

토종 브랜드부터 명품까지... 뷰티업계, 향수시장 열 올린다

에이피알 '포먼트'

시그니처 퍼퓸 코튼 배스 춘식이 고급 비누향... 여름철 데일리 적합

아모레퍼시픽 '구딸' 사업 강화 LG생활건강 '구찌 뷰티' 제품 집중

국내 뷰티 시장에서 향수 소비가 늘자 뷰티 브랜드 기업들이 차별화한 향수 사업 전략을 펼치고 있다. 독자적인 국산 브랜드를 내세우려는가 하면, 해외 명품 브랜드를 앞세우면서 브랜드 경쟁이 이어지고 있다.

22일 뷰티 업계에 따르면 글로벌 뷰티테크 기업 에이피알은 퍼퓸&라이프 스타일 브랜드 '포먼트'를 국산 토종 향 브랜드로 운영하고 있다.

에이피알은 이날 포먼트 인기 제품인 시그니처 퍼퓸 '코튼 허그'를 응용한 여름 한정판으로 '웨이브'와 '오션'을 내놨다.

이처럼 에이피알은 계절마다 포먼트 인기 제품을 재해석해 소비자 선택지를 늘려 왔다. 시그니처 퍼퓸 '코튼 허그'의 경우, 겨울 한정판으로도 세 차례 출시된 바 있다. 2021년 '백야', 2022년



포먼트 '시그니처 퍼퓸 코튼 배스 춘식이 에디션'

/에이피알

설명이다. 또 해당 제품 용기의 반투명한 재질과 아쿠아 색상은 여름에 어울리는 청량한 분위기를 연출하고 있다.

에이피알은 지난 2023년과 2022년에는 시그니처 퍼퓸 '코튼 허그'를 응용한 여름 한정판으로 '웨이브'와 '오션'을 내놨다.

이처럼 에이피알은 계절마다 포먼트 인기 제품을 재해석해 소비자 선택지를 늘려 왔다. 시그니처 퍼퓸 '코튼 허그'의 경우, 겨울 한정판으로도 세 차례 출시된 바 있다. 2021년 '백야', 2022년

'첫눈', 2023년 '프로즌' 등으로 제품 정체성이 강화된 것이다.

이와 함께 에이피알은 지난 3월에는 서울 마포 홍대입구역 인근에 위치한 널디 플래그십 스토어 1층에서 포먼트 브랜드 '단독' 팝업 행사를 처음으로 진행하기도 했다.

또 에이피알은 포먼트 판매망을 온라인 자사몰 외에 CJ올리브영, 무신사, CJ온스타일, 뷰티컬리 등으로 확대해 소비자 접점을 확보하고 있다.

에이피알 관계자는 "포먼트가 국내

대표 토종 향 브랜드로서 국내 향 시장에서 입지를 넓히고 있는 만큼, 국내 소비자 일상과 정서에 맞는 제품군 확대에 주력하고 있다"고 설명한다.

실제로 에이피알이 지난 2017년 처음 공개한 포먼트는 6년 만에 누적 매출액 1000억원을 돌파했다. 뿐만 아니라 한국기업평판연구소가 매월 발표하는 향수 브랜드 평판에서 국내 브랜드 중 유일하게 10위권 내에 이름을 올리며 'K향수' 브랜드로 자리매김하고 있다는 것이 에이피알 측의 설명이다.

에이피알이 포먼트를 에이피알의 새로운 성장동력으로 내다보고 있는 가운데, 국내 향수 시장은 꾸준한 성장세를 기록하고 있는 실정이다.

글로벌 시장조사기관 유로모니터에 따르면 국내 향수 시장 규모는 올해 1조 원대를 넘어설 것으로 전망된다. 지난 2023년에는 9860억 원 수준을 기록해 지난 2021년 7011억 원 대비 40.6%의 증가세가 나타났다.

특히 이 중 니치향수의 성장세는 더욱 가파른 것으로 집계됐다. 해당 시장은 2021년 2380억 원에서 2023년 3940억 원으로 65.6% 커졌다. 올해 시장 규모

는 4471억 원에 이를 것으로 추정된다.

국내 대표 뷰티 기업인 아모레퍼시픽은 니치 향수 브랜드 '구딸'로 향수 사업을 강화하고 있다. 아모레퍼시픽은 일찍이 지난 2011년 아모레퍼시픽의 해외 지주회사 AGO를 통해 프랑스 명품 향수 기업 '아니 구딸'을 인수했다.

아모레퍼시픽은 베스트 셀러에 중점을 두고 니치향수 특유의 특정 매니아 소비자층을 적극 공략하고 있다. 아모레퍼시픽은 지난 3월 구딸에서 신제품 '쁘띠 셰리'를 출시하고 럭셔리 호텔 '소피텔 엠베서더 서울'과 협업한 기념 이벤트를 전개하는 등 고급미를 강조했다.

LG생활건강은 향수 전문 브랜드보다 명품 브랜드 제품에 힘주고 있다.

대표적으로 LG생활건강은 '구찌 뷰티'의 국내 공식 판매처로 마케팅, 유통, 판매 등을 담당하고 있다. LG생활건강에 따르면, 구찌 뷰티는 지난 1월 신제품 '알케미스트 가든 플로럴 별스 오드 퍼퓸'을 새롭게 선보였다. 특히 이 향수에 들어간 알코올 성분은 100% 배출 탄소를 재활용한 것으로 자연친화적인 제품인 것으로 알려졌다.

/이칭하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

위커힐, 웹3 기반 '마을호텔 프로젝트' 진행

프로젝트 '더블유닷엑스아이지' 위커힐 제공 NFT 기반 멤버십으로 광진구 내 20곳 매장서 혜택 받아

호텔 서비스에 스며들었던 블록체인 기술이 점점 가시화되고 있다. 위커힐 호텔앤리조트가 블록체인 기술을 활용한 다양한 행사 상품을 제시하면서 혁신과 도전으로 서비스 분야에 새로운 지평을 열겠다는 의지를 밝혔다.

22일 위커힐 호텔앤리조트는 블록체인 기반 웹3(web3) 프로젝트 '더블유닷엑스아이지(W.XYZ)'의 일환으로 '위커힐 마을호텔 프로젝트'를 소개했다.

이번 '마을호텔 프로젝트'는 위커힐 방문객이라면 누구나 서울 광진구 내 카페, 베이커리, 음식점 등 20곳의 매장에서 위커힐이 제공한 대체불가능토큰(NFT) 기반 멤버십을 통해 혜택을 받을 수 있다. 서울 시내 다양한 매장을 블록체인 기반 멤버십으로 연계하여 웹3 기반의 오프라인 고객커뮤니티 생태계를 구축하겠다는 것이 주요 골자다.

'해링턴 카 드라이빙 프로젝트'도 '더블유닷엑스아이지(W.XYZ) 프로젝트'의 일환이다. '해링턴 카 드라이빙



Chat GPT에 의해 생성된 웹3 기술과 호텔 서비스가 접목된 이미지.

프로젝트'는 웹3 기반의 제도 중 하나인 탈중앙화 방식으로 개개인이 모여 직접 기획한 첫 프로그램 사례다.

온라인이 아닌 오프라인에서 실제 체험형 프로그램을 탈중앙화 방식으로 기획해 운영하는 사례로 국내외 통틀어 최 초다.

웹3을 방식이 접목된 위커힐의 '더블유닷엑스아이지(W.XYZ) 프로젝트'의 방식은 간단하다. 호텔 서비스 기획에 참여하고 싶은 사람들은 호텔 서비스 내 실질 상품 구매를 통해 NFT를 발급 받는다.

참여자들은 발급받은 NFT를 기준으로 탈중앙화된 공간, 즉 DAO라는 가상

공간에서 의결권을 행사해 원하는 호텔 서비스 기획 의견을 제시할 수 있다.

웹3의 기술이 호텔 내 서비스에 접목된 요인, 바로 수평적 의사결정에 기반한 창의적 아이디어 제시다. 웹3기술의 탈중앙화된 수평적 의사결정 구조가 창의적인 서비스 아이디어 고취에 도움이 될 것이라 본 것.

위커힐 관계자는 "위커힐은 웹3와 결합한 이번 마을호텔 프로젝트를 통해 새롭고 혁신적인 방식으로 지역과 동행하며 호텔업계의 ESG 경영을 선도하고 미래 호텔 비즈니스의 새로운 미래를 제시하겠다"고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@

한세엠케이, 신제품 기념 '드림팀' 응원 행사

NBA '플레이라인' 제품군 출시

패션 기업 한세엠케이가 새로운 제품군을 선보임과 동시에 농구 대표팀 응원 행사를 진행한다.

한세엠케이는 스트리트 캐주얼 브랜드 NBA가 '플레이 라인' 제품군 출시

를 기념해 미국 농구 대표팀인 드림팀 응원 행사를 실시한다고 22일 밝혔다.

한세엠케이에 따르면 이번 '플레이 라인'은 스포티한 분위기를 기본으로 한 캐주얼 룩을 강조하는 제품군으로, 부드러운 착용감과 넉넉한 핏이 특징이다. 또 제품군은 '플레이 게임' 텍스트

를 활용한 단순한 아트웍으로 세련됨을 강조하는 동시에 에어로웬, 트리코트 본딩 등 보온성 소재를 활용해 기능성까지 갖췄다는 것이 한세엠케이 측의 설명이다.

신규 상품군 출시를 기념해 미국 농구 대표팀인 드림팀 응원 행사도 진행한다. 한세엠케이 측에 따르면 이번 응원 행사는 미국 농구 대표팀 경기를 팬들과 함께 즐기고자 기획됐다.

/안재선 기자

CJ올리브영-DHL, 친환경 물류환경 조성

'고그린 플러스' 서비스 이용

CJ올리브영이 세계적인 국제특송기업 DHL과 손잡고 친환경 물류 환경 조성에 나선다.

올리브영은 지난 19일 서울 마포구에 위치한 DHL코리아 본사에서 DHL코리아와 '고그린 플러스' 서비스를 이용하기 위한 업무협약을 체결했다고 22일 밝혔다.

이에 따라 올리브영은 전 세계 150여 국가에서 운영 중인 '올리브영 글로벌 몰'에 대해 고그린 플러스 서비스를 적용한다. 올리브영은 글로벌몰을 통해 해외 소비자가 K뷰티 상품을 주문하면 국내에서 해당 제품을 발송하고 있다.

'고그린 플러스'는 DHL이 지난 2023년 6월 선보인 친환경 배송 서비스다. 물류 과정에서 필연적으로 발생하는 온실가스 배출량을 감축하기 위해 지속가능한 항공유(SAF)를 사용한다.

SAF는 폐식용유, 플라스틱 등 재사용이 가능한 비화석으로부터 생산한 항공 연료다. 일반 제트 연료와 비교했을 때 이산화탄소 배출량이 최대 80% 적은 것으로 알려졌다.

올리브영은 이번 협약을 통해 친환경 경영을 적극 실천한다는 방침이다. 올리브영은 앞서 다 쓴 화장품 용기를 새로운 자원으로 활용해 재활용률을 높이는 '뷰티사이클' 활동도 펼쳐 왔다.

/이칭하 기자

W컨셉 "올 여름 유행 '링거티셔츠' 주목"

전년비 검색량 3배 늘어

패션 플랫폼 W컨셉이 올 여름 유행 상품으로 링거티셔츠를 꼽았다.

W컨셉이 20년 주기로 돌고 도는 유행에 1970년대 향수를 불러일으키는 패션 아이템 링거티셔츠가 올 여름 재유행하고 있다고 22일 밝혔다.

W컨셉에 따르면 지난 7월 1일부터 14일까지 W컨셉의 티셔츠 카테고리 매출은 전년 대비 20% 증가했다. 같은 기간 링거티 관련 검색량이 3배나 늘었다.

링거티셔츠는 링거티로 불리며, 티셔츠 목과 소매 끝단의 링 모양 배색 디자인이 특징이다. 1950년대 목과 소매 라인 컬러 대비를 통해 운동 경기에서 팀을 나누는 데 활용되다가 대중에게 전파돼 1970년대 로큰롤 문화와 함께



링거티셔츠 모델 착용 사진.

/W컨셉

유행했다.

최근 링거티셔츠는 그래픽, 빈티지 프린트 등 다양한 디자인과 색상으로 출시돼 캐주얼, 스포티룩 등 스타일링에 활용할 수 있어 MZ세대 인기 아이템으로 떠오르고 있다는 것이 W컨셉 측의 설명이다.

W컨셉은 빈티지 프린팅, 크롭 디자인, 니트 링거티 등 변형된 링거티셔츠 상품도 선보인다.

/안재선 기자