

“K뷰티 ‘라방’ 성지 만든다”... 신상품·신진 브랜드 발굴

올영라이브 전용 스튜디오 공개
파트너 라이브 프로그램 지원 강화
뷰티·라이프스타일 특화 방송 운영

CJ올리브영이 온라인 사업을 강화하기 위한 새로운 성장동력을 마련했다. 올리브영은 서울 용산에 위치한 본사에서 올영라이브 전용 스튜디오를 공개하며 라이브 커머스 경쟁력을 강화하겠다고 23일 밝혔다.

‘올영라이브’는 올리브영이 지난 2019년 10월부터 선보인 자체 모바일 생방송 플랫폼인데, 이번에 새롭게 선보여진 올영라이브 스튜디오는 뷰티&라이프스타일에 특화된 공간이다. 올리브영은 뷰티 브랜드 기업들과 협력해 K뷰티 상품 경쟁력을 보다 생생하게 소개하는 데 집중한다는 방침이다.

또 올리브영은 국내 뷰티 시장에서 ‘중소·신진 브랜드 등용문’으로 자리잡고 있는 만큼, 직접 발굴한 중소기업 브랜드나 신상품을 빠르게 전달하기 위해 해당 공간을 적극 활용할 계획이다.

올영라이브는 신제품 출시 기념 ‘쇼케이스’, 매월 4개 브랜드의 신상품을 고객에게 무료로 제공하는 추천 행사 ‘신상 티케팅’ 등 다양한 방송 프로그램으로 구성됐다. 이 가운데 올해 올영라이브에서 1억원 이상의 판매고를 올린



서울 용산에 있는 ‘올영라이브 전용 스튜디오’에서 올리브영 입점 브랜드사인 ‘바이오던스’가 ‘파트너 라이브’를 진행하고 있다. /CJ올리브영

방송 7개는 모두 신규 입점 브랜드 및 신상품 론칭 라이브였다는 것이 올리브영 측의 설명이다.

올리브영은 이달부터는 신규 스튜디오에서 입점 브랜드 기업이 직접 라이브 방송을 진행하도록 지원하는 ‘파트너 라이브’ 프로그램을 운영한다. 입점 브랜드는 올리브영이 올영라이브를 통해 축적한 경험과 노하우를 기반으로 ‘마스터 가이드’를 제작할 수 있고, 올리브영 소속 프로듀서들의 맞춤형 교육도 받는다.

이밖에 올리브영은 이색 프로그램으로 국내 라이브 커머스 시장에서 올영라이브의 입지를 확장하고 있다. 뷰티 전문가의 파우치 속 아이템을 공개하는 ‘코덕의 파우치’, 크리에이터가 엄선한 아이템을 설명하는 ‘올영마켓’, ‘슈퍼브랜드데이’, ‘올영세일’ 등 대형 프로모션과 연계해 혜택을 극대화한 방송 등이 대표적인 사례다.

올리브영에 따르면, 올영라이브는 이러한 차별성을 강점으로 내세우며 성장세를 기록하고 있다. 올해 상반기

기준 올영라이브 시청자 수는 지난 2023년 동기 대비 약 142% 늘었고 같은 기간 주문액은 33% 증가했다.

아울러 올리브영은 이미 ‘올영라이브’에 중점을 두고 온라인 사업에 꾸준히 주력해 왔다는 것이 국내 뷰티 업계의 중론이다.

실제로 올리브영은 국내 대표 프리미엄 브랜드인 아모레퍼시픽의 설화수와의 협업에서도 온라인 채널을 활용한 바 있다. 올리브영은 지난 5월 자사 공식 온라인몰에 설화수를 입점시켜 디지털에 익숙한 젊은 소비자층을 정조준했다. 특히 서울 신사동에 위치한 설화수 도산 플래그십에서 ‘올영라이브’ 방송을 열어 설화수 입점 일주일 만에 7억원을 돌파하는 매출을 올렸다. 해당 방송 누적 시청자 수는 35만명으로 집계됐고 시청자 중 30대 이하 고객의 비중은 61%를 차지했다.

이와 함께 올리브영은 올해 2분기 기준 1조2080억원의 매출을 올린 가운데, 온라인 매출은 지난 2023년 동기 대비 31% 증가했다고 밝힌 바 있다. 또 온라인 매출이 전체 매출에서 차지하는 비중을 살펴보면, 올해 1분기와 2분기 각각 약 26%, 27.3%로 집계돼 성장세를 지속하고 있다는 것이 올리브영 측의 설명이다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

신세계트뷰이

K패션 디자이너 육성

‘액셀러레이팅 F’ 우수 브랜드 선정

신세계트뷰이는 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원과 함께 신진 패션디자이너 발굴과 육성을 위한 프로젝트 ‘액셀러레이팅 F 데모데이’를 진행하고 우수 브랜드를 선정했다고 23일 밝혔다. 콘진원이 주관하는 액셀러레이팅 F는 글로벌 패션 시장에 진출할 신진 디자이너를 후원하는 프로그램이다. 소규모 유망 브랜드가 사업을 구체화하고 지속 성장할 수 있도록 지원하며 스타트업처럼 육성하는 것을 목표로 하고 있다.

신세계트뷰이와 콘진원은 지난 5월 참가자를 모집해 신진 브랜드 총 10팀을 선발하고, 10주에 걸쳐 전문 멘토링 과정을 진행했다. 모든 과정이 끝난 지난 11일에는 데모데이를 열고 패션 업계 관계자를 대상으로 브랜드를 소개하는 쇼케이스 시간을 가졌다. 참가자들은 브랜드 스토리부터 활동 성과, 신제품, 향후 비전 등에 대해 발표했다. 신세계트뷰이와 콘진원은 전문 심사위원과 데모데이 현장 평가를 종합해 총 2개의 우수 브랜드를 선정했다.

먼저 ‘신세계트뷰이 특별상’에는 패션 브랜드 ‘준데킴’이 선정됐다.

‘2024 데모데이 최우수 브랜드상’에는 슈즈 브랜드 ‘피노아치퀸’이 선정됐다.

/최빛나 기자

SK바사, 독감 백신 ‘스카이셀플루’ 인니 품목허가

북반구서 남반구까지 글로벌 행보
생산시설 연속 가동, 제조원가 절감

SK바이오사이언스는 세계 최초로 개발한 4가 세포배양 독감백신 ‘스카이셀플루4가 프리필드시린지’가 최근 인도네시아 식품의약품감독국(BPOM)으로부터 최종 품목허가를 획득했다고 23일 밝혔다.

국내에서 개발된 독감백신이 인도네시아에서 품목허가를 받은 것은 이번이 처음이다. 인도네시아는 지리적으로 북반구와 남반구 모두에 걸쳐 있어 세계보건기구(WHO)의 남반구 및 북



스카이셀플루 수송용 제품. /SK바이오사이언스

반구 독감백신 접종 지점이 동시에 적용돼 상반기부터 하반기까지 지속적인 백신 공급이 필요한 것으로 알려졌다.

이번 품목허가는 북반구에서 사용되는 독감백신에 대한 것으로 SK바이오사이언스는 향후 남반구 독감백신에 대한 인도네시아 보건당국의 허가도 빠르게 진행될 것으로 보고 있다. 이 경우 생산 시설을 연속 가동해 제조원가 절감 효과까지 높일 수 있다는 것이 SK바이오사이언스 측의 설명이다.

스카이셀플루는 임상을 통해 우수한 면역원성과 안전성을 입증해 세포배양 방식으로는 세계 최초로 세계보건기구(WHO)의 사전적격심사(PQ) 인증을 획득한 독감백신이다.

SK바이오사이언스에 따르면 세포

배양 방식은 유정란을 활용하지 않기 때문에 계란 알레르기가 있는 사람에도 비교적 안전하게 접종 가능하다.

또 세포배양 방식으로 제조한 백신은 유정란을 이용해 생산한 백신에 비해 바이러스 변이가 발생할 가능성도 낮아 효과적이다. 이와 함께 기존 유정란 방식 대비 생산 기간도 짧아 대유행 등 유사 시 신속하게 생산할 수 있는 것이 특징이다.

이러한 강점을 기반으로 SK바이오사이언스는 스카이셀플루의 해외 진출을 본격화한다는 방침이다.

/이청하 기자

동국제약, 관절 개선 개별인정형 원료 승인

동국제약이 한국한의학연구원과 공동연구해 자체 개발한 천연물 소재 ‘나한과박추출분말(DKB131)’에 대해 식품의약품안전처로부터 관절 건강 개선에 관한 개별인정형 기능성 원료 승인을 획득했다고 23일 밝혔다.

동국제약과 한국한의학연구원은 인체적용 시험과 동물 시험을 통해 나한과박추출분말의 관절건강 개선 효과를 입증했다.

특히 동국제약은 동물 연구에서 나한과박추출분말의 통증 완화 효과뿐 아니라 항염증, 연골보호 효과 등을 확인했다.

/이청하 기자

동국제약에 따르면 골관절염이 유도된 동물에게 나한과박추출분말을 경구 투여한 결과, 3주 후 혈액과 연골 조직에서 염증 유발 물질 생성이 감소했다. 또 연골을 구성하는 기질을 분해하는 효소가 억제되는 작용, 연골 형성 지표 단백질 발현 증가 등과 관련된 기전을 규명했다. 해당 내용은 지난 3월 국제 학술지 ‘뉴트리언츠’에 게재되기도 했다.

동국제약은 이번 승인을 기반으로 국내외 건강기능식품 시장에 차별화된 관절건강제품을 내놓겠다는 방침이다.

신세계L&B, 호주 와인 ‘투헨즈’ 캠페인

신세계L&B가 내달 10일까지 전국 와인앤모어 매장에서 국내 인기 호주 와인 ‘투헨즈’ 브랜드 캠페인을 진행하고 있다고 23일 밝혔다.

‘투헨즈’는 유명 와인 평론가인 로버트 파커가 ‘남반구 최고의 와인 메이커’라 극찬했을 만큼 높은 품질을 자랑하는 호주 프리미엄 와이너리다. 현재 70여 개국에 와인을 수출하고 있으며, 그 중 한국은 2024년도 기준 글로벌 수출량 1위의 핵심 시장이다.

신세계L&B는 더 많은 고객이 투헨즈의 프리미엄 와인을 합리적인 가격에 즐길 수 있도록 이번 브랜드 캠페인을 기획했다. 행사는 투헨즈 인기 제

품인 ‘픽처’ 시리즈와 ‘가든’ 시리즈를 대상으로 진행되며, 해당 제품 2병 이상 구매 시 25% 할인된 가격으로 제공한다.

대표 제품으로는 픽처 시리즈의 ‘엔젤스 셰어’와 가든 시리즈의 ‘벨라스가든’이 있다. 이른바 미식 와인으로도 잘 알려진 ‘엔젤스 셰어’는 우아한 풍미와 적당한 산도를 갖춰 햄버거, 피자 등 다양한 음식과 페어링하기 좋다. ‘벨라스가든’은 세계적인 와인 전문지 ‘Wine Spectator’ TOP100에 9차례 선정된 대표적인 프리미엄 호주 와인으로도 밀도 높은 탄닌과 과일 풍미의 균형 잡힌 맛이 일품이다.

/최빛나 기자 vitna@

지그재그

‘이랜드 메가워크’

겨울 시즌 기획전

카카오스타일의 e커머스 플랫폼 ‘지그재그’가 이랜드 대표 스파(SPA) 브랜드들의 인기 상품을 할인가에 판매하는 ‘이랜드 메가워크’를 진행한다고 23일 밝혔다. 지그재그에 따르면 ‘이랜드 메가워크’는 이랜드 대표 SPA 브랜드들의 인기 상품을 한데 모아 소개하는 연합 기획전이다. 니트, 카디건 등 ▲스파오 ▲미쏘 ▲로엠 ▲후아유 ▲슈펜 ▲클라비스 ▲폴더 ▲에블린 총 8곳 브랜드 상품이 준비됐다. 행사는 내달 3일까지 진행된다.

특히 이번 기획전에선 지그재그는 유튜브 크리에이터 아옴이와 협업한 콘텐츠를 선보인다. 크리에이터 아옴이는 콘텐츠 영상을 통해 이랜드 SPA 브랜드 상품을 활용한 다채로운 겨울 코디를 제안할 예정이다. 아옴이의 착장 상품은 기획전 기간 동안 지그재그에서 최저가로 구매할 수 있다.

다양한 할인 코너도 준비됐다. 지그재그는 인기 상품 30개를 단독 할인가에 판매하는 ‘단독 특가’, 카테고리별 수요가 높은 상품을 할인 판매하는 ‘카테고리 특가’, 가을 겨울 시즌 신상품을 소개하는 ‘브랜드 하이라이트’ 등을 운영한다.

/안재선 기자 wotjs4187@