종

삼성물산에 따르면 오는 4월 14일까지 각 브랜드 매장에서 30만원 이상 구매한 고객에게는 10% 할인 쿠폰이 제공된다. 해당 쿠폰은 같은 기간 직전 구매 브랜드를 제외한 다른 브랜드 상품 구매 시 사용할 수 있다. 할인받을 수 있는 최대 금액은 50만원이다.

또 삼성물산은 행사 기간 내에 2회 이상 매장에서 구매한 고객에게 1차를 제외한 구매 건 중 가장 큰 결제 금액에 따라 최소 3만원부터 최대 100만원까지 금액권을 추가 지급한다. /이청하 기자