

Breeze

브리즈 Life & Beauty Magazine | BREEZEKOREA.COM

CMN Cosmetic Marketing News



2016. OCTOBER

Vol. 134

화장품, 유쾌함에 빠지다

COSMETIC FRIENDLY

대형 브랜드 초강세 속 'New & Good'의 역습

강력한 보호에너지, 피부장벽 강화 '새결피부'를 선사하는 서리태의 비밀은?

계절에 따라 쿠션 선택도 달라져야 한다

속눈썹, 킬힐보다 더 아찔하게

Falling love with Fragrance

Welcome back Autumn Style!



- 게리송 모델 유진 -

인삼으로 탈모의 결과를 바꾸다

인삼의 생명력에서 찾은 강력한 탈모방지기술 Ginsen EX™

려 자양윤모 탈모방지샴푸



려
呂
Ryo

자양윤모
탈모방지
샴푸액

Anti-Hair Loss
Shampoo

지성 두피용

For Oily Scalp

청순함과 섹시함이 공존하다
Natural Brilliant

미즈온 모델 송하은
피부 표현



크리니크 x 모노 여자천군



2016 FW 헤라서울패션위크(Hera x Nicholas Kirkwood)



네이처리퍼블릭 바이글라워블러셔



수에무라 스테이지 피포머 블락 부스터

유행이든 아니든, 가을이 되면 부드러운 질감의 매트한 베이스 메이크업과 다소 진해진 컬러메이크업에 눈길이 가게 된다. 오일이나 펄 퍼우더를 사용해 인위적인 광(光)을 강조하는 대신, 자연스러운 윤기의 자연광이 최근의 트렌드. 건조해 보이지 않는 매트한 피부표현에 자연스러운 윤기를 더하는 화장품들이 대거 출시됐다. 청순함을 더욱 강조하기 위한 누드 메이크업이나, 음영의 펴의 반짝임, 다채로운 빛의 움직임을 반영한 광학 소재의 컬러들이 섹시하면서도 엘레강스하게 표현하는 것이 포인트. 가을이 시작되기도 전에 2017년 S/S 헤라서울패션위크도 개막을 기다리고 있다.

편집장 유수연

<코스메틱 매니아 뉴스>

스마트폰으로 보세요!

m.cmn.co.kr



화장품 구매전 모바일로 확인하세요!



CMN Cosmetic Marketing News

CONTENTS

Vol. 134 | October | 2016

08

Beauty Secret

강력한 보호에너지, 피부장벽 강화
'새결피부'를 선사하는 서리태의 비밀은?

11

Zoom

Cosmetic Friendly

- 화장품, 유쾌함에 빠지다
- 느낌이있는 Styling Chart

16

Autumn Must Item

계절에 따라 쿠션 선택도 달라져야 한다

18

Get the Tip

Falling in Fragrance

22

New & Hot

Moody & Grace

24

K-Beauty

대형 브랜드 초강세 속 'New & Good'의 역습

- 2016 상반기 베스트 화장품 발표
- SkinCare '파워 브랜드' 시장 점유율 추종 불허
- Make-up 아모레 군단, 색조시장서도 '파죽지세'
- Medicinal Herb 한국적 자연주의, 브랜드 시장 석권
- Body 진화하는 바디 제품 소비자 신뢰도 UP!

34

News

Fashion News | Beauty News

38

Guide

Shop in Myeong-dong
Shop in Garosu-gil | Shop in Hongdae

42

Culture

<뮤지컬>안녕! 유에프오 | <연극>이랑

46

Beauty Horoscope

Calm Down & Keep Cool!

48

Webtoon

속눈썹, "킬힐보다 더 아찔하게"



미려 틴업이 꼭 잡아주는 아르간 랩핑 보습

고보습 아르간 오일로 수분은 촘촘 피부는 촉촉

해피바스 내추럴 24
아르간 오일 울트라 딥 모이스춰 라인



에서 해피바스를 만나보세요.

해피바스 친구만을 위한 다양한 혜택 및 정보를 받으실 수 있습니다.

전국 대형마트 및 이리퍼음, 온라인 몰에서 구입하실 수 있습니다. 해피바스 고객센터 080-023-5454 www.happybath.co.kr

황금케어, 지금 시작하세요

쉽게 가질 수 없었던 귀한 원료로
쉽게 가질 수 없었던 빛나는 피부를 선사합니다

네이처리퍼블릭 **진생로얄실크 워터리 크림**

100%

촉촉하고 윤기 흐르는 피부가 되었다

95%

피부결이 매끄럽고 부드러워졌다

86%

피부가 탄력있고 팽팽해졌다

시험 대상 : 30-40대 여성 21명 / 시험 기간 : 4주 / 시험 기관 : (주)대한피부과학연구소

탄력, 주름, 보습! 항노화 안티에이징 크림

고려 홍심추출물, 순도 99% 골드, 실크 아미노산이 풍부하게 함유되어 있는 진생로얄실크 워터리 크림은 항노화 효능평가에서 우수한 결과를 얻은 항노화 안티에이징 크림입니다



순도 99% GOLD



6년근 고려 홍삼



지리산 로얄젤리



청정지역 황금누에



NATURE REPUBLIC
WHITENING & WRINKLE
IMPROVEMENT

GINSENG ROYAL SILK
WATERY CREAM

미백 · 주름개선
이중기능성 화장품

<코스메틱 매니아 뉴스>

스마트폰으로 보세요!

m.cmn.co.kr



화장품 구매전 모바일로 확인하세요!



CMN Cosmetic Marketing News

Life & Beauty Magazine [브리즈] Breeze

OCTOBER 2016 Vol. 134

브리즈 Breeze[b리즈]는 산들바람, 미풍의 의미를 담고 있는 단어로 살랑이는 미풍처럼 자연스럽게 트렌드를 받아들이고 조금씩 자신의 멋을 만들어가는 2030 여성들의 라이프 스타일을 대변하는 용어입니다.

대표이사 발행인 조병호 Byung-Ho, Cho

EDITORIAL DEPT.

편집장 유수연 yuka316@cmn.co.kr
기자 문상록 mir1967@cmn.co.kr
기자 이정아 leeah@cmn.co.kr
기자 심재영 jysim@cmn.co.kr
기자 신대욱 woogi@cmn.co.kr
기자 박일우 free@cmn.co.kr

ART DEPT.

디자이너 YEON k-hhee@hanmail.net

ADVERTISING DEPT.

광고국 부국장 김민수 Min-Soo, Kim

HR & ADMINISTRATION DEPT.

부장 조은선 Eun-Sun, Cho

PUBLISHING DEPT.

라이프 & 뷰티 매거진 브리즈 Breezekorea.com

ADDRESS

150-103 서울시 영등포구 선유로 146 ENC 드림타워 110호(양평동 3가)
(주)주간신문 CMN

편집문의 02-2628-5454

광고문의 02-545-5454

인쇄 (주)태신인팩 www.inpack.co.kr

Breeze 2016년 10월 1일 발행 통권 134호

등록일 2005년 3월 8일 등록 등록번호 영등포 라 00036

Breeze는 한국간행물윤리위원회의 윤리강령 및 실천요강을 준수합니다.

Copyright ©Cmn.All Right Reserved.

블랙티로 막아주고, 흑효모로 채워주는
2중 솔루션 세럼

블랙티와 흑효모를 블렌딩한 토니모리의 독자적인 성분으로
피부를 유해환경에서 막아주고, 항노화 효과를 발휘하여 보습과 탄력을 채워줍니다.



더 블랙티 런던 클래식 세럼

TONYMOLY

환절기 손상된 스킨케어의 머스트 해브
한울 '서리태 새결 크림'

강력한 보호에너지,
피부장벽 강화
'새결피부'를 선사하는
서리태의 비밀은?



환절기 손상된 피부 보호를 위한 비상이 걸렸다. 여름 내내 지친 피부에 급격히 차가워진 온도 등으로 매일매일 피곤에 지친 피부를 코팅해주고, 자생력과 보습보호를 해 줄 수 있는 데일리 케어가 필요한 계절. 천연의 강력한 보호에너지로 피부 장벽을 강화해 변화하는 외부 요인으로 피부 보호가 절실할 때, 건강하고 맑은 피부를 위해 한울 '서리태 새결 크림'이 새롭게 출시됐다. 한층 업그레이드 된 안티에이징 효능의 비밀은?

Secret 1



서리태

찬 서리를 이겨내는 강인한 생명력을 가진 특별한 콩으로, 강력한 보호 에너지가 피부 장벽을 강화해 변화하는 외부 요인으로부터 피부를 보호해 준다. 한울 '서리태 새겔 크림'의 주 원료인 서리태는 찬 서리를 이겨내는 강인한 생명력을 가진 특별한 콩으로, 강력한 보호 에너지가 피부 장벽을 강화해 변화하는 외부 요인으로부터 피부를 보호해 준다.

서리태 발효점액™

국내에서 서리 일수가 가장 긴 강원도 영월의 서리태 성분을 통해 발효해서 만들어졌다. 건강한 새겔 피부를 위한 3중 효과(지친 피부 코팅, 자생력 강화, 강력한 보습보호)를 한 번에 발휘해 일상에 쌓인 피부 손상을 케어해 준다.

마데카소사이드

마데카소사이드는 일명 호랑이 풀, 병풍에서 추출한 성분으로 서리태 발효 점액™과 만나 더욱 빠르게 건강한 새겔 피부로 바꾸어 주는 역할을 한다. 청명한 새벽 서리를 맞으며 여우는 서리태의 건강함을 담은 '새벽 서리향'으로 맑고 깨끗한 서리태의 건강함을 느낄 수 있다.



한울 '서리태 새겔 크림'
50ml / 50,000원대 (주름개선, 미백 2중 기능성)
강원도 영월의 서리태를 통해 발효해 얻은
이 건강한 새겔 피부로 바꿔주는 안티에이징 크림
한울 '서리태 새겔 크림'은 전국 아리따움 및
마트 그리고 아모레퍼시픽 온라인 몰과
아리따움몰에서 판매된다.

Secret 2

한울 서리태가 자라는 곳, 강원도 영월

서리태는 강원도 영월에서 자라는 특별한 콩이다. 겨울의 시작을 알리는 찬 서리, 서리는 온 땅 위를 하얗게 얼려버리는 추위속에서 새벽녘의 차디찬 서리를 이겨내고 여우는 토종 검은 콩이다. 서리가 흑독할수록 단단히 여우는 이 특별한 콩을 제대로 된 원료로 길러내기 위해 국내에서 서리일수가 가장 긴 강원도 영월이 최적지로 지목되고 있다. 한울의 서리태는 강원도 영월의 한울 서리태 농장에서 제대로 길러지고 있다.



한울의 발견, 서리태 발효 점액™

20여년의 콩 연구. 작지만 알찬 힘을 알기에 오랜 시간 연구 끝에 한울은 서리태 발효 점액™을 발견했다. 전통 콩 발효 방식 그대로 발효해 얻은 서리태 발효 점액™은 피부의 자생력을 키워주는 '한울 서리태 새겔 크림' 핵심 성분이다.

Collaboration With Character

캐릭터, 화장품을 정복하다

이미 오래전 이야기지만, 언젠가 패션에서 가장 권위적이고 보수적으로 알려진 LVMH 루이비통이 일본의 상징인 벚꽃 그림을 넣어 신제품을 출시했다. 전통적이면서도 살짝 위압적인 브랜드 이미지의 가방에 분홍색 벚꽃 꽃이나 일본 만화가 가미되어 뭐라고 표현할 수 없는 '파격'에 당시 전 세계 패션계는 경악했다. 그러나 언뜻 어색해 보이기도 했지만, 소비자들은 그 새로운 파격에 열렬히 반응했던 기억이 난다. 루이비통이 벚꽃 꽃과 일본 만화 시리즈는 나름대로 성공한 것이다. 그리고 루이비통과 디자인 제휴를 맺은 일본 화가 '무라카미 다카시'는 대다수의 일본인들이 신상품을 판단할 때 '귀여운가, 귀엽지 않은가'로 판단하는 경향이 있음을 정확히 판단해 낸 것으로 평가받았다. 물론 루이비통의 이런 파격적인 시도는 그들의 고객이 '머니 파워'를 자랑하는 일본인 VIP들이었으며, 그들은 만화에 너무나 익숙하게 노출되어 살아온 사람들이었기에 가능한 일이었다.

실제로 일본의 60대 이상 노년층들부터 만화를 읽고 자란 세대들이다. 전 국민이 만화에 푹 빠져 살고 있다 해도 과언이 아닐 만큼 만화는 그들의 일상이다. 만화책에서 막 튀어나온 옷을 입고 거리를 활보하고 하는 사람들이 있는가 하면 뭐든 Kawaii (귀엽다)는 말을 입에 달고 다닌다. 이런 만화 캐릭터와 럭셔리 브랜드와의 콜라보레이션의 현상은 일본이 세계 패션계에 미치는 영향도를 살펴보면 더욱 확실히 알 수 있다. 19세기부터 일본의 풍속화인 우키요에(浮世繪)가 많은 화가들에게 영감을 주었으며, 20세기에는 폼뎀데 가르송, 겐조, 잇세이 미야케, 요지 야마모토 등 아방가르드 디자이너들이 패션계를 주름잡았다. 그리고 21세기 자본으로

무장한 일본의 애니메이션 주인공들이 전 세계 럭셔리 브랜드들의 디자인에 영향을 미치기 시작한 것이다.

아무튼 이후, 패션계에서 럭셔리 브랜드와 애니메이션 주인공들과의 콜라보레이션 작업은 별스러운 일이 아니게 되었다. 쿼터 높기로 유명한 명품 브랜드에서 최고급 크루즈 라인을 론칭하면서 그 컬렉션에 전 세계인들의 어린 시절과 함께 한 도널드 덕의 '세일러 북'을 컨셉으로 정했을 때도 사람들은 두 눈을 의심했었다. 그러나 지금 만화 속 주인공들의 역습에 대해 이의를 제기하는 사람들은 없다. 이는 만화를 보며 자란 세대들이 명품을 소비할 정도로 가치분 소득이 높아졌다는 것과, 그들에게 만화나 캐릭터의 주인공들이 어떤 말보다 친근감 있고 설득력 있는 대체 커뮤니케이션 수단으로 완벽하게 자리 잡았다는 것을 의미한다.

마침 화장품 업계에도 캐릭터와의 콜라보레이션 붐이다. 어릴 적 꿈과 노스탈지아를 자극하는 애니메이션 캐릭터나 대중 만화 속 주인공들은 물론 모바일 메신저 출신인 캐릭터들까지 화장품 패키지 안으로 속속 뛰어들고 있다. 백가지의 홍보문구보다 그 사랑스러운 아이콘들의 '눈짓' '몸짓' '손짓' 하나에 모든 컨셉을 이해하는 요즘 사람들. 이 단순하고 귀여운 캐릭터들이 권위적이고 보수적인 명품 브랜드들의 디자인을 얼마나 많이 바꿔 나갈까? 소비자의 입장에서 트렌드를 바라보는 재미가 쏠쏠한 요즘이다.

편집장 유수연





메이크업도 패션도 'Fun & 樂'

Cosmetic Friendly

이젠 단순히 화장을 하는 것만으로 예뻐지거나 우아해 지진 않는다. 공기와 같이 부드러운 질감의 피부, 자연광 속에서 빛나는 잘 정돈되고 우아한 여성스러움이 트렌드로 주목받고 있긴 하지만, 그렇다고 진지한 건 싫다. 무엇보다도 중요한 건 화장도 인생도 즐겁고 재미있게, 가을을 더욱 유쾌하고 빛나게 해 줄 가을의 화장품 업계의 이슈는? 에디터 유수연

Humor Cute Entertainment

화장품, 유쾌함에 빠지다

화장품이 여성들의 화장대 위의 장식품에서 언제 어디서고 남들에게 보여주고 자랑하고 싶은 파우치 속의 액서사리로 변신했다. 권위적이고 위압적이었던 명품 화장품들도 최근 들어 보다 독특하고 개성적으로 대중과 친해지기에 나섰다. 이는 화장품의 트렌드에도 많은 변화를 가져오고 있는데, 제품의 기능과 품질은 물론, 독특 튀는 아이디어와 개성있는 디자인의 경쟁이 갈수록 치열해 지고 있다. 말이 필요없이 오감으로 느끼게 하는 화장품 패키지와 제형의 발전. 거기에 소비자 스스로 자신에게 어울리는 컬러를 블렌딩하거나 원하는 스타일대로 표현해 주는 셀프 블렌딩 서비스까지. 즐겁게 예뻐지는 시대다.



더페이스샵 | 디자인 캐릭터



에뛰드 | 미용사
리틀쿠마 x 에뛰드 x 세익스엔젤스



에스티로더 | 리틀쿠마



에뛰드 | 미용사



원더바스 | 영웅수 김숙

Trend 1. Model

유머와 반전의 개성과 모델 발탁 '붐'

실제로, 대한민국 최고의 미남 미녀만을 발탁하던 시대에서, 외모는 다소 뛰어나지 않아도 소비자들에게 더욱 공감을 받을 수 있는 개그맨이나 개성파 배우들의 발탁은 이제 일상의 다반사. 이는, 유머나 반전 코드를 활용해 소비자들의 호감도를 높이고자 하는 기업들의 의도이자 소비자들의 니즈이기도 하다. 광고 형식도 단발성 바이럴 영상으로 활용되는 사례가 늘고 있다. 마동석(에뛰드하우스), 라미란(에스티로더), 조세호(바닐라코) 허경환(잇츠스킨), 이니스프리(이국주), 원더바스(윤정수 김숙), 이외, 더페이스샵(서장훈), A.H.C(유세윤), 클레어스 코리(아이광수), SK-II(박나래), 아가타 코스메틱(오나미) 등이 이색 모델로 소비자들의 눈길을 끌었다.



잇츠스킨 | 허경환



바닐라코 | 조세호

느낌있는 STYLING CHART

Color & Detail

More light, More feminin

가을을 대표하던 컬러가 바뀌었다. 한층 가벼워지고, 한층 엘레강스해진 색상에 여성스러운 디테일과 시크한 반전매력을 선사한다. 레트로 디자인에 모던하면서도 느낌을 가미하거나 메탈과 레더 등 모던과 내추럴을 결합하여 더욱 세련된 이미지로 진화하고 있다.

1 2



3



로즈메리 그레이, 피오니, 우드 베이지 등 기본적인 가을 컬러에 핫 핑크, 오렌지, 네온 그린, 베이비 핑크, 라이트 퍼플이 포인트 컬러로 눈길을 끈다. 클래식한 플레어 스타일을 현대적인 실루엣으로 모던하게 재해석한 트루릴리전의 70년대 로우 라이즈 벨보텀 스타일이나, 지라운지(g Lounge)의 레이스업 하이탑 스니커즈 컬렉션이 여성스러움을 돋보이고 있다. 커밍스텝의 2016 컬렉션에서는 어슬러져 무드가 녹아있는 이너웨어와 스포티브 한 기능성이 겸비된 팬츠, 활용도가 높은 유틸리티 아우터도 가을의 느낌이 가득하다. 기본은 발레를 하듯 우아하게. 로즈골드와 실버가 어우러진 투톤 워치도 워너비 아이템.

1. 클라우디아 플랩백 (Claudia Flap bag), 배우 소이현 BEGE(비이 지이) 2. 모던하고 감각적인 스웨덴 북유럽 감성의 디자인은 물론 브랜드 고유의 유니크함이 돋보이는 시계, 트리바 3. 락앤롤의 거친 느낌과 시크한 무드를 돋보여 주는 플레어 데님 칼리(KARLJE) 라인, 트루릴리전(TRUE RERIGION)



진정한 쇼핑의 이유는 '필요해서' 보다 '갖고 싶어서'다.
 쌀쌀해진 날씨에 대항할 든든한 옷장도 필요하지만, 트렌드로 눈에 띄는 신상 목록들.

4. 만두백 디자인의 유니크한 웨딩과 골드 브라운 컬러가 돋보이는 데일리 백. 랑카스터(LANCASTER) 랑카스터 이네백 5. 생동감 넘치는 컬러로 에너지를 담은 마린 스노우 마레 백
 6. 테일러드 수트와 드레스, 그리고 아우터 등 다양한 모임과 드레스 룩으로 구성된 비오네(VIONNET) 2016 FW 컬렉션. 편집숍 지라운지(g Lounge)
 7. 젤스톤들을 오픈 세팅하여, 물 위에 떠 있는 듯한 세련된 느낌을 주는 리니아 스톤 링. 모니카비나더(MONICA VINADER) 8. 화이트 MOP 다이얼과 다이아몬드 인덱스가 우아하고 고급스러운 느낌을 주는 여성 워치. Gc워치 9. 이탈리아와 일본의 최고 장인에 의해 수작업으로 만들어진 16FW아이웨어컬렉션(Eyewear Collection), 브리오니(Brioni)
 10. 새들 스티치의 휴대용 가죽 케이스에 에르메스 베스트셀러 향을 담았다. 원하는 컬러와 향을 선택할 수 있어 자신만의 스타일을 뽐내는 아이템으로 재격이다. 에르메스(HERMES) 레더 케이스(Leather Case) 11. 발레를 연상케 하는 우아함으로 다양한 스타일의 연출이 가능한 부츠 컬렉션. 레피토



가을, 기능성 쿠션, 핫해! 핫해!
계절에 따라 쿠션 선택도 달라져야 한다

NATURE REPUBLIC NEW CUSHION

유난히도 무더웠던 여름. 드디어 기다리고 기다렸던 가을이 왔지만, 급격한 온도차와 건조해진 공기에 피부는 또 다시 민감해졌다. 그래서 이 맘때쯤엔 환절기에 적합한 스킨케어 고르는 것이 여성들의 가장 큰 관심사. 하지만 정작 스킨케어 제품이 바뀌더라도 마지막에 사용하는 메이크업 베이스 제품을 제대로 선택하지 못했다면, 푸석해 보이는 피부 톤과 쉽게 들뜨는 메이크업을 해결할 수 없다. 올 가을 피부에 신경쓰는 여성들을 위한 기능성 쿠션 제품은 어떤 것이 있을까? 다양한 피부 타입과 컬러로 선택의 폭을 넓인 네이처리퍼블릭의 기능성 쿠션 중심으로 자세하게 알아보자.

1. 프로방스 인텐시브 앰플 쿠션 SPF50+ PA+++ 2중
- 01 라이트베이지, 02 내추럴베이지(각 15g/각 23,900원)
앰플을 바른 듯한 풍부한 영양감으로 메이크업은 물론 스킨케어 기능까지 한 번에 해결하는 미백과 주름개선, 자외선 차단 3중 기능성 쿠션.

2. 퓨어 샤인 내추럴 쿠션 SPF50+ PA+++ 2중
- 01 라이트베이지, 02 내추럴베이지(각 12g/각 9,900원)
얇고 미세한 발림성과 은은한 광채가 자연스러운 피부를 연출하는 콤팩트한 사이즈의 내추럴 쿠션.

3. 프로방스 에어 스킨 핏 쿠션 SPF50+ PA+++ 모이스처 2중
- 01 라이트베이지, 02 내추럴베이지(각 15g/각 14,900원)
미스트를 뿌린 듯 촉촉하게 마무리되는 미백과 주름개선, 자외선 차단 3중 기능성 쿠션.

4. 프로방스 에어 스킨 핏 쿠션 SPF50+ PA+++ 오일 컨트롤 2중
- 01 라이트베이지, 02 내추럴베이지(각 15g/각 14,900원)
번들거림 없이 보송하게 마무리되는 미백과 주름개선, 자외선 차단 3중 기능성 쿠션.



프로방스 인텐시브 앰플 쿠션 01 라이트베이지 02 내추럴베이지

6년근 고려 홍삼과 청정 로얄 젤리, 프로폴리스 앰플 함유로 바를수록 건강한 윤기를 더해 주는 미백과 주름 개선, 자외선 차단 3중 기능성 광채 쿠션(SPF50+ PA+++)

- 메이크업은 물론 스킨케어 기능까지 한번에!
- 커버력과 지속력은 물론 앰플을 바른 듯한 풍부한 영양감
- 두드릴수록 고급스런 윤기 부여



퓨어 샤인 내추럴 쿠션 01 라이트베이지 02 내추럴베이지

파우더를 사용한 듯 얇고 산뜻하게 마무리돼 투명하고 맑은 피부를 연출하는 내추럴 미니 쿠션(SPF50+ PA+++)

- 파우치, 클러치에 쏙~ 들어가는 콤팩트한 사이즈
- 초보자도 쉽게 사용할 수 있는 쿠션의 정식
- 생기를 더하는 바닐라 추출물과 수분을 유지하는 블루라군 워터 추출물 함유

네이처리퍼블릭 NEW 기능성 쿠션 라인업

이전 쿠션도 내 피부에 꼭 맞게 따져보고 사용하지. 예전의 쿠션을 21호와 23호로 나눴다면 지금은 커버와 내추럴, 간성용과 지성용, 더 나아가 스킨케어 기능을 더한 쿠션까지 각각각색의 다양한 스펙으로 세분화되고 있으니 말이다.



프로방스 에어 스킨 핏 모이스처 쿠션 01 라이트베이지 02 내추럴베이지

공기처럼 가볍고 얇게 밀착돼 미스트를 뿌린 듯 은은한 수분광을 연출하는 미백과 주름 개선, 자외선 차단 3중 기능성 보습 쿠션(SPF50+ PA+++)

- 듀얼 모이스처 시스템(Dual Moisture System)으로 끈적임 없이 산뜻한 수분감
- 피부 보습과 진정에 도움을 주는 카렌둘라 허브 추출물 함유
- 시원한 쿨링감으로 하루 종일 생기 있는 피부 톤 유지



프로방스 에어 스킨 핏 오일 컨트롤 쿠션 01 라이트베이지 02 내추럴베이지

공기처럼 가벼운 밀착력과 미세 파우더가 유분을 케어해 오랜 시간 보습한 피부를 연출해 주는 미백과 주름 개선, 자외선 차단 3중 기능성 롱웨어 쿠션(SPF50+ PA+++)

- 슬라이딩 파우더(Sliding Power) 성분 함유로 번들거림 없이 보습한 사용감
- 유수분 밸런스 조절에 도움을 주는 바지 허브 추출물 함유
- 다크닝 없는 깨끗한 피부 톤 지속

환절기 스킨케어 Q&A

Q 아무리 수분 크림을 평소보다 두껍게 발라도 푸석해 보이고 탄력이 회복되지 않아요.

A 환절기엔 그 시기에 맞는 제품을 선택하는게 무엇보다 중요해요. 지금까지 사용하던 제품만으로는 건조하고 쌀쌀한 공기로부터 피부를 보호하기 어려워요. 이럴 땐 항노화 인증의 네이처리퍼블릭 진생 로얄 실크 워터리 크림을 선택해 보세요. 눈으로 보여지는 순도 99% 금 성분이 고급스런 윤기를 부여하고 4가지 귀한 자연 성분의 농축된 영양과 진한 보습감이 손끝으로 느껴지는 탱탱한 피부 자신감을 선사해 줘요.

진생 로얄 실크 워터리 크림 (60g/66,000원)
순도 99% 금과 6년근 홍삼 등 자연에서 귀하게 얻은 4가지 재료의 영양을 함유한 미백과 주름개선 기능의 프리미엄 안티에이징 크림. 시험 기관에서 4주간 진행한 항노화 효능 평가와 설문 조사를 통해 주름 및 피부 보습, 탄력 개선 등의 효과를 인정받았다.



올바른 향수 사용을 위한 Q&A

Falling love with Fragrance



강하고 매혹적인 향기에도 궁합이 필요하다.
때와 장소에 맞추어서 알맞은 향수를
사용하는 방법. 본능을 자극하는
무색 무미의 마법의 세계에 대한 궁금증.

Q 본격적으로 향수를 사용해보고 싶은 26세 남성입니다. 내게 맞는 향수를 어떻게 선택해야할지 궁금합니다.

A 향수를 처음 사용하는 남성들이 빠지기 쉬운 함정이 '남성적인 느낌이 물씬'이라는 이미지에 현혹되는 것이예요. 그러나 처음부터 무조건 섹시함을 어필하면 거부감을 느끼기 쉬워요. 향수를 처음 사용하는 초보자들은 처음 향기가 그다지 강하지 않은 타입과 라스트 노트로의 도달이 빠른 (향기가 날아가기 쉬운) 것을 선택해 조금씩 자신이 좋아하는 향으로 확대해 가는 것이 좋아요. 그런의미에서 산뜻하고 시간이 지나면서 달콤한 향으로의 변하는 것이 가장 좋은 향이죠. 그리고 상쾌한 향이 조금씩 섹시함으로 변화하는 향수도 비즈니스 현장에서 일을 잘하는 인상을 줘요.

Q 향수를 고르는 것이 쉽지 않아요. 향을 선택하는데 특별한 규칙이라도 있나요?

A 매장에서 전문가들에게 추천받는 것이 가장 간편하지만, 무조건 잘 나가는 제품이나 인기 상품 위주로 권하는 경우도 있으므로 자기 취향을 파악하는 게 중요해요. 그러나 향을 고르기 위해 3~4가지 종류의 향기를 맡다 보면, 뭐가 뭔지 잘 모르게 돼버리기 십상이죠. 조금하게 찾지 말고 평소 자신이 좋아하는 향에 관심을 갖는 것이 중요하답니다. 일반적으로 향에는 추상적인 이미지가 포함돼 있어, 자신이 좋아하는 향을 선택하는 것이 가장 우선이고, 그 다음에 남에게 어필하고 싶은 향을 선택하는 것이 좋아요. 포머드 냄새를 풍기는 듯한 중후한 느낌의 남성들은 라벤더향에 시트러스나 마린이 혼합된 향수를 사용하면, 젊은 느낌을 회복할 수 있어요.

Q 향수를 좋아하는 20대입니다. 최근 좋아하는 향들을 섞어서 저만을 느끼게 할 수 있는 독특한 향을 만들어 보고 싶은데 모험일까요?

A 자신이 좋아하는 향을 섞어서 색다른 이미지를 만들려는 실험정신이 뛰어난 사람들이 늘고 있는 것이 요즘의 추세죠. 시판되는 제품들은 이름 있는 조향사들에 의해 수년간 검증 받은 향이 제품들이니까 무난하기도 하고, 일반적인 향들보다 고급스럽죠. 특히 개성이 강한 향끼리 믹싱을 하면, 역효과를 초래할 수 있으므로 주의하세요. 굳이 자신만의 향을 만들고 싶다면, 농도가 낮은 코롱이나 토왈렛 등에 그보다 살짝 강한 향을 올려 무거운 향을 중심으로, 미세하게 섹시함을 가미하는 정도로만 해보세요.

Q 계절에 따라 쓰는 향수가 다르다고 하는데, 사실인가요?

A 향기는 기온과 온도에 민감하게 반응합니다. 특히 습도가 낮으면 향기가 빨리 날아가 버리므로 좀 짙은 오리엔트 계열의 짙은 머스크 향과 바닐라 향도 무난하지만, 봄철에는 여리고 상냥한 느낌의 플로럴계, 무덥고 습기가 많은 여름철에는 감귤, 발린, 후 세아 등 상큼한 계열의 향, 가을철에는 조용하고 달콤하며, 따뜻한 느낌의 향, 겨울철에는 같은 플로럴계라도 조금 더 짙고 로맨틱한 향이 훨씬 세련된 느낌을 준다고 해요.

Q 향수에도 트렌드라는 것이 있나요?

A 과거 트렌드는 패션이 선두해 왔으며 크게 엘레강스와 캐주얼을 축으로 10년 주기로 변화하는 공식이 있었죠. 이런 트렌드는 화장품, 인테리어, 주방용품, 가구에 까지 영향을 미쳐왔죠. 그러나 요즘처럼 개성이 강하고, 자신의 취향이 중시되는 시대에 트렌드나 유행이라는 의미는 많이 희석되었어요. 특히 향수는 입는 옷과 장소에 따라서 어울리는 향수가 있고, 거기에 맞춰 적절하게 사용하는 것이 중요하지 트렌드라는 것은 그리 중요하지 않습니다.



Q 최근 좋아하는 향수가 생겼어요. 늘 뿌리고 다니고 싶은데, 주의할 사항이 있을까요?

A 향수를 뿌리거나 아로마 향을 즐기는 데 있어 절대적인 규칙이나 룰은 없어요. 단지, 식당이나, 병원 등 사람들이 냄새에 예민해져 있는 장소에서는 자제하는 것이 좋고, 자신이 아무리 좋아하는 향이라도 좋아하지 않는 사람들이 있을 것을 생각해서 너무 진하게 뿌리지 말아야 한다는 기본 매너가 있을 정도죠. 일반적으로 향수는 농도가 짙으므로 피부에 점을 찍듯 한두 방울. 오데 코롱은 손 끝에 몇 방울 뿌려 손바닥으로 바르듯 사용하는 사람이 있어요. 스프레이라면, 10센티 떨어져서 면을 발라주듯 살짝 푸쉬~푸쉬~ 해주세요. 그 중간인 토와레나 오 드 퍼퓸은 선을 그리는 감각으로 뿌려주세요.

Q 향수에 대한 설명서를 보면, 톱 노트, 미들 노트, 라스트 노트라는 말이 있는데, 무슨 뜻인가요?

A 향수는 전체적으로 하나의 향이라고 생각되지만, 많은 원료로 구성되어 있습니다. 향을 구성하는 분자들이 피부에 닿으면서 향들이 그러데이션처럼 퍼져 나가고, 사람들은 느끼기 쉬운 향의 성분을 차례로 느끼게 되는 거죠. 향을 뿌렸을 때 가장 처음 느껴지는 향을 탑 노트라고 하는데, 화려하면서도 깊은 향이지만 휘발성이 있어서 오래가진 않아요. 처음 인상을 좌우하는 향으로 감귤계의 향수에 많죠. 5~10분 정도 지나면 확실하게 안정된 향을 느낄 수 있어요. 이때의 향을 미들 노트라고 해요. 이 향은 3시간 정도 미들 노트의 시간이 지나면, 마지막 여운으로 남는 것이 라스트 노트예요. 길게는 12시간 정도 가는 향도 있어요.



Q 향수의 효과를 느낄 수 있는 적절한 시간대는 무엇인가요?

A 향수를 뿌리는 목적은 자신도 즐거워지거나 행복해지는 것이고, 타인에게 보다 자신의 이미지를 좋게 각인시켜 주는 거예요. 향수는 패션의 마지막 피리어드라고 하거든요. 그러나 향수를 뿌려주는 적당한 타이밍은 향수의 미들 노트가 본격적으로 자리를 잡기 시작하는 사람들을 만나기 10분 전 정도에 뿌려 주는 것이 좋다고 해요. 그러나 향수는 상품에 따라서 가장 좋은 향이 나오는 시간과 지속 시간이 다르므로 가장 은은하게 자신이 마음에 드는 타이밍이 언제쯤인지 관심 있게 관찰해 두면 좋아요.

Q 같은 향수라도 사용자의 체취 등에 따라 향이 달라진다고 하는데, 맞는 말인가요?

A 사람마다 체질에 따라 독특한 체취가 있다고 하므로, 자신에게 어울리는 향이 따로 있다는 말은 어느 정도 맞는 말이라고 생각됩니다. 시향지에 뿌려서 향을 테스트하면 객관적인 향을 평가할 수는 있지만, 자신의 체취와 어울리는지는 잘 알 수 없어요. 그렇다고 자기 몸에 뿌리면서 향을 고르는 것은 다른 향과 화장품이 뒤섞여서 제대로 향을 골라내기가 어려워져요. 그리고 향수를 고를 때 3~4종류 이상을 테스트하는 것은 무의미해요. 후각 마비 현상 때문에 향을 테스트하기 어렵거든요. 이런 장점과 단점이 있으므로 가장 좋은 방법은 처음에는 시향지로 객관적인 향을 골라내고, 마음에 드는 향은 자신의 손목에 한 종류만, 혹은 양쪽 손에 두 가지 향을 발라보고 번갈아 맡아보세요.

Q 향수를 보다 잘 활용하기 위해 숙지해 두어야 할 사항이 있나요?

A 향수는 잘 사용하면 '향기'이고, 잘못 사용하면 '악취'가 될 수 있습니다. 분비물이 많고 체취가 강한 곳에 냄새를 가린다는 개념으로 뿌리게 되면, 냄새가 섞이면서, 불쾌한 악취로 변질될 수 있으므로, 주의해야 합니다. 그런 의미에서 기본적으로 향은 아래에서 위로 올라오는 성향이 있으므로 아래쪽, 맥박이 뛰는 곳에 뿌려주는 것이 정석입니다. 온도도 높은 곳에서 향기가 더 많이 발산되므로, 몸의 따뜻한 부분에 뿌리는 것이 좋고요. 여성들 중에서는 머리카락, 발목, 심지어는 손톱 사이에 향수를 뿌리는 사람들도 있습니다.

T.O.P & SELECT POINT



Date



자몽 레몬 등 시트러스 향이나 과일 향 혹은 비누향처럼 은은한 그린 플로럴(풀 향기) 향

달콤한 과일 향이나 섹시한 로즈 향으로 달콤하고 따뜻한 분위기를 연출하는 것이 포인트. 성숙한 아름다움과 순수함. 생기 발랄함을 조화롭게 전달하는 것이 중요하다. 너무 발랄하거나 귀여운 느낌의 향을 선택하면 언밸런스한 느낌을 주기 쉬우므로, 지나치게 캐주얼한 향을 고르지 않도록 주의할 것. 성숙한 여인으로 다가가고 싶다면, 순수하면서도 분위기 있는 향을 선택하는 것이 좋다.

Meeting



아쿠아 마린과 우디향(나무향), 혹은 초원이나 물의 느낌을 간직하고 있는 신선한 향

플로럴 계나 프레시한 느낌을 주는 상큼한 향이 좋다. 첫 만남에서 좋은 인상을 주기 위해서는 은은하고 신선한 향기로 다가가야 한다. 그러나 진한 향에 거부감을 갖는 사람들도 있으니, 오리엔탈 계열이나 플로럴 계열의 향을 너무 강하게 뿌리는 것은 좋지 않다.

Club & Party



스프리스 계 향이나 오리엔탈 계열의 향

남들보다 멋지고 돋보이기 위 해서는 화려한 드레스와 메이크업, 액세서리도 중요하지만 빼놓을 수 없는 아이템이 바로 향수. 화사하고 유혹적인 향인 플로럴 계열이나 오리엔탈 계열의 향수를 뿌려 준다면 그 화려함은 더욱 빛을 발한다. 섹시한 느낌의 파티복에는 로즈, 젤리 등이 가미된 플로럴 계열 향수가 어울린다.

Office



시원한 아쿠아 마린이나 풍부한 느낌의 알데하이드 계열향

유행을 타지 않는 심플한 정장이 어울리듯 향수도 너무 진하게 뿌리지 않는 것이 좋다. 좁은 사무실내 많은 사람들이 장기간 함께 생활하기 때문에 향이 너무 강하면 거부감을 너무 화려하면 혼란스러움을 줄 수 있으므로 될 수 있는 대로 은은하게 사용한다.



SKIN CARE



멜비타 로즈 넥타 페이스 케어 라인
 멜비타만의 혁신 인퓨전 과정으로 탄생됐다. 로즈 넥타 미셀라 토너와 프레쉬 아이 컨투어 젤 외 100% 미네랄 필터가 피부톤을 밝고 고르게 가꿔주는 BB 크림.

미샤 니어스킨 더스트리스 시리즈
 버블 팩투폼, 클래리파잉 토너, 디펜스 세럼, 디펜스 선블록으로 구성됐다. 미세먼지 등 오염물질로부터 피부를 보호한다.



MAN



스웨거 아이브로우 메이커
 남성 전용 아이브로우 펜슬. 초보자도 사용할 수 있는 스펀지 팁으로 되어 있어 쉽고 간편하게 사용 가능하다. 내추럴 블랙 컬러가 흐린 눈썹을 자연스럽게 선명하게 표현해준다.

스킨푸드 핫게 에너지 포 맨 & 비수리 리바이브 포 맨
 남성 전용 스킨케어 라인. 핫게 에너지 포 맨은 핫게 열매 추출물이 함유된 수분 충전 라인으로 토너, 에멀전, 크림 3종 구성.



Moody & Grace
 컬러로 맞는 가을

울긋불긋 단풍과 함께 계절의 정점을 향해 달려가는 10월. 하나둘 잎이 떨어지면서 가을이 실감나게 무르익어 간다. 보다 우아하고 분위기 있는 가을 컬러로 만끽 하는 가을. 산뜻하게 Get it! 에디터 이경아

MAKE-UP

입큰 로망 드 파리
 입큰의 2016 FW 제품. 생동감 있는 풍경 컬러를 중심으로 파리지역의 세련된 감성을 담아 낸 메이크업 컬렉션이다.



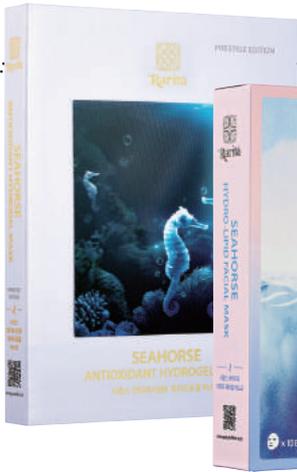
이니스프리 제주 컬러 피커
 제주 산굼부리 역사밭의 풍성한 가을 컬러를 그대로 담은 2016 인니스프리 '제주 컬러 피커'. 섀도우 키트, 페이스 쉬머링 듀오 등 16개 제품을 출시했다.

랑콤 NEW 압슬쉬 루즈
 올해로 출시 25주년을 맞은 랑콤의 스테디셀러 립스틱 압슬쉬 루즈의 새로운 버전. 원-터치 클릭형 케이스로 사용이 편리함까지 더했다.



스틸라 가을 컬렉션
 브랜드 최초 매트 립스틱인 스테이 올 데이 매트피센트 립스틱이 포함된 스틸라 2016 가을 컬렉션. 립스틱 외 스테이 올 데이 립 라이너, 스테이 올 데이 워터프루프 브로우 컬러가 함께 구성됐다.





PACK & CLEANSING

라리타 시호스 안티옥시던트
하이드로겔 마스크 &
하이드로리피드 페이스 마스크
청정 제주산 해마를 담은
라리타 시호스 마스크팩
신제품, 제주 해마와
제주 마유 등 제주산 프리미엄
원료 8가지를 함유했다.

혁슬리 클렌징 워터 & 젤
사하라 사막에서 얻은 귀중한 원료인
'선인장 시드 오일'을 메인 성분으로 풍부한
보습감이 기본이 되는 워터 타입과
젤 타입 2가지 텍스처로 라인업 됐다.



BASE MAKE UP

쓰내추럴 워터링 컬러 베이스
울긁불긁, 고르지 못한
칙칙한 민낫을 화사하게 밝혀
주는 베이스 제품이다. 핑크,
그린, 라벤더 3가지 피부
결점 별 맞춤 컬러로 구성.
촉촉한 워터 제형으로
가볍고 산뜻하게 피부 밑
바탕을 깔아준다.

데코르테 AQMW
베이스 메이크업 컬렉션
빛에 깊이감을 더한 고급스러운
광채와 포근하게 배어 나오는 우아한
윤광으로 화사하고 고급스러운
피부 톤으로 연출해 준다.



메리트 시크샌디 라인
메리트 브랜드에 새롭게
추가한 베이스 메이크업
전문 라인. 에센스 팩트,
CC크림, BB크림,
에어 파운데이션 4종 구성.

CREAM

올리카 올리카 프리임
유스 골드 캐비어 캡슐 크림
캐비어의 영양을 한 형태로 농축한
캡슐과 순금 성분을 담은 영양 크림.
오메가-3, 미네랄, 아미노산 등
각종 영양 성분이 풍부해 피부에
탄력과 에너지를 부여한다.



더페이스샵 로즈 톤업 크림
핑크빛의 부드러운 생크림 제형이 바르자마자 흡수돼 보습감과 피부톤을
자연스럽게 밝혀준다. 순금, 다마스크 장미 추출물 등을 함유해 피부를 환하고
자연스럽게 밝혀준다. 스킨케어와 메이크업이 동시에 가능하다.



지베르니 밀착 픽스 슈폰 팩트 리얼 스킨 에디션
패션잡화 브랜드 '탈리(TALL)'와 콜라보레이션으로 만든 스페셜 에디션. 진한 뱀무늬의
가죽 케이스로 100% 천연 뱀가죽을 소재로 제작했다. 케이스는 매혹적이고 여성스러운 러블리
바이올렛, 세련되고 모던한 럭셔리 크림, 청량하고 깊은 클래식 아쿠아 3컬러로 구성.



상반기 화장품 소비동향은
‘정중동(靜中動)’

대형 브랜드 초강세 속 ‘New & Good’의 역습

화장품 마케팅 신문 CMN과 글로벌 조사 전문 기업 칸타 월드패널이
공동조사 발표한 2016 베스트 화장품 조사 결과에 따르면,
올 상반기 화장품 소비동향은 한마디로 ‘정중동(靜中動)’.
파워브랜드들을 향한 브랜드 충성도는 여전하지만, 새로움에 대한
관심은 놓치지 않는 이른바 스타 브랜드들의 출현도
두드러지는 모습을 보여주고 있다. 에디터 유수연



2016 상반기 베스트 화장품 톱 5로 본

KOREA COSMETIC MARKET TREND

TREND 1

자연주의=명품 인식 높아져

상반기 화장품 소비자들의 동향을 살펴보면, 웰빙, 건강하게 살고자 하는 소비자의 '웰니스'에 대한 욕구가 점차 높아짐에 따라 우선 자연주의 화장품들의 시장 점유율이 해마다 확대되고 있다. 한층 산뜻해진 향기, 가벼운 질감, 그리고 무엇보다도 전통소재에 대한 신뢰도와 과학이 결합된 기능성의 업그레이드에 대한 니즈도 높아지고 있다. 천연 추출 성분을 주원료로 하는 자연주의 코스메틱이 안티에이징 효과가 있다는 것이 알려지면서 화장품 전체의 트렌드를 주도하고 있는 것은 물론, 수많은 검증 단계를 거쳐 '천연' 이 바로 '명품'이라는 인식이 높아지고 있는 것이다. 특히, 한방 브랜드들의 확대도 두드러진다.

TREND 2

홈쇼핑 대박상품의 역습

홈쇼핑에서 히트한 아이템이 상반기 시판채널 파운데이션 부문도 점령했다. 에이지 20's는 베스트 화장품 23개 카테고리 중 최고이자, 점유율 40%를 넘는 유일한 브랜드이기도 하다.

애경 측은 에이지 20's 에센스 커버 팩트가 이 같은 성과를 보이는 이유로 탄탄한 제품력을 꼽고 있다. 실제 입소문을 통해 3040 여성은 물론 20대 여성까지 구매층이 확대되면서 신규 구매자의 유입 및 기존 소비자의 구매가 꾸준히 이어지고 있는 것이 이를 방증한다.

TREND 3

립 부문, 해외 브랜드 선호 여전

립 부문에서의 수입 브랜드 강세는 여전하다. 크리스찬 디올, 맥, 입생로랑, 샤넬 등 수입 브랜드 들은 순위 변동만 있을 뿐 올해도 여전히 Top 5에 들었다. 1위는 크리스찬 디올이 10.0%의 점유율을 얻었으며 2위는 9.6%를 얻은 '맥'이 차지했다. 3위는 8.0%를 얻은 입생로랑이, 4위는 5.1%의 샤넬이 각각 차지했다. 지난해 4위였던 헤라는 5.0%의 점유율을 얻는데 그쳤다. 흥미로운 사실은 립 부문에서 '맥'보다는 '크리스찬디올'이 앞섰다는 점과, 마스크라에서는 국내 '에뛰드하우스'가 '랑콤'을 앞지르는 현상이 일어난 것. 아이라이너에서는 '더페이스샵'이 새 강자로 올라섰다.

TREND 4

달라진 파운데이션 시장, 순위도 '지각변동'

파운데이션 부문에서는 지난해 상반기와는 판도가 완전히 달라졌다. 전체 채널에서는 지난해 상반기 1, 2위를 다뤘던 아이오페와 헤라가 모두 5위권 밖으로 밀려나고 홈쇼핑 대박아이템으로 혜성같이 나타난 에이지20's가 19.8%를 얻으며 파운데이션 부문 새로운 강자로 등장했다. 그 뒤를 이어 지난해 3위였던 에스티로더가 10.9%로 점유율을 높이며 2위까지 올랐고 설화수는 5.1%를 얻어 3위에 그쳤다.

TREND 5

아이 메이크업 부문도 국내 브랜드의 '압승'

립 부문을 제외한 메이크업 제품에서의 국산 브랜드의 강세는 더욱 두드러진다. 특히 아이샤도 부문은 수입 브랜드들이 국내 브랜드를 추격하는 역전의 모양새를 보이고 있다. 특히 에뛰드 하우스의 아이샤도와 마스크라는 전체 채널 시판채널 모두 1위를 기록하는 기염을 토했다. 아리따움과 미샤의 아이샤도 제품들은 전체 채널, 시판채널 모두 2~3위를 기록했다. 아이라이너는 더페이스샵이 강세를 보였다.

TREND 6

네일부문, 브랜드샵 '균용할거'

한편, 네일 부문에서 샤넬을 제외하고 아리따움, 이니스프리, 더페이스샵, 에뛰드하우스 4개 브랜드숍이 강세를 보였다. 시판 채널만 보면 아리따움이 경쟁 브랜드를 압도했지만 전체 채널에서는 1위부터 3위간 격차가 크게 좁혀졌다. 또 3, 4위간 격차도 크지 않았다. 전체 톱 5 브랜드의 점유율은 62.1%로 전체 시장 비중이 컸다.

2016 상반기 베스트 화장품 발표

KOREA BEST COSMETIC

★2016 상반기 대한민국 베스트 화장품 (전체 채널)

토탈			기초토탈			색조토탈		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	설화수	11.5	1	설화수	14.4	1	헤라	6.2
2	헤라	5.2	2	이니스프리	4.8	2	에뛰드하우스	4.9
3	이니스프리	4.6	2	헤라	4.8	3	맥	4.5
4	후	3.9	4	후	4.6	4	크리스찬디올	4.2
5	아이오페	3.3	5	아이오페	3.2	5	이니스프리	4.1

스킨&로션			크림			에센스		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	설화수	18.6	1	설화수	16.4	1	설화수	17.8
2	후	5.7	2	아이오페	4.1	2	후	5.7
3	이니스프리	5.4	3	이니스프리	3.5	3	숨	5.4
3	아이오페	5.4	4	헤라	3.3	4	헤라	4.9
5	오워	4.2	5	후	3.1	5	SK-II	4.8

한방			여드름			자외선차단제		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	설화수	60.3	1	이니스프리	18.7	1	헤라	17.3
2	후	19.3	2	더페이스샵	9.1	2	후	6.0
3	수려한	7.6	3	아이오페	7.9	2	더페이스샵	6.0
4	한울	5.2	4	에터미	7.1	4	이니스프리	4.8
5	더페이스샵	2.3	5	케어존	4.7	5	A.H.C	4.4

비비크림			씨씨크림			파운데이션		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	미샤	11.2	1	리엔케이	33.2	1	에이지투웨니스	19.8
2	더페이스샵	7.3	2	헤라	11.6	2	에스티로더	10.9
3	랑콤	6.3	3	후	9.3	3	설화수	5.1
4	에터미	6.2	4	설화수	5.5	4	조르지오아르마니	3.5
5	닥터자르트	4.9	5	SK-II	5.4	5	바비브라운	3.3

파우더			립			아이샤도		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	설화수	14.3	1	크리스찬디올	10.0	1	에뛰드하우스	23.7
2	이니스프리	9.9	2	맥	9.6	2	아리따움	13.9
3	후	6.6	3	입생로랑	8.0	3	미샤	6.1
4	헤라	6.2	4	샤넬	5.1	4	바비브라운	5.8
5	크리스찬디올	6.1	5	헤라	5.0	5	크리스찬디올	5.3

마스카라			아이라이너			네일		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	에뛰드하우스	16.9	1	더페이스샵	13.5	1	아리따움	18.4
2	헤라	8.4	2	에뛰드하우스	8.8	2	샤넬	14.4
3	메이블린	7.0	3	토니모리	7.2	3	이니스프리	13.6
4	미샤	6.8	4	클리오	6.1	4	더페이스샵	10.9
4	키스미	6.8	5	미샤	5.7	5	에뛰드하우스	4.8

클렌징			팩			바디세정		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	이니스프리	9.2	1	이니스프리	9.0	1	해피바스	19.1
2	설화수	6.8	2	더페이스샵	4.9	2	온더바디	17.2
3	더페이스샵	6.2	2	설화수	4.9	3	바디시리즈	4.2
4	헤라	4.2	4	메디힐	3.8	4	샤워메이트	3.8
5	에뛰드하우스	3.1	5	프리메라	3.0	5	비온드	3.6

바디보습			샴푸&린스			염모제		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	아토팜	4.8	1	리엔	12.5	1	미장센	21.4
1	세타필	4.8	2	케라시스	12.4	2	리엔	16.2
3	뉴트로지나	3.3	3	려	11.6	3	리제나	8.8
4	아비노	3.1	4	엘라스틴	9.8	4	려	4.1
5	바디시리즈	3.0	5	미장센	6.3	5	비겐	3.5

2016 상반기 베스트 톱 5 (전체 채널)

유형	브랜드
스킨&로션	설화수
크림	설화수
에센스	설화수
한방	설화수
여드름	이니스프리
자외선차단제	헤라
비비크림	미샤
씨씨크림	리엔케이
파운데이션	에이지투웨니스
파우더	설화수
립	크리스찬디올
아이샤도	에뛰드하우스
마스카라	에뛰드하우스
아이라이너	더페이스샵
네일	아리따움
클렌징	이니스프리
팩	이니스프리
바디세정	해피바스
바디보습	아토팜/세타필
샴푸&린스	리엔
염모제	미장센



2016
BEST S



2016 상반기
대한민국
베스트 화장품

■ 선정 기준
2016 상반기 대한민국 베스트 화장품은 국제적인 신뢰도를 갖춘 다국적 조사 전문기업 칸타 월드패널이 제공하는 데이터에 근거해 선정된다. 데이터는 칸타 월드패널 9,700명(전국 15~65세 여성 패널리스트)의 화장품 구매 조사를 바탕으로 한다. 정확한 조사 기간은 2016년 1월 4일~2016년 6월 19일까지다.

■ 선정 방법
주간 단위로 작성된 칸타 월드패널의 다이어리 구매 기록을 분석, 동일 소비자 구매 행위 관련 정보를 산출해 제품 구매 채널, 구매액 등을 집계함으로써 유형별 판매액 기준 1위 화장품을 선정한다. 본인이 사용할 목적으로 직접 구매한 결과와 함께 선물용까지 모두 포함한다.

■ 채널 구분
시판 채널은 일반 전문점, 원 브랜드숍, 멀티 브랜드숍, TV홈쇼핑, 통신판매, 인터넷 쇼핑몰, 드럭스토어, 대형 할인마트, 슈퍼마켓, 아울렛 유통에서 럭셔리 브랜드를 제외한 매스 브랜드를 포함하며, 선물용 구매까지 포함된다. 단 헤어와 바디의 경우 매스와 럭셔리 브랜드의 구분이 되지 않아 럭셔리 브랜드를 아우른다.

■ 제품 유형
제품 유형은 ▲스킨&로션 ▲크림 ▲에센스 ▲한방 ▲여드름 ▲자외선 차단제 ▲비비크림 ▲씨씨크림 ▲파운데이션 ▲파우더 ▲립 ▲아이샤도 ▲마스카라 ▲아이라이너 ▲네일 ▲클렌징 ▲팩 ▲바디 세정 ▲바디 보습 ▲샴푸 & 린스 ▲염모제 등으로 구분한다.

★ 2016 상반기 대한민국 베스트 화장품 (시판 채널)

2016 상반기 베스트 톱 5 (시판 채널)

유형	브랜드
스킨&로션	이니스프리
크림	아이오페
에센스	이니스프리
한방	수려한
여드름	이니스프리
자외선차단제	더페이스샵
비비크림	미샤
씨씨크림	더페이스샵
파운데이션	에이지투웨니스
파우더	이니스프리
립	아리따움
아이샤도	에뛰드하우스
마스카라	에뛰드하우스
아이라이너	더페이스샵
네일	아리따움
클렌징	이니스프리
팩	이니스프리
바디세정	해피바스
바디보습	아토팜
샴푸&린스	리엔
염모제	미장센

토탈			기초토탈			색조토탈		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	이니스프리	9.6	1	이니스프리	10.2	1	에뛰드	9.9
2	아이오페	6.9	2	아이오페	6.8	2	이니스프리	8.2
3	더페이스샵	6.9	3	더페이스샵	6.6	3	미샤	7.7
4	미샤	4.9	4	A.H.C	4.4	4	더페이스샵	7.6
5	에뛰드	4.1	5	수려한	3.9	5	아이오페	7.2

스킨&로션			크림			에센스		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	이니스프리	11.1	1	아이오페	8.3	1	이니스프리	11.8
2	아이오페	10.9	2	이니스프리	7.3	2	아이오페	7.0
3	이자녹스	7.3	3	더페이스샵	5.7	3	수려한	5.8
4	더페이스샵	6.5	4	수려한	5.0	4	미샤	5.1
5	한울	5.7	5	네이처리퍼블릭	4.9	5	이자녹스	4.2

한방			여드름			자외선차단제		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	수려한	38.8	1	이니스프리	22.5	1	더페이스샵	11.7
2	한울	26.3	2	더페이스샵	10.1	2	이니스프리	9.5
3	더페이스샵	11.5	3	아이오페	9.7	3	A.H.C	8.8
4	미샤	8.8	4	케어존	5.7	4	미샤	6.5
5	다나한	3.9	5	티엔	5.6	5	아이오페	4.1

비비크림			씨씨크림			파운데이션		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	미샤	17.5	1	더페이스샵	21.6	1	에이지투웨니스	40.3
2	더페이스샵	11.0	2	토니모리	8.3	2	이니스프리	4.3
3	닥터자르트	7.5	3	바닐라코	8.1	3	에뛰드	3.6
4	한스킨	5.3	4	수려한	6.9	4	더페이스샵	2.8
5	이니스프리	5.0	5	암웨이	6.3	5	한스킨	2.6

파우더			립			아이샤도		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	이니스프리	22.7	1	아리따움	10.8	1	에뛰드	35.3
2	미샤	7.1	2	더페이스샵	8.7	2	아리따움	20.7
3	더페이스샵	6.3	3	이니스프리	8.5	3	미샤	9.0
4	아이오페	5.6	4	미샤	8.3	4	더페이스샵	6.2
5	입큰	4.6	5	토니모리	6.5	5	이니스프리	5.6

마스카라			아이라이너			네일		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	에뛰드	23.4	1	더페이스샵	17.0	1	아리따움	25.4
2	메이블린	9.5	2	에뛰드	11.1	2	이니스프리	18.6
3	미샤	9.3	3	토니모리	8.6	3	더페이스샵	14.9
4	키스미	8.8	4	클리오	7.7	4	에뛰드	6.6
5	이니스프리	8.2	5	미샤	7.2	5	미샤	5.1

클렌징			팩			바디세정		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	이니스프리	13.5	1	이니스프리	12.8	1	해피바스	20.4
2	더페이스샵	8.9	2	더페이스샵	7.0	2	온더바디	18.3
3	에뛰드	4.5	3	메디힐	5.4	3	사위메이트	4.1
4	해피바스	4.4	4	셀더마	3.1	4	비온드	3.4
5	뉴트로지나	3.8	5	네이처리퍼블릭	3.0	5	아토팜	3.0

바디보습			샴푸&린스			염모제		
순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)	순위	브랜드	점유율(%)
1	아토팜	5.5	1	리엔	13.5	1	미장센	23.4
2	세타필	5.4	2	케라시스	13.3	2	리엔	16.6
3	뉴트로지나	3.8	3	려	12.3	3	리체나	9.9
4	아비노	3.5	4	엘라스틴	10.3	4	려	4.2
5	그린핑거	3.3	5	미장센	6.6	5	비겐	2.7

상반기
SELLER

SkinCare

활짝 핀 K-BEAUTY 전성시대 '파워 브랜드' 시장 점유율 추종 불허

CMN과 글로벌 조사 전문 기업 칸타 월드패널이 공동조사로 발표한 베스트 화장품 상반기 전체채널 조사 결과에 따르면 설화수는 11.5%의 시장 점유율로 1위다. 설화수의 브랜드 파워가 견재함을 확인한 가운데 몇 개 제품 유형들에서는 순위 변화가 감지되고 있으나, 설화수의 기초제품부문의 시장점유율은 타의 추종을 불허한다. 점유율은 14.4%로 그대로였지만, 그 뒤를 점유율이 조금 떨어진 헤라와, 점유율을 약간 끌어올린 이니스프리가 각각 4.8%를 챙기며 공동 2위를 차지했을 만큼의 격차다.



이니스프리

'제주 자연주의' 통했다

이니스프리는 깨끗하고 맑은 자연환경을 간직하고 있는 제주의 천연 원료에 주목, 이를 활용한 제품으로 한국은 물론 아시아 각국의 소비자에게 신뢰와 사랑을 받고 있는 브랜드로 성장했다. 2008년에 처음 출시된 '그린티 퓨어' 라인을 시작으로, 그린티, 화산송이, 제주 한란, 제주 탄산 온천수 등 총 15가지의 제주 원료를 화장품으로 재탄생시켜 자연이 주는 혜택을 전하고 있다.



1. 더 그린티 씨드 세럼

생녹차수를 물 대신 100% 함유. 아미노산과 미네랄이 풍부해 피부를 더 촉촉하게 가꿔주는 이니스프리의 베스트셀러 아이템.

2. 슈퍼푸드프롬 제주-브로콜리 클리어링 토너
브로콜리와 천연 유래 살리실산 성분(BHA)이 피부를 진정시키고 피지와 블랙헤드를 케어하는 토너.

3. 제주 용암해수 딥 에센스

제주 용암해수가 피부 수분 에너지에 활성화시켜 탄탄한 피부로 가꿔주고 세라마이드 캡슐이 함유된 고수분 장벽 에센스.

4. 비자 트러블 로션

피부 보호력을 지닌 비자 오일을 함유한 수분이 가득한 산뜻한 로션.

5. 노세범 블러 파우더

매끈하고 화사한 피부결을 연출해주는 모공 블러 효과의 파우더.

6. 수퍼 화산송이 클레이 무스 마스크

국내외 인기 제품인 수퍼 화산송이 모공 마스크의 무스 타입의 신개념 제형 업그레이드 버전.

7. 씨슬트 클렌징 라인 3종

피부 표면의 들뜬 각질뿐만 아니라 피부 속 노폐물과 미세먼지까지 제거해 투명하고 부드러운 피부를 선사하는 씨슬트 클렌징 라인.



아이오페

‘생명과학’으로 진화하다

아이오페는 최고의 기술력을 바탕으로 한 첨단 기술과의 융합을 통해 스킨케어의 새로운 기준을 제시해 온 브랜드. 식물 과학에서 생명과학으로 진화한 아이오페는 피부 자체도 생명활동을 하는 ‘바이오’라는 것에 주목, 피부 고민별 솔루션 제공은 물론, 피부 본연의 아름다움을 이끌어내는 새로운 가치를 제시하고 있다. 오랜 연구 끝에 탄생한 아이오페의 바이오는 우리 몸에 꼭 필요한 핵심 성분을 그대로 재현하거나, 생명활동의 메커니즘을 응용해 효능을 극대화함으로써 피부에 근원적인 솔루션을 제공한다.



1. 바이오 하이드로 크림 피부 스스로의 수분 유지 능력을 활성화하고 피부 깊은 속부터 층층이 수분을 채워 물오른 듯 싱그러운 피부를 선사하는 바이오 수분크림
2. 슈퍼바이탈 크림 바이오 엑셀러트 리치 피부 건조부터 칙칙함, 잔주름, 탄력 저하까지 도미노처럼 동시다발적으로 일어나는 피부 노화 현상을 종합적으로 케어해주는 제품.

Make-up

메이크업 제품도 K-Beauty 아모레 군단, 색조시장서도 '파죽지세'

전체 채널 색조 토탈 시장점유율 1위 자리는 변함없이 헤라(6.2%)였으며, 2위는 에뛰드하우스(4.9%)에 돌아갔다. 4%대 점유율을 확보하며 톱 5 반열에 새롭게 이름을 올린 이니스프리까지 모두 아모레 군단들이다. 색조 화장품은 무조건 수입 브랜드를 고수하던 시장에서 국내 브랜드들이 점유율을 확대하고 있는 현상을 여실히 보여주고 있다. 한편, 시판채널 색조 토탈 부문에서는 전체 9.9%의 점유율을 기록하며 1위 자리를 차지한 에뛰드하우스의 활약도 단연 돋보인다. 이니스프리, 미샤, 더페이스샵 등 이들 5개 브랜드의 시장 점유율은 모두 40.6%였다.



에뛰드하우스

기분좋은 일상 '컬러플 라이프'

트렌디하고 혁신적인 컬러와 이색적인 아이디어의 새로운 메이크업 제품들을 다양하게 선보이는 에뛰드하우스. 올해 일상 속 기분 좋은 에너지를 전하고 더욱 즐겁고 신나는 브랜드 슬로건 'Life is Sweet'이 20대들에게 긍정적인 에너지와 가치를 부여하고 있다. SNS에 익숙한 세대들과의 커뮤니케이션에 적극적인 만큼 에뛰드하우스 역시 국내를 포함해 진출한 전역의 국가에서 페이스북과 인스타그램을 통해 수십만 명의 팬들과 브랜드와 제품, 메이크업에 대해 활발한 소통을 하고 있다.

1. 록 앳 마이 아이즈 눈에 보이는 색감대로 발리는 우수한 발색력과 오랫동안 번짐 없이 깔끔한 아이 메이크업 제품.
2. 디어 마이 블루밍 립스 톱 쉬폰 입술에 닿는 순간 느껴지는 얇고 가벼운 윤기가 시간이 지나도 입술 위에 풍부한 컬러감을 유지해주는 립스틱.
3. 컬 픽스 마스크라 속눈썹을 가볍게 올려줘 '24시간 컬링 고정 속눈썹'으로 완성시켜주는 마스크라.





에이지 20's

대박상품서 스타 브랜드로 등극

에이지 20's 에센스 커버 팩트는 2013년 9월 출시 이후 2년 만에 100만 세트 판매를 돌파하고, 그 후 8개월 만에 200만 세트 판매를 기록하는 등 폭발적인 인기를 끈 제품으로 지난 8월 단독 기준으로 1,310만 개의 누적 판매량과 홈쇼핑 방송 총 165회 완판을 기록했다. 에이지 20's가 매회 홈쇼핑 방송마다 폭발적인 인기를 끌자 홈쇼핑 전용이었던 제품이 울초 면세점과 온라인에 입점되고, 9월 백화점 진출에 성공하면서 온·오프라인 유통망을 모두 확보하게 됐다.

에이지20's 에센스 커버팩트 '에센스 포켓기술'을 통해 파운데이션 안에 에센스를 머금고 있는 독특한 제형의 제품. 피부 속의 보습효과와 뛰어난 커버력으로 '에센스 팩트'라는 애칭으로도 불리고 있다.



더 페이스샵

비결은 피부친화적 자연성분, 메이크업 시장까지 위협

자외선 차단제·씨씨크림·아이라이너 등 3개 부문에서 1위를 차지한 더 페이스샵. 치열한 자외선 차단제 시장에서 11.7%의 시장점유율을 지켜냈다. 더페이스샵은 '고급스러운 자연주의'를 컨셉으로 'Natural Story'라는 슬로건 아래 피부 친화적 화장품을 선보이고 있다. 이번 상반기 베스트 화장품으로 자외선 차단제를 필두로 씨씨크림과 아이라이너 부문까지 섭렵했다. 2013년부터 걸그룹 미스에이의 멤버 수지를 더페이스샵의 브랜드 모델로 기용해 젊은 여성 고객들의 호감을 얻음과 동시에 글로벌 브랜드로 발돋움하기 위해 해외시장을 적극적으로 공략하고 있다.

1. 페이스 잇 아우라 CC크림 피부 속부터 빛이 뿜어져 나오는듯한 '광채 피부' 효과와 깨끗한 스킨케어 기능까지 갖춘 메이크업 크림. 2. 잉크 그래피 브러시 펜 라이너 01 잉크블랙 촉촉한 제형과 부드러운 탄력 브러시로 손쉽고 또렷하게 그릴 수 있는 베스트셀러 아이라이너. 3. 내추럴 선 에코 파워 롱래스팅 선크림 탁월한 워터프루프 효과와 지속력으로 자외선을 강력하게 차단해 도심지와 해변 등 야외활동에 두루 사용하기 좋은 자외선 차단제.



AGE 20's

Medicinal Herb

한국적 자연주의, 브랜드 시장 석권 한방, 20~30대와 소통하다 산뜻하게 업그레이드 된 'Natural'

인공의 편리함과 자연의 건강함을 추구하려는 사람들이 늘어나는 가운데, 한국적 자연주의가 소비자들의 눈과 귀를 사로잡고 있다. 특히 한국인들이 전통적으로 애용해 왔던 한방제품에 대한 인기가 뜨겁다. 상반기 가장 많이 팔려나간 화장품도 역시 한방원료를 사용한 자연주의 제품. 특히 업그레이드 된 전통에 대해 20~30대 젊은 층들이 이들 한방 화장품에 열광하고 있다는 것이 K-Beauty의 파워와 연계되고 있다.



상반기 베스트 화장품 시판체널 한방 부문의 1위를 차지한 LG생활건강의 수려한은 우리 특성에 가장 알맞은 성분을 우리 땅에서 찾았다. 세계적으로 손꼽히는 품질을 자랑하는 고귀한 자연인 한국의 자연삼. 그중 청정 지리산의 자연삼에서 귀하게 추출한 성분에 수려한만의 독자기술인 한방 전통 포제법을 더해 전통의 아름다움을 전하고 있다. 귀한 재료를 뛰어난 효능으로 만드는 최적의 공법으로 탄생한 것이 수려한의 한방 바이오 기술. 전통적인 포제법과 현대적인 바이오 기술을 응용한 공법으로 고려인삼을 비롯한 한방 재료의 효능을 최적화해 전달할 수 있는 수려한의 새로운 기술로서 주목받고 있다.

1. 수려한 효비담 발효 크림 청정 지리산의 자연삼을 전통 발효방식으로 100일간 저온 발효한 성분이 어리고 아름다운 피부로 가꿔주는 안티에이징 라인.
2. 수려한 진생 에센스 진한 유효성분이 가득한 자연삼의 깊은 영양을 그대로 담아 지친 피부에 탄탄하게 차오르는 힘을 넣어주는 토털 안티에이징 에센스.
3. 수려한 '한효주 클라보레이션 에디션' 수려한의 한국 예찬 캠페인의 일환으로 브랜드 모델 한효주와의 클라보레이션으로 탄생한 리미티드 에디션.



Body

진화하는 바디 제품 소비자 신뢰도 UP! 10년간 부동의 1위 소비자 신뢰도 인증 민감 피부용 바디 보습제품도 '눈길'

최근 시장이 확대되는 바디케어제품은 품질과 효능, 향기, 디자인 등 소비자들의 취향을 가장 까다롭게 반영하는 부문이다. 보수적인 소비패턴이 적용되는 관련업계에서 1위를 고수 한다는 것은 소비자 신뢰도와 직결되기도 한다. 해피바스는 바디 세정부문에서 전체 채널 19.1%, 시판채널 20.4%로 부동의 1위를 기록했다. 해피바스는 지난 10년간 1위 자리를 한 번도 내주지 않았다. 바디 보습 부문에서는 국제 특허 피부 장벽 MLE® 기술을 바탕으로 한 네오팜의 민감 피부 전문 스킨케어 브랜드 '아토팜(ATOPALM)'이 시판채널 1위, 전체 채널에서는 세타필과 공동 1위에 선정됐다.



해피바스

'진심 자연주의' 내추럴 바디케어 행복 감성을 전하는 'Body&Bath케어'라는 컨셉으로 2000년 3월에 런칭한 아모레퍼시픽의 토털 바디케어 전문 브랜드. 해피바스는 2007년 '바디 클렌저' 부문 국내 판매 1위를 달성한 이후 현재까지 점유율 1위인 명실공히 국민 바디케어 브랜드다. '진심 자연주의'를 표방하는 해피바스는 자연에서 얻은 성분을 바탕으로 믿고 쓸 수 있는 순한 제품을 만들어 아이부터 어른까지 누구나 사용할 수 있는 제품으로 신뢰감을 높여가고 있다.

1. 로즈 에센스 브라이트닝 바디워시
장미를 컨셉으로 해피바스의 스테디셀러이자 베스트셀러. 세계 3대 장미 중 하나인 불가리아산 다마스코스ローズ워터를 함유했다.
2. 비어 스파 바디워시
국내 최초로 맥주 추출물과 벨기에산 홉 추출물이 주 성분으로 시각적인 호기심을 자극하며, 세정성분과 오일이 섞여 더욱 촉촉한 샤워를 즐길 수 있는 제품. 입욕제로도 가능하다.



아토팜

민감 피부 전문 빨간 뚜껑 '돌풍'

임산부를 위한 '아토팜 매 터니티 케어', 2030 민감 피부 여성을 위한 '아토팜 리얼 베리어'를 선보이면서 건강한 피부를 위해 끊임없이 힘쓰고 있는 브랜드. 특히 아토팜 전제품에는 '국제 특허 피부 장벽 MLE® 기술'이 적용돼있다.

MLE® 기술은 피부 지질을 구성하고 있는 성분과 가장 유사한 세라마이드, 콜레스테롤, 지방산이 최적의 비율로 배합된 피부 친화적 구조다. 피부 장벽을 강화시켜 피부 속 수분은 지켜주고 외부 자극으로부터 민감해진 피부를 보호해 촉촉하고 건강하게 만들어준다. 특히 세계적인 피부 장벽 권위자 '피터 엘리아스', '레슬리 바우만' 등 유수의 전문가들과 대한 피부과 학회지, JID세계 피부 연구 학회지 등 국내외 유명 피부 과학학회에서 그 우수성과 효과를 인정받은 바 있다.

아토팜 'MLE 크림' 네오팜의 국제 특허 피부장벽 MLE® 기술이 적용돼 민감해진 피부 진정에 도움을 주는 아토팜의 베스트셀러이자 스테디셀러.



Breeze FASHION NEWS



콜한 × 마운틴하드웨어

전문가급 고기능성 아웃도어 브랜드 마운틴하드웨어가 알파인 아웃웨어 소재와 기술을 여반 라이프스타일에 적용시킨 '콜한 × 마운틴하드웨어' 콜라보레이션 신제품을 국내 시장에 선보인다. 이번 제품은 미국을 대표하는 컨템퍼러리 라이프스타일 브랜드 콜한(Cole Haan)과의 협업을 바탕으로 개발됐다 '제로 그랜드 (Zero Grand)' 라인으로 출시된 제품들은 긴 길이의 트렌치코트 디자인, 출퇴근 룩으로도 활용도가 높은 가벼운 다운재킷, 노트북 수납이 가능한 백팩 등 비즈니스 캐주얼 룩으로 구성됐다.



YOOX × LUCKY CHOUETTE

세계적인 온라인 라이프스타일 스토어 욱스(YOOX)가 한국 컨템퍼러리 브랜드 럭키 슈에트(LUCKY CHOUETTE)와 LUCKY CHOUETTE × YOOX의 리미티드 캡슐 컬렉션을 YOOX 온라인 스토어에서 10월 12일에 론칭한다. 서울 패션위크 기간인 10월 14~27일까지 커먼그라운드 마켓 홀에서 오프라인 팝업스토어가 열릴 예정이다.

레스포색 × 리버티 아트 패브릭스

라이프스타일 브랜드 레스포색 (LESPTSASAC)이 패브릭 컴퍼니, '리버티 아트 패브릭스(Liberty Art Fabrics)'와 콜라보레이션으로 토트백, 백팩, 워렌더 백 등 레스포색의 시그니처 스타일과 파우치 등 액세서리류도 선보인다.



미샤, 전지현 효과 '특특'

미샤 (MICHAA)가 전지현 효과를 보고 있다. 전지현 광고 이미지가 노출 된 직후, 중국 팬들의 구매 문의로 이를 만해 초동 물량을 완판하고, 리오더에 들어갔다. 전지현이 착용한 니트 셋업 착장은 니트 가디건과 스커트로 세트 구성돼 같이 또는 따로 연출할 수 있어 활용도가 높다.



써스데이 아일랜드 × 설리

여성 의류 브랜드 써스데이 아일랜드가 2016년 F/W 시즌을 맞아 뮤즈 설리와 함께 화보로 활용했다. 공개된 화보 속 설리는 다양한 원피스 스타일링으로 로맨틱하면서도 시크한 감성을 자연스럽게 표현해 시선을 사로잡고 있다. 이번 F/W 시즌 화보는 전체적으로 레트로한 느낌에 보헤미안 감성을 더해 써스데이 아일랜드만의 브랜드 콘셉트다.



Shop

올리브 데 올리브, 가드닝 테마의 콘셉트 스토어 오픈

올리브 데 올리브가 현대백화점 무역센터점에 가드닝 테마의 콘셉트 스토어를 오픈했다. 현대백화점 무역센터점 6층에 새롭게 오픈한 올리브 데 올리브 매장은 가드닝이 접목된 친환경적인 공간으로, 조금은 느리고 마음의 여유를 느낄 수 있는 라이프 스타일을 제안한다.



Launching

SJYP × 윤승아 캡슐 컬렉션

SK네트웍스의 영 캐릭터 브랜드 SJYP가 배우 윤승아와 협업한 '캡슐 컬렉션 - Hey, my Buddies'를 론칭한다. 이번 캡슐 컬렉션(Capsule Collection, 작은 단위로 발표하는 컬렉션)은 SJYP의 디자이너 스티브 J와 오톨 P가 윤승아와 함께했다. 아상 재킷, 슬립 드레스, 슬립 니트, 레터링 셔츠, 레이아웃 스커트, 에코백 등 19개 스타일로 구성됐다.

Collection



멜리사, 뉴 컬렉션 '댄스머신'

브라질의 젤리슈즈 브랜드 멜리사(melissa)가 2016 FW 컬렉션을 새롭게 선보인다. 젤리슈즈 특유의 유니크한 감각과 더불어 세계적인 디자이너와의 콜라보레이션 작업으로 이번 시즌 콘셉트는 발레부터 힙합까지 다양한 춤을 영감으로 한 'Dance Machine'이다. 춤의 리듬감에 표현의 아름다움을 접목해 멜리사만의 아이코닉한 디자인으로 새롭게 탄생됐다.



저스트인스타일(Just in style)

여성복 브랜드 저스트인스타일(Just in style)을 론칭한다. 모던 시크를 베이스로 페미닌 아방가르드 스타일의 저스트인스타일은 스타일에서 다양한 요소와 유니크한 디자인, 테일러링의 변화로 부드러운 카리스마와 직선과 곡선의 조화로 새로운 실루엣을 제시, 트렌드 일부만 수용하는 등, 독창적인 스타일을 추구한다.

리스트, '플래그십스토어 오프닝 파티'

영 컨템포러리 여성복 '리스트(LIST)'가 서울 삼성동 파르나스몰에서 진행된 파르나스몰 '플래그십스토어 오프닝 파티'를 성황리에 마쳤다. 이날 행사에는 리스트의 전속모델인 김진경과 '리스트걸' 고소현, 송해나가 참석했다.



유니클로, 'F/W Uniqlo U' 출시

글로벌 SPA 브랜드 유니클로(UNIQLO)가 파리 R&D 센터의 '아트스틱 디렉터'로 임명된 패션 디자이너인 '크리스토퍼 르메르(Christophe Lemaire)'가 총괄한 2016 'F/W Uniqlo U' 컬렉션을 출시했다.



Event

Breeze BEAUTY NEWS



나인뮤지스 A 경리 × INGA

INGA는 '입술의 입술'을 통해 큰 인기를 얻고 있는 가수 '경리'를 새로운 브랜드 모델로 발탁했다. INGA는 파파 레시피로 유명한 색조 전문 브랜드로 '경리'는 INGA의 뮤즈로 활약한다. '경리'는 INGA 모델 활동을 통해 '섹시 아이돌'로 굳혀져 있는 기존 이미지를 탈피하고, 이전에 보여주지 못했던 색다른 모습을 선보인다.

Model



참존 × 구혜선

기초화장품 전문 기업 참존의 뮤즈로 배우 구혜선이 발탁됐다. 맑고 쏠쏠한 피부로 여성들의 부러움을 사고 있는 구혜선은 예식 비용을 어린이병원에 기부한 것으로 밝혀지면서 외모는 물론, 마음까지 아름다운 '선행 커플'이라는 호평을 받고 있다. 한편, 참존은 영타킷 브랜드인 디알프로그를 론칭하며 브랜드와 마케팅의 젊은 변화에 집중하고 있는 32년 전통의 기초화장품 전문 브랜드다.



리엔케이 × 최지우

안티에이징 전문 브랜드 리엔케이는 배우 최지우와 국내 및 중국 지역을 아우르는 전속 모델 재계약했다. 최지우는 다양한 방송활동으로 국내 대표 동안 피부 미인으로써 활약해 왔다. 리엔케이 측은 최지우와 함께 적극적인 마케팅 활동과 함께 중국 사업 진출도 강화해 나간다.

실큰 코리아 × 홍은희

실큰(Silk'n) 코리아가 창립 10주년을 기념해 브랜드 첫 전속 모델 배우로 홍은희를 기용했다. 탄력있는 V라인을 가진 홍은희는 최근 한 예능 프로그램에서 결점 없는 완벽한 민낯으로 주목을 받았다. 실큰은 이스라엘 의료전문장비회사에서 만든 글로벌 넘버원 가정용 뷰티 디바이스 브랜드이다.



Shop

'한국의 미' 잇츠스킨 삼청동점

잇츠스킨이 서울 종로구 삼청동에 한국적인 미를 현대적으로 재해석한 삼청동점을 새롭게 오픈했다. 잇츠스킨이 지향하는 클리니컬 스킨 솔루션의 브랜드 이미지에 한국의 미를 더한 '코리안 컨템퍼러리' 콘셉트로, 삼청동의 지역 특성을 공간 디자인적으로 조화롭게 접목시켰다. 건물 외벽은 깨끗한 화이트 벽면에 한국 전통문양과 조각보가 흠날리는 디테일을 살려 한국적인 미(美)를 강조했다.

아베다 × 모델 남주혁

친환경 라이프 스타일 뷰티 브랜드 '아베다'가 예능 프로그램 삼시세끼 고창 편, 드라마 '달의 연인 : 보보경심 려'의 주연 배우로 활약하고 있는 모델 남주혁을 새로운 홍보대사로 선정했다. 아베다는 남주혁의 건강하고 꾸밈없는 자연스러운 모습에 주목했다.





Collaboration

VDL × 뉴욕패션 브랜드 '오프닝 세레모니'

LG생활건강이 뉴욕 패션 브랜드 '오프닝 세레모니'와 VDL의 뷰티 크루들을 위한 유니폼 'VDL V-FIT'과 메이크업 컬렉션을 선보였다. 이번 VDL V-FIT은 오프닝 세레모니가 VDL의 시그니처 컬러인 블랙과 바이올렛, 'V'를 새롭게 해석한 유니폼과 VDL 뷰티크루만의 특별한 감각으로 표현한다. 'VDL 뉴욕 패션 위크 메이크업 컬렉션'은 뉴욕 패션 위크와 오프닝 세레모니와의 유니폼 콜라보레이션 과정에서 영감을 받아 감각적이고 트렌디한 디자인의 패키지에 VDL 메이크업 제품을 담았다.



비온드 × 인디밴드 '옥상 달빛'

LG생활건강이 비온드와 인디밴드 옥상달빛과의 콜라보레이션을 통해 힐링 메시지를 캘리그래피로 패키지에 담은 '비온드 × 옥상달빛 리미티드 에디션'을 출시했다. 이번 신제품은 힐링 인디밴드 '옥상달빛'의 가사를 재미있게 개사해 무궁해 메시지 캘리그래피에 자연에 대한 사랑을 담아 동화를 그리는 예코 일러스트 레이터 '미아 차로'의 디자인을 적용했다.

Renewal



꽃처럼 피어나는
기적같은 탄력

한국화장품, '효음' 리뉴얼 론칭

한국화장품은 발효화장품을 선호하는 소비자 니즈에 맞춰 한방발효 콘셉트의 산심 효음을 '자연발효화장품' 효음으로 리뉴얼 론칭한다. 이번 리뉴얼은 3040세대 영 타겟의 프리미엄 라인 확장은. 효음은 한국문화정보원 전통문양 디자인을 활용하는 등 브랜드 로고 타입부터 컬러에 이르기까지 변신한다.

Topic



더페이스샵, 한방 라인 출시

더페이스샵이 한국적 원료와 여인들의 지혜가 담긴 미용비법을 재해석해 담아낸 처방에 절고 트렌디한 감각을 더해 전 연령대가 사용 가능한 한방제품을 출시했다. 자연주의 한방 브랜드 예화담의 대표 제품인 진주환, 자생환 등에 이어 이번엔 피부 본연의 생기를 되찾아주는 생기 라인과 피부 근본의 힘을 길러주는 천삼송이 라인을 추가했다.



Zoom

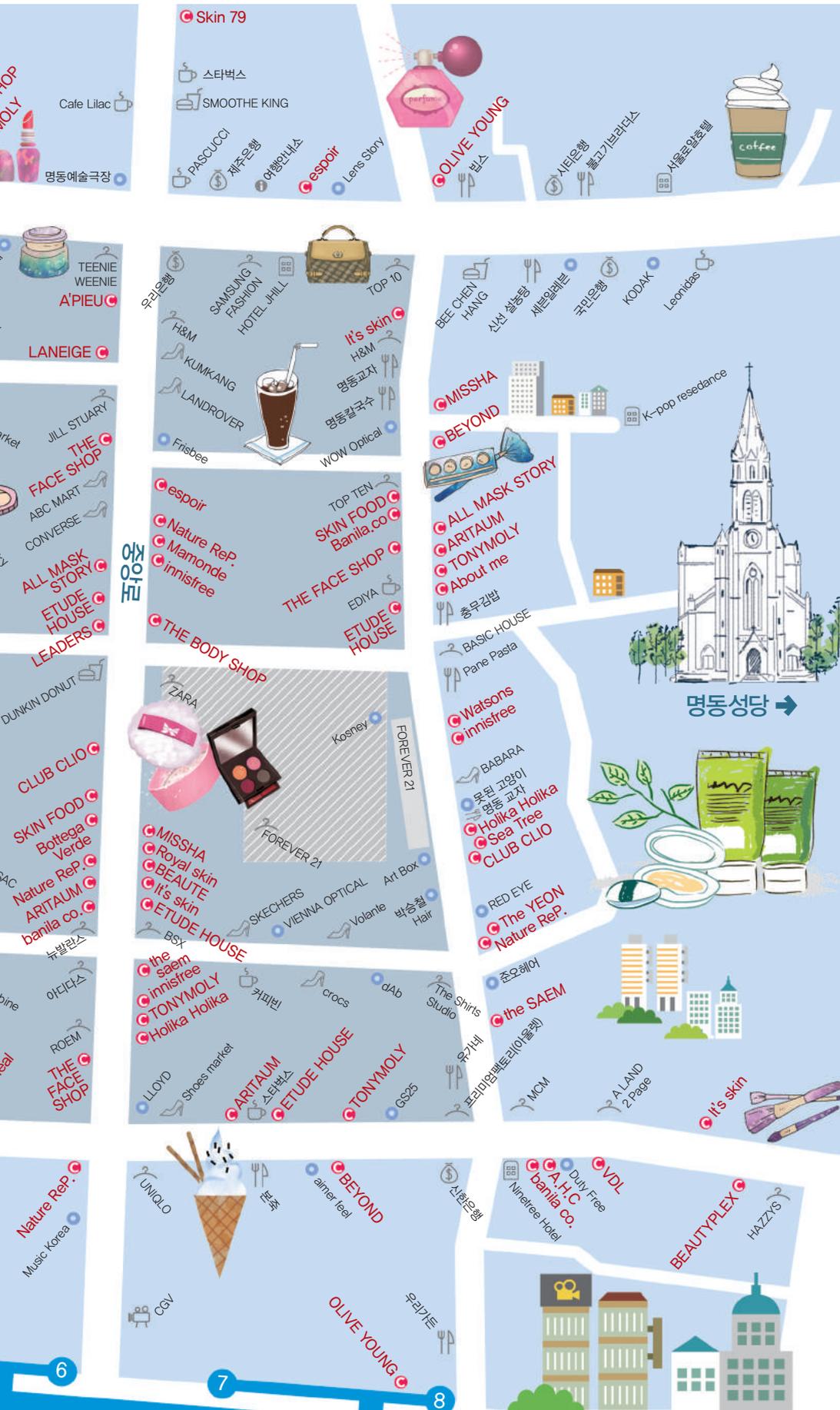
네이처리퍼블릭 '화이트 비타 퍼스트 에센스'

뷰티&라이프 스타일 매거진 '얼루어 코리아'가 진행한 '2016 베스트 오브 뷰티 어워드' 부문에서 '에디터스 픽(EDITOR'S PICK)'으로 선정된 6년 연속 수상 제품이다. 이 제품은 프랑스 샌드릴리 추출물과 다크스팟을 케어하는 3가지 비타민 성분이 피부를 화사하고 투명하게 가꿔주는 첫 단계 원액 에센스로 향과 피부결 정돈, 촉촉함, 다음 단계 제품의 흡수력 등의 항목에서 높은 점수를 얻었다.

잇츠스킨 '비윤진 라인'

'독일 레드닷 어워드 2016'의 커뮤니케이션 디자인 부문에서 3년 연속 본상을 수상, 올초 독일 'IF 디자인 어워드 2016' 본상 수상에 이은 쾌거다. '비윤진 라인'은 한국전통 모자민 '갯'의 형태와 색감에서 영감을 얻어 용기의 캡과 솔더를 디자인한 것. 그린톤 컬러를 그라데이션으로 표현해 짙은 컬러의 캡과 솔더를 대비시켜 색감을 조화롭게 구성했다. 세로 방향 레이아웃을 적용한 동양적 느낌과, 케이스 하단부분의 패턴은 한국 전통 창호 형식의 빗살무늬 등 한국적인 느낌이 반영됐다.





꼬달리 오프라인 채널 확대

내추럴 코스메틱 브랜드 '꼬달리(CAUDALIE)'가 이태원 부티크 스페셜 '라 메종 꼬달리' 오픈에 이어 전세계 연세점 명동점과 롯데백화점 에비뉴엘 월드타워점에 추가 입점하는 등 오프라인 채널 확대를 가속화하고 있다. 꼬달리는 지난달 롯데백화점 분당점과 신라 아이파크 연세점 추가 입점을 하는 등, 최근 들어 적극적으로 매장 확대를 하고 있어 관심을 모으고 있다.



토니모리 더 블랙티 런던 클래식 세럼 론칭

토니모리가 토니모리 명동 3호점 앞에서 론칭 행사를 갖고 블랙티와 흑효모를 블렌딩 한 독자 성분을 함유한 안티에이징 세럼 '더 블랙티 런던 클래식 세럼'을 선보였다. 흑효모의 효능을 향상한 독자적인 원료 토니모리 블랙티™(Tonymoly Black Tea™)는 토니모리 자체 연구소의 독자 기술을 통해 개발된 항산화 효과가 있는 블랙티와 탄력, 보습, 피부톤 개선 제품. 블랙티 성분은 125년 전통의 왕실시 선택하고 보증하는 차 브랜드인 테일러 오브 헤로게이트(Taylor's of Harrogate)의 차를 원료로 사용했다.

Happiness of Daily Fantasy

하루하루 반복되고 익숙한 일상이지만, 누군가에게는 잊을 수 없는 추억이 되기도 하고, 또 누군가에게는 기다리고 기다리던 미래이기도 할 것이다. 아주 소소한 환상과 일상의 행복을 느끼고 싶을 때, 브리즈가 추천하는 10월의 공연

Information



Musical

안녕! 유에프오

동명 영화의 뮤지컬화 창작 뮤지컬 지원작

'안녕! 유에프오'가 2016 한국 문화 예술위원회 우수작품 재공연 물로 선정되어 10월 5일부터 10월 30일까지 대학로 아트원시어터 1관에서 공연된다. 뮤지컬 '안녕! 유에프오'는 2004년 개봉된故 '이은주'와 '이범수' 주연의 동명 영화를 뮤지컬화 한 작품으로 지난 2월 한국문화예술위원회 창작 뮤지컬 지원작으로 성공적으로 초연을 치렀다. 당시 78%라는 높은 객석 점유율을 기록하는 등, 크게 호평을 받았으며, 남녀노소 누구나 공감할 수 있는 소재로 대중들에게 쉽게 다가갈 수 있을 뿐 아니라 배우들의 연기력과 가창력이 더해져 발전 가능성이 높다"는 심사단의 평가를 받기도 했다.

이번 재 공연을 앞두고 캐스팅이 발표되었으며, '유경' 역에는 배우 김지현과 정운선이 캐스팅됐다. 남주인공 '상현' 역은 배우 임철수가 맡았다. 번개 전자를 운영하는 '상현'의 동생 '상구' 역에는 배우 김현진이 분했다. 신에 배우 김유정이 유경이 이사 후 주인집 외동딸 '선아' 역을 연기했다. 미스터리한 할머니 '복희' 역은 배우 정다희가 캐스팅됐다. 복덕방 주인 '덕구' 역에는 배우 윤성원이 초연에 이어 다시 합류했다.

시놉시스 영동한 꿈을 꾸는 두 남녀의 로맨틱 판타지

어릴 적 유에프오를 통해 세상을 딱 한번 본 적 있는 선천적 시각장애인 유경. 남자 친구와 이별 후 유에프오가 나타난 적이 있다는 구파발로 이사를 온다. 막차 버스에서 이상한 노래와 사연으로 가득 찬 '박상현과 뽀뽀뽀뽀'이라는 방송을 듣게 되는데, 사실 그 방송은 버스 운전기사 상현이 직접 녹음하는 짝퉁 방송이다. 상현은 자신의 방송을 싫어하는 유경에게 신상을 숨기며 이중생활을 한다. 하지만 어느새 상현의 방송은 유경을 위한 사연으로 가득 채워지고, 그렇게 혼자 유경을 향한 사랑이 깊어져 가던 어느 날, 상현에게 최대 위기가 찾아온다. 유경이 '박상현과 뽀뽀뽀뽀'에 사연을 보낸다는 것! 꼬여만 가던 상현의 사랑은 결국 공지에 물리고...



★공연 일정
2016년 10월 5일(수) ~ 30일(일)



★공연 장소
대학로 아트원시어터 1관



★공연 시간
화-금요일 8시
토요일 3시, 7시
일요일 3시 (월 공연 없음)



★관람연령
만 13세 이상
(중학생 미만 관람 불가)

Probiotics
TOM N TOMS

YOGURT & GREEN TEA POWDER

살아있는 유산균이 함유된

프로바이오틱스 요거트 & 녹차파우더



탐앤탐스
프로바이오틱스 녹차파우더
녹차의 진한 맛과 향을 느낄 수 있으며
프로바이오틱스 8종 혼합 유산균
100억 마리/g 함유되어 있습니다.

탐앤탐스
프로바이오틱스 요거트파우더

요거트의 농후하고
새콤달콤한 맛을 느낄 수 있으며
프로바이오틱스 8종 혼합 유산균
100억 마리/g 함유되어 있습니다.



프로바이오틱스 요거트파우더 ₩15,000 | 녹차파우더 ₩17,500

• 본 이미지는 연출된 이미지이므로 실제와 다를 수 있습니다.

TOM N TOMS COFFEE

Information



★공연 일정
2016. 10. 13 (목) ~
2016. 10. 30 (일)



★공연 장소
열린극장 (180석 규모)



★공연 시간
평일 8시 / 토요일 4시, 7시
일요일 및 공휴일 4시
월 공연 없음
(90분 공연 / 인터미션 없음)



Theater

이랑

현실과 상상의 세계를 오가는 어른들을 위한 전래동화

공연예술제작소 '비상'의 세 번째 역사극 '이랑'이 대학로 무대에 오른다. '이랑'은 역사 소재의 콘텐츠 개발을 목표로 소재 발굴부터 독회공연, 쇼케이스, 정식 무대화에 이르기까지 오랜 시간을 거쳐 탄생했다. 2015년 공연장 상주예술단체 육성지원사업 선정작으로 성수아트홀에서 첫 선을 보인 후 같은 해 소월아트홀의 지역문화 활성화 기획공연으로 초청되고 고마나루 향토연극제에서 연출상과 무대미술상을 거머쥐며 뛰어난 작품성을 인정받았다. 2016년에는 대한민국 연극제 서울대회와 제 18회 춘천국제연극제에 공식 참가작으로 선정되었다.

잔잔한 내용으로 전개되지만, 세 개의 공간으로 분할된 경사 무대와 무대 공간을 둘러싼 지전이 드리워진 형태의 무대는 이승과 저승의 경계를 모호하게 만들면서도 장면에 따라 분리해 극적인 효과를 주고 있다. 각 장이 암전을 거치지 않는 채 리듬감을 가지고 전환하는 것이 가능하며, 각 장 단위의 단순한 배열을 극복해 현실과 상상의 세계를 오가는 미장센을 완성하는 것이 볼거리. 특히 사랑하는 남녀를 둘러싼 주변 인물로 등장하는 저승차사와 혼령들은 환상적으로 꾸며진 무대 위를 채워가며 공연에 활기를 불어넣는다. 귀신들끼리 난장을 벌이거나, 잡귀를 잡아들이려는 저승차사와 잡귀들 간의 추격전 등에 무대가 적극 활용되면서 극 안에서 해학적인 요소를 담당하는 이들을 통해 웃음과 감동을 선사할 수 있도록 다양한 장면들이 적절히 배치됐다.



귀신 이랑과 남이장군의 애절한 사랑 이야기

조선 초기의 뛰어난 무장으로 젊은 나이에 병조판서의 자리까지 올랐지만 역모 혐의로 억울하게 처형 당한 비운의 인물, 남이장군을 소재로 창작된 연극 '이랑'은 그와 관련된 여러 가지 설화 중 혼인에 얽힌 에피소드에서 영감을 받아 창작된 작품이다. 세조 4년, 열라대왕으로부터 이승을 떠도는 잡귀들을 소탕하라는 특명을 받은 일직차사와 월직차사는 잡귀들을 잡아들이기 시작한다. 그러던 중 처녀 귀신 '이랑'이 사라진 사실을 알게 되고, 동자귀신 서울에게서 귀신을 알아보는 사람인 '남이'에 대해 듣게 된 차사들은 이랑과 남이를 쫓기 시작한다. 한편, 1년 전, 동자귀신 서울은 감나무집 막내딸 효옥에게 장난을 걸다 효옥이 사경에 빠지게 되었다. 때마침 과거 시험을 위해 근처를 지나던 남이가 동자귀신 '서울'의 장난을 말리려던 처녀귀신 이랑을 보고, 오해해 이랑을 내쫓는다. 그러나 이런 오해도 유일하게 자신을 알아보는 인간인 '남이'를 사랑하게 된 '이랑'은 '남이'의 무과 장원급제를 돕고, 남이 덕에 목숨을 구한 효옥과 혼례를 치른 남이는 국경지대로 향하는데...

시행일 ☆
2016.08.18~

퍼플멤버스 클럽 혜택 리뉴얼 오픈!



지금, 퍼플멤버스를 충전하고
더 풍성한 혜택을 모두 누리세요!

<p>PURPLE MEMBERS 공통혜택</p>	<p>SIZE UP</p> <p>1만원 이상 충전 시 마다 SIZE UP 쿠폰 1매</p>	<p>1+1</p> <p>2만원 이상 충전 시 마다 아메리카노(S) 1+1 쿠폰</p>	<p>1+1</p> <p>3만원 이상 충전 시 마다 제조음료(S) 1+1 쿠폰</p>	<p>매일 1일 1+1</p> <p>매일 1일 BRAND DAY 아메리카노(S) 1+1 쿠폰</p>	<p>10개 적립시 Free</p> <p>스탬프 10개 적립 시 아메리카노(S) 1잔 무료</p>
<p>FAMILY CLUB 혜택</p>	<p>SIZE UP</p> <p>SIZE UP 쿠폰 1매</p>	<p>1+1</p> <p>NEW 제조음료(S) 1+1 쿠폰</p>	<p>Free Extra</p> <p>EXTRA 쿠폰 1매</p>	<p>Happy Birthday</p> <p>해피버스데이 브랜드 쿠폰 1매</p>	
<p>GOLD CLUB 혜택</p>	<p>x3 SIZE UP</p> <p>SIZE UP 쿠폰 3매</p>	<p>1+1</p> <p>NEW 제조음료(S) 1+1 쿠폰</p>	<p>Free</p> <p>딜리셔스 브랜드 쿠폰 1매</p>	<p>Happy Birthday</p> <p>해피버스데이 브랜드 쿠폰 1매</p>	
<p>PURPLER CLUB 혜택</p>	<p>1+1</p> <p>NEW 제조음료(S) 1+1 쿠폰</p>	<p>Free Extra</p> <p>EXTRA 무료 상시 혜택</p>	<p>Free x2</p> <p>딜리셔스 브랜드 쿠폰 2매</p>	<p>Happy Birthday</p> <p>해피버스데이 브랜드 쿠폰 1매</p>	<p>PURPLER COUPON</p> <p>제조음료(S) 1잔 무료 (1월, 4월, 7월, 10월)</p>
<p>Free PURPLER COUPON</p> <p>허니버터브레드 오리지널 1개 무료 (2월, 5월, 8월, 11월)</p>		<p>PURPLER COUPON</p> <p>아메리카노(S) 1잔 무료 (3월, 6월, 9월, 12월)</p>			



LIBRA*

천칭자리(9월 23일~10월 23일)

차분하게 한가지씩 해결하자!

교제의 범위가 넓어지는 한달. 새로운 방면의 사람들을 만나니 친근하게 대해보자. 사람들에게 환영을 받으며 인맥의 틀이 갑자기 늘어난다.

모든 일에서 순리적인 변화를 원한다면 계획적으로 차근차근 움직이는 것이 좋다. 감정적으로 불안정해질 수 있는 확률이 많으니, 기분 전환을 해줄 필요가 있다.

Calm Down &

*SCORPIO

전갈자리(10월 24일~11월 22일)



미래 설계, 자신감을 갖고 점검하라

업무에 큰 변동이 없지만, 속으로는 당장 이직이나 몇 년 뒤까지 내다보는 장기적인 진로에 대해 고민할 수 있다. 문화 예술, 유아 관련 업무라면 새로운 아이디어가 생기거나 직장 운이 좋아진다. 금전 운도 좋아 소비를 줄이고 더 많은 수입을 올리기 위해 일거리를 늘려 경제적으로 여유가 생긴다. 투잡이나 창업 등도 도전해 볼만하다. 술로는 직장, 학교에서 호감을 느낄 수 있는 사람과의 만남을, 커플들은 노력하는 만큼 상생세에 있다.

SAGITTARIUS*

사수자리(11월 23일~12월 21일)



노력의 결실이 맺어지는 달

일의 완성이 눈앞에 있고, 기다리던 기회가 다가 온다. 빠르게 변화가 생기고 변화에 잘 대응해야 모든 일이 잘 풀려나간다. 필요할 때 실수를 하지 않도록 준비를 할 것. 진행해 왔던 일이나 공부나 보상을 받아 학교에서 직장에서도 그리고 가정에서 당신에 대한 신뢰와 믿음이 상승하고 뜻밖의 재운도 따른다. 그러나 스트레스로 건강에 적신호가 울 수 있으니 충분한 수면 및 운동과 영양섭취에 신경을 쓸 것.

CAPRICORN*

염소자리(12월 22일~1월 19일)



천리길도 첫걸음부터

첫발을 내딛는 용기가 필요한 달. 불안감이 있고, 걱정이 많아도 좋은 결과가 있으니 시작해 보자. 하고자 하는 일을 미룰 수 있게 뒷받침해 주는 용기를 내는 것이 좋다. 자기입장에서만 말하기 때문에 물이나 마찰이 커지니 한가지씩 양보한다는 생각으로 지내자. 어떻게 해야 할지 생각이 떠오르지 않는다면 적당한 시기를 기다리는 것이 낫다. 물질적인 측면보다는 하나하나 배운다는 자세로 임하면 예상외의 만족을 느낄 수 있다.

AQUARIUS*

물병자리(1월 20일~2월 18일)



행동전 '일단 점검'하기

행동력이 높아지지만 천천히 나아가야 하는 달. 의욕이 앞서고 머릿속에서 모든 것이 준비가 된 것 같지만 자만하지 말고 속도를 조절해야 한다. 미래의 비전이 보이는 시기로 희망과 의욕이 솟구친다. 그에 따라 건강에 소홀할 수 있으므로 무리한 야근, 연구, 공부 등은 피하고 제 시간에 잠자리에 드는 것이 중요하다. 일을 핑계로 연인과의 관계가 냉랭해질 수 있으니 작은 선물이나 문자 메시지 등으로 연인에 대한 애정을 보여주는 것이 좋다.

*PICES

물고기자리(2월 19일~3월 20일)



새로운 것에 대한 즐거움 만끽하기

호기심과 새로운 것들에 대해서 관심이 많아지는 만큼, 예전 것과 새로운 것을 자주 비교하게 되고 새로운 것이 좋은 선택이 된다. 가을이 되면서 예민해진 성격 탓에 주변 사람들과 갖은 언쟁을 벌일 수 있다. 감정 변화로 본인은 물론 주변 사람까지 힘들어지니 요가와 같은 정신 수양을 통한 운동 등을 통해 마음을 다스릴 필요가 있다. 정신적 스트레스를 소파일로 해소하려고 하면 후회할 수 있으니 충동구매는 자제할 것.

Keep Cool!



ARIES

양자리(3월 21일 ~4월 19일)

결정, 그리고 후회하지 말기

이달에는 예상했던 일들이 현실로 다가온다. 벌어진 일에는 최선을 다하는 마음을 가지자. 처음에는 부담스럽지만, 마음의 준비를 미리 해두면 빠른 속도로 해결된다. 또한, 남다른 패션센스로 타인의 이목을 집중시키게 된다. 인기가 상승하는 시기. 마음이 뿌듯해지고 콧대가 절로 세워지더라도 잘난 척은 금물. 데이트에 너무 치중하다가 상사에게 업무 태도 불량으로 꾸중을 들을 수 있으니 무엇이든 적당히 즐기는 방법을 생각하자.



TAURUS

황소자리(4월 20일~5월 20일)

머리보다 행동이 더 중요하다

잘될지에 대한 의문을 없애야 하는 한 달. 머릿속에서 고민이 많기 때문에 결정의 시간을 늦추게 된다. 마음속 막연했던 불안감이 있었다면 실천을 하면서 바꾸자. 고민이 해결되고 방향이 끝을 보이는 시기다. 상황에 이끌리지 않고 능동적으로 대처하다 보면 두 마리 토끼든 세마리 토끼든 모두 잡을 수 있다. 확고한 소신을 바탕으로 추진력을 발휘하면 일에서도 연애에서도 당신의 운은 끊임없이 이어진다.



GEMINI

쌍둥이자리(5월 21일~6월 21일)

친할수록 금전거래는 금물

건강이 쇠약해지기 쉬우니 신경을 써야 하는 한 달! 식습관부터 고쳐가며 몸의 컨디션을 돌보는 것이 시급한 문제가 된다. 친한 사이일수록 금전거래는 하지 말라는 말이 딱 들어맞는다. 받지 않을 생각으로 주는 돈이면 몰라도 빌려준다는 명목으로 친구와 돈거래를 하는 것은 좋지 않다. 당신의 우유부단한 태도가 당신을 곤경에 빠트릴 수 있으니 이성과의 관계에 있어서는 결고려더라도 좋다 싫다의 표현을 분명히 해 줄 필요가 있겠다.



CANCER

게자리(6월 22일~7월 22일)

충분한 휴식으로 충전하기

몸도 마음도 지친 당신에게 여행이 새로운 활력을 불어 넣어 줄 것이다. 여럿보다는 마음 맞는 친구 한 명이나 애인과의 단출하지만 여유로운 여행이 좋다. 다이어트에 관심 있는 사람이라면 성공할 수 있으니 식단 및 운동 계획을 꼼꼼히 세워볼 것. 좋은 정보는 사람들과 공유해야 하는 것이 좋다. 당장 이득이 생기는 것이 아니라기에 다른 사람과 공유해서 민심을 얻는 것이 이득이다. 뜻밖에 좋은 정보를 접하면 사람들에게 나누어주자.



LEO

사자자리(7월 23일~8월 22일)

과감한 스타일 변화로 매력 발산하기

스타일의 변화로 생활에 큰 변화를 가져올 수 있다. 평소 하지 않던 액세서리나 입지 않던 스타일로 자신을 꾸며보자. 변화된 마음가짐이 일의 능률을 높여주고 이로 인한 자신감의 상승으로 자신의 새로운 매력을 발견하게 되는 시기다. 이전에는 관심을 보이지 않던 여성이 색다른 매력을 느끼고 진지하게 다가올 수 있다. 주변과의 조화에 노력을 기울여야 하는 시기. 건강과 집안의 경우는 안정세이기 때문에 사회생활만 조심하면 된다.



SPICA

처녀자리(8월 23일~9월 22일)

진취적인 한 달, 지혜롭게 판단하기

평소에 갖고 있던 스트레스가 심하게 나타난다. 어떤 식으로든 결론을 내려야 주변과의 마찰을 피할 수 있다. 우연히 꼭 필요한 정보를 얻을 수 있으니 고박고박 행거자. 9월 중순쯤 술자리나 파티 등 활동적인 시간을 보내게 된다. 선선했던 가을 기운에 생각보다 행동이 앞설 수 있다. 평소시보다 진취적인 모습을 보여 주위로부터 좋은 평가를 얻을 수도 있고, 성숙하지 못한 태도로 구설수에 오르는 수도 있으니 심사숙고하여 판단할 것.

WEBTOON

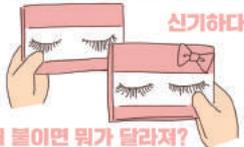
화장이 일상이 되어버린 시대. 전혀 꾸미지 않는 미인은 없다. 일상 속에서 크고 작게 일어나는 화장품과 유행 메이크업, 공간 100배로 들여다보는 재미있는 화장의 세계. 관심을 갖아야 예뻐진다. 누구나 그렇다.
*자료 제공 언니의 피우치

"킬힐보다 더 아찔하게"

깊은 스모키 화장을 더욱 화려하게 만들어 주는 것이 바로 속눈썹. 두눈을 더욱 초롱초롱하게 만들어주거나, 눈빛을 더욱 우아하게, 혹은 더욱 강렬하게 만들어주는 필수 뷰티템. 조금은 번거롭더라도 세심하게 관리하면, 더욱 확실하게 예뻐진다. 일단 한번 써보고 판단하자니까.



왜 그렇게 집착하냐고 묻는 친구들



난 속눈썹 붙이면 엄청 부자연스러운 줄 알았어...



속눈썹은 자연스러운 얇은 디자인부터 아주 화려한 무대용까지 아주 다양한 디자인이 있어



네가 생각한 속눈썹은 무대용으로 보석 장식도 달리는 아주 화려한 디자인이 대부분이야



화려한 화장을 선호하는 가수들은 이런 속눈썹을 일상용으로 쓰기도 해!

우리들이 주로 사용하는 메일리 속눈썹은 숨을 많이 보이게 하고, 길어 보이기 위한 디자인이 많아

아까보단 확실히 덜 화려하지?



실사는 이런 느낌!

그리고 눈매에 따라 디자인을 선택할 수 있어!



눈 전체가 선명해보이길 원한다면 중앙에 솔이 집중된 디자인을!



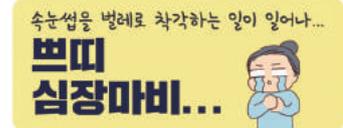
이게 요번 2016 트렌드!



속눈썹은.. 조미료와 같아.. 그 날 화장의 완성도를 결정하지



Oh **극명한 차이를 보여주기 속눈썹으로 사기치기.jpg** Oh



생생한 컬러에 촉촉한 보습까지
한 번의 터치로 완벽해진다

moisture touch lipstick

| 모이스처 터치 립스틱 | 레이어링 세럼이 겹겹이 쌓여 촉촉한 보습 케어와 선명한 광택 컬러를 선사하는 모이스처 립스틱



좋은 화장품 고르는 방법
제조사를 **확인**하세요!

CGMP 1호·2호 한국콜마
(우수화장품 제조 및 품질관리 기준)



13억 중국인이 인정한 BB크림이 한국에서 만들어졌다면?

아시아 최대 화장품전시회인 상해미용박람회에서
우수상을 받은 비비크림을

'한국콜마'가 만들었다는 사실, 알고 계셨나요?

모르셨다구요? 그럴 수밖에요

화장품 제조사는 당신의 눈에 띄지 않는 화장품 뒷면에 있으니깐요
보이지는 않지만 우리는 세계적인 기업들의 화장품을 연구 제조하는
대한민국 NO.1 화장품 제조사 '한국콜마'입니다

제조사를 **확인**하세요!

화장품 품질을 **확인**하는 가장 쉬운 방법입니다

kolmar
한국콜마