

Breeze

브리즈 Life & Beauty Magazine | BREEZEKOREA.COM

CMN Cosmetic
Marketing
News



9 772092 587004

ISSN 2092-5875

2018. APRIL

Vol. **152**

SPRING
BEAUTY
PROJECT

컬러로 즐기는
이미지 믹스매치

Rule of Daily Moisture

하루 종일 빛나는
피부를 위한 Q&A

HAIR CONTOURING

Get it! Make-up Blooming

**Korea
Best
Brand**

2018 대한민국 베스트 화장품 대점검

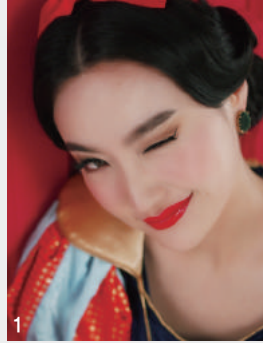
- 김정문알로에 모델 이민정 -



스스로 촉촉함을 지키는 힘, 자습력을 키우다

피부 성분과 꼭 닮은 세라미드 캡슐이 피부 장벽을 강화하여
쉽게 마르지 않는 촉촉한 피부를 완성하다

일리윤 세라미드 아토 집중 크림



산뜻하게 레벨업! Start with Color Play!

달콤하고 생동감 넘치는 비타민 컬러들이 봄을 점령했다. 소프트한 파스텔컬러가 강세를 이루는 가운데, 레드, 옐로 그린, 오렌지 등 스프링을 상징하는 컬러들이 생명을 얻었다. 또한, 겨우 내내 숨겨놓은 살들과의 전쟁이 시작되면서, 뷰티 헬스 케어 브랜드 글램디의 브랜드 모델 '설현'의 화사한 몸매가 눈에 띈다. 스킨케어 클렌저 '센시비오 H2O' 캠페인 속 영상은 짙은 메이크업과 눈에 보이지 않는 피부 노폐물까지 깨끗하게 닦아 내는 모습도 깨끗하고 건강한 봄의 도래를 준비하고 있다. 손끝까지 싱그러운 기운을 물씬 풍기는 봄, 여성스러움이 새삼 주목을 모으는 가운데 입술에서부터 볼, 발끝까지 스와하다. 자석과도 같은 밀착력으로 고운 립 컬러를 오랫동안 유지시켜주는 타투 래스팅 틴트, 벚꽃, 튜립 등 봄 꽃에서 영감을 받은 다양한 플라워 패턴과 파스텔컬러를 입힌 젤 네일 팁, 보이는 색 그대로 눈가에 선명하게 발리는 아이섀도... 조금은 달달해져도 괜찮지 않을까? 왜? 봄이니까! 편집장 유수연



1. 바이오더마 클렌징워터 캠페인 영상 화면
2. 코드 글로컬러 L.더블 립퀴드 인 마그넷
3. 에뛰드 모델 레드벨벳
4. 리리코스 마린에너지 컬러 리얼 아이즈
5. 이니스프리 플라워 컬렉션 매직프레스
6. 글램디 모델 설현

볼 때마다
새로운 화장품 정보가 있다
m.cmn.co.kr



- 06 — **BEAUTY SOLUTION**
Spring Daily Moisture
- 08 — **BEAUTY LIFE**
Spring Beauty Project
- 14 — **FOCUS**
Get it! Make-up Blooming
- 16 — **GET THE TIP**
하루 종일 빛나는
피부를 위한 Q&A
- 20 — **REVIEW**
빅 5로 보는
Korea Best Brand
2018 대한민국 베스트 화장품 대점검
- 34 — **NEWS**
Beauty News
Fashion News
- 40 — **HAIR**
컬러의 변화로 즐기는 이미지 믹스매치
- 42 — **BEAUTY LIFE**
Hair Contouring
- 44 — **CULTURE**
Flower & Dream
- 46 — **HOROSCOPE**
Catch Your Luck And Play





자연으로 행복한 순간

미세먼지 물리치는 마이크로 클렌징 히어로

워터와 오일의 시너지로 모공 속까지 딥클렌징
마이크로 2.5 오일 인 클렌징워터



미셀라 오일 인 클렌징워터

미세먼지 클렌징
마이크로 미셀라

해피바스 페이스북 페이지에서 마이크로 2.5 클렌징 제품 정보와 이벤트를 만나보세요
해피바스 마이크로 2.5 클렌징 제품은 전국 대형마트 및 주요 온라인몰에서 만나실 수 있습니다
고객 서비스센터(수신자요금부담) 080-023-5454

볼 때마다
새로운 화장품 정보가 있다
m.cmn.co.kr



CMN Cosmetics Marketing News

Vol. 152

Life & Beauty Magazine [브리즈] Breeze

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

2018. MARCH

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.

디자인 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 1110호(양평동 3가)
(주)주간신문 CMN

편집문의 02-2628-5454

광고문의 02-545-5454

인쇄 (주)태신인팩 www.inpack.co.kr

Breeze 2018년 4월 1일 발행 통권 152호
 등록일 2005년 3월 8일 등록 등록번호 영등포 라 00036
 Breeze는 한국간행물윤리위원회의 윤리강령 및 실천요강을 준수합니다.

Copyright ©Cmn.All Right Reserved.



안전습의
주요

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| 미 | 세 | 먼 | 지 | | | | | | | |
| 많 | 은 | 계 | 절 | 이 | 니 | 까 | | | | |
| 더 | 촉 | 촉 | 그 | 린 | 티 | 수 | 분 | 크 | 림 | |



총 18가지 성분 중 주의성분* 0개
 *20가지 주의성분 기준
 [출처 : 도서 '대한민국 화장품의 비밀']

TONYMOLY®

Spring Daily Moisture

아무리 예쁜 옷을 입어도 스타일을 완벽하게 백업해 주는 것은 역시 피부. 에스테틱이나 마사지 등 전문가의 손길도 절실하지만, 매년 그럴 수는 없다. 하루 종일 촉촉한 피부로 가꿔주는 데일리 수분 보습이 필요할 때!

보습감 더블업! 라네즈 워터뱅크 에센스 리뉴얼 출시

글로벌 프리미엄 브랜드 라네즈가 하루 종일 촉촉한 피부로 가꿔주는 '워터뱅크 에센스'를 리뉴얼 출시했다.

2018년 3월에 새롭게 선보인 라네즈 워터뱅크 에센스는 수분 충전 및 장벽 회복을 도와 촉촉하고 건강한 피부로 가꿔 주는 제품으로, 라네즈의 독자적인 '오션 브루' 공법으로 케일, 가든 크레스, 비트, 브뤼셀 스프라우트, 아티초크, 라마빈 등의 베지터블에서 추출한 '그린 미네랄워터'를 사용했다. 저온에서 추출한 '그린 미네랄워터'에 피부 속 수분을 꼭 잡아 하루 종일 촉촉한 피부로 가꿔 주는 라네즈만의 워터지퍼 기술을 탑재, 바르는 순간 수분이 터지는 '워터 스플래쉬' 포뮬러가 높은 수분감과 보습감을 부여한다.

라네즈는 워터뱅크 에센스와 함께 미스트와 퀵 하이드로펜을 출시했다. 라네즈 워터뱅크 에센스는 2002년 론칭 후 17년간 고객에게 사랑받아온 수분 에센스로, 연간 100만 개 이상 판매되고 있는 베스트셀러 제품이다. 수분 에센스를 원터치 펜 타입 용기에 담은 제품으로, 워터뱅크 미스트는 프랑스산 안개 분사 펌프를 사용해 최상의 수분 입자로 즉각적인 수분을 공급한다. 후대가 간편해 외출 중, 특히 피부가 건조하기 쉬운 사무실이나 비행기에서도 간편하게 각질을 잠재울 수 있다. 메이크업 위에도 쉽게 밀착되는 제형으로 수정 메이크업을 할 때도 촉촉한 피부로 가꾸어준다. 하이드로와 모이스춰 2가지 타입으로 출시됐다.



라네즈 워터뱅크 에센스

하루 종일 촉촉한 피부로 가꿔 주는 수분 에센스. 그린 미네랄워터가 수분 충전 및 장벽 회복을 돕는다. 라네즈만의 워터지퍼 기술로 수분을 꼭 잡아 준다. 바르는 순간 수분이 터지는 혁신적인 워터 스플래쉬 포뮬러가 높은 수분감을 부여한다. 피부 타입에 따라 2가지 타입(하이드로/모이스춰)을 선택해 사용할 수 있다.



라네즈 워터뱅크 미스트

안개분사로 풍부한 수분을 공급해주는 미스트. 라네즈의 독자적인 오션브루 공법으로 개발한 그린 미네랄워터가 프랑스산 안개분사 펌프로 최상의 수분 입자를 전달한다. 피부 타입에 따라 2가지 타입(하이드로/모이스춰)을 선택할 수 있다.



라네즈 워터뱅크 퀵 하이드로 펜

언제 어디서든 수분을 충전해주는 퀵 하이드로 펜. 원터치 펜 타입으로 베지터블에서 추출한 그린 미네랄워터의 수분 에센스가 2배나 포함되어 있어, 극소량으로도 풍부한 수분과 미네랄을 공급해 준다. 메이크업 위에도 쉽게 밀착돼 각질을 빠르게 잠재울 수 있도록 설계됐다.

하루 종일 **촉. 촉. 촉!**

마르지 않는 피부의 비밀



Problem

화장을 하고 나도 건조함이 느껴질 정도의 건성피부. 데이트를 하거나 중요한 미팅 때, 아니면 비행기를 탈 때에도 각질이 뜨거나 피부가 건조해서 신경 쓰인다. 간편한 수분 공급으로 촉촉하게 지낼 수는 없을까?

Solution

메이크업 전 충분한 수분 공급을 해주는 것이 중요하다. 에센스는 부스터 사용할 손으로 톡톡 두드려 주고, 메이크업 베이스나 파운데이션에 에센스를 1:1 정도 섞어 발라주면 보습효과를 더욱 높일 수 있다. 얼굴이 건조할 때는 20-30초 간격을 두고 2차례 정도 페이스 미스트를 뿌려 가볍게 손으로 감싸가며 손가락으로 톡톡 두드려 흡수시켜 준다.

Spring Beauty Project

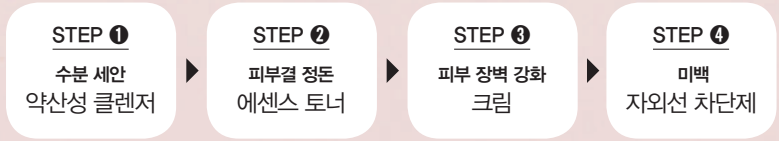
과잉의 시대 Minimal Life가 좋다

다이어트 이야기가 아니다. 피부에 트러블이 생기고 온몸이 퉁퉁 부운 듯 컨디션마저 떨어지는 봄. 피부과를 찾기도 하고, 화장품을 새로 사보기도 하지만, 마음만큼 효과가 보이지 않는 것 같아 불안해진다. 그러나 뭐든 과도한 것은 오히려 피부를 민감하게 만들거나 트러블의 원인이 될 수 있다. 몸의 독소를 빼는 것도 중요하다. 과도한 단식은 좋지 않지만 적당히 칼로리 섭취를 낮추고 몸속의 노화 억제 유전자를 활성화시켜 주면, 노화를 예방해준다. 그러므로 무엇이든 과유불급. 가볍게 즐겨보자!

심플하게 끝내는 Skin Care Step

봄철, 피부가 건조해지고 피부 장벽 기능이 저하되면서 민감해 지기 마련. 그렇다고 날씨가 따뜻할 수 있을까? 무작정 늘어나는 화장품, 가짓수만 늘리지 말고, 나에게 꼭 맞는 제품으로 제대로 흡수시켜주는 것이 중요하다.

Basic Skin Care



CHECK LIST

내가 화장품 중독일까?

- ☑ 7개 이상의 스킨케어 제품을 사용한다.
- ☑ 세안은 부드러운 소리가 나와 개운하다.
- ☑ 건조를 느낄 때마다 화장품을 덧바른다.
- ☑ 겨울철에 유독 피부가 거칠고 뻣뻣하다.
- ☑ 화장품이 제대로 흡수되지 않고 걸돈다.



STEP 1 → 수분 세안

과도한 클렌징은 피부에 오히려 해가 될 수 있다. 피부가 민감하거나 건조에 시달린다면 약산성 겔 클렌저를 사용하면 좋다. 약산성 세안제는 여타 클렌징 제보다 수분 함량이 많아 피부 표면의 피지와 노폐물이나 더러움을 제거하면서 촉촉하게 마무리된다.



STEP 2 → 피부결 정돈

토너와 에센스를 이중으로 사용하는데 불필요하고 번거로운 것은 금물. 토너는 피부결 정돈 기능으로 사용되므로, 피부 결 정돈 기능을 겸비한 워터 에센스를 사용하면 토너와 에센스를 이중으로 사용할 필요가 없다. 에센스 토너라도 탄력, 주름 개선, 미백 등 기능은 다양하다. 자신의 피부 고민에 맞는 제품을 찾아 스킨케어 단계를 줄인다.



STEP 3 → 피부 장벽 강화

무조건 수분이 많다는 것도 불필요하다. 사실, 제품 하나만 발라도 피부 망감이 느껴지지 않는다면 다른 것을 덧붙일 필요는 없다. 피부가 민감해졌다면 피부 장벽을 보호하는 기능의 보습제품을 선택하고, 별다른 피부 고민이 없다면 한 가지 제품으로도 다양한 효과를 누릴 수 있는 멀티 제품을 선택한다.



STEP 4 → 미백

노화 방지를 위해서 자외선 차단제는 필수다. 자외선 차단제는 SPF 30, SPF 50 차단지수가 다른 두 개의 자외선 차단제를 준비해 상황에 따라 사용할 수 있도록 하는 것이 좋다. 무조건 차단지수 높은 것을 바르는 것이 능사는 아니다. 피부에 부담을 줄이기 위해, 외부 활동이 많은 날에는 SPF 50을, 실내 활동이 많은 날에는 SPF30의 자외선 차단제를 선택해 사용한다.



CHECK LIST

식습관이 피부를 망가뜨린다고?

- ✓ 탄수화물 없이는 못 산다.
- ✓ 맵거나 짠 음식을 좋아한다.
- ✓ 한번 먹을 때 끝장을 보는 편이다.
- ✓ 채소보다 육식, 인스턴트를 많이 먹는다.
- ✓ 일주일에 2회 이상 과음한다.

Inner Beauty Care

STEP ①

호흡으로 대사 다스리기

STEP ②

운동하기

STEP ③

노폐물 배출

STEP ④

과식 과음 금지

STEP ⑤

신체리듬 턴오버 & 리셋

살 빼기보다 독소 배출이 우선이다

Inner Beauty

장을 비우고, 몸을 가볍게 하는 것이 뷰티의 기본. 과식이나 과음을 했다면 확실히 배출하고 소비할 것. 과식을 했다고 다음날 완벽하게 굶는 것은 옳지 않다. 오히려 제대로 영양소를 섭취하면서 리셋을 해주는 것이 좋다. 비워낸다고 해서 단순하게 섭취 칼로리를 줄이는 것이 아니라 오히려 제대로 된 영양소를 섭취해 영양 밸런스를 맞추는 것이 중요하다. 아무것도 먹지 않으면 단기적으로 체중은 감소하나 이후 음식물을 섭취했을 때 오히려 혈당치가 급상승하면서 지방으로 변하기 때문에 주의하는 것이 좋다. 자신의 평소 습관을 되돌아볼 것. 무심코 저지르는 습관들이 모여 당신의 몸은 물론 피부를 망가뜨린다.

습관의 변화로 바꾸는 Keep Clean Care

STEP 1

호흡만 잘해도 건강하다



호흡법만 바꿔도 정체된 대사 활동을 촉진해 대사가 잘되는 몸으로 탈바꿈할 수 있다. 천천히 코로 숨을 마시면서 몸속의 독소를 섞어 입으로 서서히 뱉어낸다는 식으로 숨을 내쉰다. 모두 다 뱉어 냈으면 5초간 유지하면서, 배가 들어가 있는 것을 의식하고 나서 다시 코로 숨을 들이마실 것.

STEP 2

러닝머신서 10분간 전력질주



7~8km/h의 속도로 10분 정도 러닝머신을 전력 질주하면 아드레날린이 분비되면서 혈당치가 올라가고 공복감이 사라진다. 땀을 흘리면서 자연스럽게 독소가 배출되어 몸속을 깨끗하게 정리할 수 있다. 유산소 운동 30~40분 전에 카페인을 섭취하면 지방 연소 효과도 높아진다. 체중 조절을 목표로 한다면 커피를 한잔 마시고 운동하는 것도 좋다.

STEP 3

정체된 수분 & 노폐물 배출



술 마신 다음날 얼굴이 붓는 이유는 혈액 순환이 제대로 되지 않아 수분과 노폐물이 정체되어 있기 때문. 이럴 때는 마사지로 림프의 흐름을 촉진해 여분의 수분 및 노폐물을 배출해야 한다. 부기를 즉각적으로 해소하려면 귀 아래 임파선 램프를 자극한다. 또한, 스트레스성 트러블이 올라오거나 변비가 심하다면 정체된 오일을 매일 1큰술 정도 섭취하는 것도 효과적이다.

STEP 4

항산화 식품으로 노화 & 당화 탈출



컬러풀한 채소 등 항산화 식품을 확실하게 보충해 과식 과음의 손상을 복구할 것. 당질이나 지질, 알코올을 많이 섭취하면 체내에서 활성 산소가 발생하기 쉽다. 그 손상을 억제하거나 빠르게 복구하기 위해서는 항산화 작용이 뛰어난 성분을 많이 함유한 녹황색 채소나 버섯, 너트류를 적극적으로 섭취해야 한다. 그중에서도 토마토(토종리프이나 주스)는 알코올 대사를 촉진하는 효소를 활성화시키는 작용을 인정받고 있다.

STEP 5

따뜻한 물이 피부를 살린다



아침저녁으로 따뜻한 물을 한 잔 마셔 몸속을 데울 것. 체온이 낮으면 대사가 원활하지 못해 피부의 턴오버가 제대로 이뤄지지 못하고 장벽 기능 역시 저하되어 결과적으로는 피부가 민감해진다. 몸을 따뜻하게 하는 것= 피부를 아름답게 만드는 지름길이라는 사실을 명심할 것. 욕조에 들어가기 전 클렌징 한 다음 9분 정도 입욕을 하면서 실시하는 스킨케어도 효과적이다. 각질이 제거되고 노폐물이 배출된 후라 평소와 같은 제품을 사용하더라도 효과가 배가된다.



미세먼지 많은 계절이니까
더촉촉그린티수분크림

극심한 일교차에 하루가 멀다 하고 들리는 미세먼지 주의보까지 겹쳐
예민해진 피부를 지켜 줄 안전한 스킨 케어가 절실한 상황이다.
EWG 1~2등급에 해당하는 그린 등급의 안전한 성분들만 엄선해 민감한 피부에
순하게 작용하는 토니모리 '더 촉촉 그린티 수분 크림'으로 안전하게 보습 관리하자.





안전수분 입증! 화해 1위 크림

EWG 그린등급 안심처방 성분
 사용으로 간편하다는 성분 분석 어플, '화해'에서
크림/젤 부문 1등을 차지했어요! 민감하고
 예민한 피부에 이제 안전보습 하세요

왜 안전보습을 할까요?

- ✓ EWG 그린등급원료 처방!
- ✓ 총 18가지 성분 중 주의성분 0개!
- ✓ 미세먼지에 굴리고 지친 피부에 순한 수분 충전!

안전 보습 작동 중



더 촉촉 그린티 수분 크림
 100% 안심 처방 성분 사용!

제품 성분 자체의 안전성을 이제, 체크해보세요
 민감성 피부를 위한 제품에 쓰이는 1~2 등급의 그린 성분만을
 엄선하여 민감하고 예민한 피부에도 안심 촉촉 수분 공급!

| 안전한 성분의 안전 보습 크림 |

안전성
등급 평가
기준

1-2

Low hazard
안전함

3-6

Moderate hazard
보통

7-10

High hazard
위험함

EWG등급이란? Environmental Working Group의 약자로 안전한 성분을
 대안으로 제시하는 비영리 환경시민단체를 뜻하며, 2억 5천여개의 연구 조사 결과를
 통해 1~10까지 성분 등급을 설정하고 2단계까지 안전한 성분으로 보고 있다.



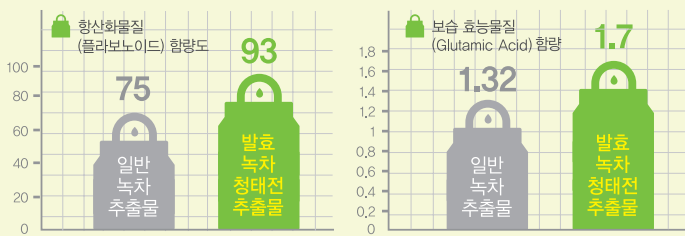
● 토니모리 더 촉촉 그린티 수분 크림
 발효 녹차 청태전을 담아 수분 가득 맑고 촉촉한 피부를
 지켜주는 수분크림. 60ml 1만 5천 5백원

더 촉촉 그린티 수분 크림의 핵심성분 '청태전'



토니모리 '더 촉촉 그린티 수분 크림'은 1년간
 자연 발효시켜 향산화 효과가 우수한 청태전
 을 원료로 한다. 생녹차 또는 인위적인 발효 녹
 차와는 달리 자연 발효 녹차에서만 찾아 볼 수
 있는 흑호모균주가 피부에 수분을 공급해 촉
 촉하고 탱탱한 피부를 완성한다.

청태전의 놀라운 향산화 & 수분 저장 효과



● 항산화도 화합물 함량 비교 / mMTE/g Fwt

● 보습 효능 물질 함량도 비교 / mg/100mL

*출처: 동아시아 식생활학회지 제18권 제3호, 2008.6. 391-396 (6 pages).
 청태전과 녹차 추출물의 이화학적 성분과 생리 활성

Expert's Review

미세먼지가 심한 봄에는 활영까지 마치고 나면 피부가 평소보다
 더 쉽게 건조해져요. 워낙 끈적이는걸 싫어하는 저희라 수분크림
 고르기가 쉽지 않았는데, 토니모리 더 촉촉 그린티 수분 크림은
 산뜻하게 스며들며 촉촉함이 오래 유지돼 정말 만족스러워요.
 유해 성분 없이 안전한 성분만 모아 만들어 예민한 피부의
 멤버에게도 굿! 이젠 비투비와 함께 안전보습, 수분충전 하세요!

- 토니모리 모델 BTOB(비투비)



Get it! Make-up Blooming

자연스럽게 예뻐 "PPUM PPUM!"

나날이 진화하는 화장품. 겨우내 둘둘 감았던 옷들을
옷장 속에 과감히 정리해 넣고 반짝이는 신상 패션과 주얼리.
머리부터 손끝 하나하나까지 생기 넘치게!



1. 아모레퍼시픽 설화수
자음생수·자음생유액
2. 크리스탈 루미에
168 리페어 크림



코리아나화장품
위네이지 캐비어 스페셜 크림

탄력, 쪽쪽 올라간다

나이가 들수록 심해지는 주름과 푸석하고 생기 없는 얼굴은 안색을 칙칙하게 만들어 노안으로 보이게 만드는 주범!

특히 자연에서 찾아낸 진귀한 식물 성분 등 피부 탄력 개선에 도움을 주는 성분을 중심으로 특화되어 있는 제품들이 중심을 이루고 있다. 극한의 환경 속에서 땅과 나무의 기운으로 강한 생명력을 키워가고 있는 자연성분들이 인기를 모으고 있다.

예를 들어 아모레퍼시픽 설화수의 자음생수와 자음 생유액에는 인삼의 수분과 영양 성분을 응축시킨 원료인 '증삼수™'를 담고 있으며, LG생활건강이 최근 출시한 크리스탈 루미에 168 리페어 크림은 168시간 자연 숙성으로 얻은 '트루 에이징 익스트랙트™' 성분을 함유하고 있다. 더샵의 메르비에 하이dra 5 중에는 '두날리엘라 살리나'가 들어있다. 호주의 핑크호수 레이 크 힐리어의 유일한 생명체로 알려진 것으로 강한 염분과 건조한 환경에서 스스로 보호하기 위해 핑크색으로 변하는 플랑크톤으로 피부 탄력을 강화시켜 주는 효과가 있다.

리엔케이가 최근 리뉴얼 출시한 셀 투 셀 크림에는 영원불멸을 상징하는 3가지 지상 식물에 해양에서 찾은 생명력 강한 식물 '록섬 파이어'까지 총 4가지 식물에서 원형 그대로 추출한 '리얼 셀' 100만 개가 함유됐다. 코리아나화장품의 위네이지 캐비어 스페셜 크림에는 바다의 블랙 다이아몬드라고 불리는 '벨루가 캐비어 추출물'의 영양을 담았다. 여기에 콘드로이친 황산이 다량 들어있는 달팽이 점액 추출물을 함유하고 있다.

TIP / 파운데이션 오해와 진실

X 고성능 성분을 함유하면 피부가 번들거린다

에센스의 핵심 성분이 들어있다고 해서 모두 유분이 많은 것은 아니다. 손목에 테스트해 본 후 마무리가 보송보송한 제품을 고르거나 평소 사용량의 2/3정도만 사용하면 번들거릴 염려가 없다. 피지 조절 파우더를 함유한 파운데이션을 선택하는 것도 방법이다.

△ 민감한 피부는 고기능 파운데이션 사용시 트러블이 생기기 쉽다

기본적으로 자극성이 적은 파운데이션을 고른다. 알로에 베라나 장미수 같은 진정 성분이 함유된 제품은 자극성이 적어 민감한 피부에도 사용할 수 있다.

X 파운데이션에 여러 기능이 추가되면 본래의 기능이 약해진다

기본적으로 높은 커버력과 밀착력이 있는 스킨 파운데이션은 잡티나 모공, 주름을 가려준다. 전체를 바르기 보다는 신경쓰이는 잡티에 파운데이션을 살짝 덧바르면 컨실러 못지 않은 효과를 보기도 한다.

Tone, 최대한 자연스럽게

cushion

최대한 한 듯 안 한 듯 내추럴하면서 화사한 피부가 돋보이는 일교차가 크고 건조한 바람이 불 땀 스킨케어 단계부터 피부를 꼼꼼하게 가꾸는 것이 중요하다. 톡톡 두드리는 것만으로 간편하게 잡티를 커버할 수 있을 뿐 아니라 야외활동이 잦은 봄철 수시로 수정 메이크업을 하기에 부담이 없어 머스트 해브로 손꼽히고 있는 제품은 바로 쿠션. 최근에는 자외선 차단과 피부 커버, 윤기 나는 피부 표현의 역할을 멀티 쿠션이 모두 해결해 주면서 보다 완벽에 가까운 우윳빛 피부 연출을 위한 피부 톤 보정 제품으로 각광을 받고 있다. 컬러 베이스는 화사한 피부 표현과 결점 커버를 위해서는 자신의 피부색과 보색인 컬러로 고르는 것이 원칙이다. 붉은 피부는 붉은 기를 중화시켜 피부를 좀 더 맑게 보일 수 있는 그린 컬러 베이스를 선택하고, 노란 피부라면 퍼플 컬러 베이스를 사용하면 보다 화사한 피부 표현을 완성할 수 있다. 얇고 자연스러운 메이크업을 하려면, 콧방울, 눈가와 같이 피부 톤 차이가 심한 곳에 컬러 베이스를 부분적으로 사용해 주는 것도 좋다.

1. 메디큐브 저자극 진정 커버 쿠션 레드 캡슐 쿠션
2. 시세이도 싱크로 스킨 틴티드 젤 크림 & 싱크로 스킨 일루미네이터
3. 칼리 터치포엠 클라겐 쿠션
4. 아르마니 투고 쿠션 꾸뛰르 리미티드 에디션
5. 바비브라운 스킨 래디언트 글로우 쿠션 컴팩트
6. 슈에무라 페탈 스킨 쿠션 파운데이션
7. 라네즈 레이어링 커버 쿠션



foundation

파운데이션이 얼굴의 잡티나 톤을 보정하는 화장품 정도로 사용하는 것은 옛말. 요즘 파운데이션은 매끈하게 피부 결을 정돈하고 잡티를 가려 고르게 보이도록 도와주는 것은 기본. 요즘 파운데이션은 기능성 에센스 못지않은 스킨케어 성분을 탑재하고 있다. 마치 스킨케어 탄력을 연장하듯 건강한 피부를 위해 적극적인 해결책을 제시하는 것. 예를 들어 주름을 감추고 채우는 것은 물론, 안티에이징 성분이 주름을 완화하고 탄력을 강화한 파운데이션을 사용하면 노화의 징후를 다스릴 수 있다. 또 화이트닝 에센스에 사용되는 성분이 추가되어 피부 속에서 멜라닌 형성을 억제하고 자외선을 차단해 피부 톤을 투명하고 균일하게 만들어 준다. 이외에도 모공 축소, 피부 재생, 탄력 회복 등 파운데이션으로 관리할 수 있는 영역이 세분화되고 있다. 가리는 메이크업을 넘어 '좋은 피부'를 만들어 주는 얘기. 피부 고민을 정확히 파악하고 알맞은 파운데이션을 사용하는 것만으로 위기에 빠진 피부를 구할 수 있다.

1. 바비브라운 스킨 롱웨어 파운데이션
2. 에스쁘아 프로 테일러 파운데이션 비 글로우
3. 한스킨 배어 글로우 파운데이션
4. 어퓨 퍼스널 톤 파운데이션



Get the tip

Super Natural skin

하루 종일 빛나는
피부를 위한 Q&A

마음은 한없이 '맑고 투명한 피부'인데, 현실은 아무리 오랜 시간 동안 공을 들여 메이크업해도 번들번들. 울긋불긋. 자신의 피부에 맞추어 화사한 메이크업을 위한 Q&A.



기온이 상승하고 땀과 피지가 왕성한 봄여름. 번들거리는 피지와 햇볕아래 더욱 칙칙해지는 피부 톤 때문에 한숨만 뿜어간다. 자칫 수정 메이크업을 잘 못하면 메이크업이 두꺼워지고 멍치는 역효과가 일어난다. 들뜨거나 밀림 없이 아침에 메이크업 한 그대로 뽀샤샤함만 남길 수는 없을까?

Q1

파운데이션 사용도 피부 타입 별로 달라지나요? 지성피부인데 파운데이션을 바를 수 있나요.

A 물론이죠. 유분이 많은 리퀴드나 크림 타입은 피부가 건조하기 쉬운 피부들이 사용하고 파우더 타입이나 미네랄 파운데이션은 피부가 번들거리는 타입이 사용하면 좋아요. 건조한 피부는 보습력이 높은 파운데이션으로 화장이 갈라지는 것을 방지해 주는 제품, 유분이 많은 피부는 화장이 흘러내리거나 지워지는 것을 막는 기능 제품 등을 선택하는 등 파운데이션에도 종류가 많죠. 특히, 지성 타입의 경우는 T존을 중심으로 많이 생기므로 이 부분을 신경 써주세요. 이중 입자가 가는 미네랄 파운데이션은 피부에 밀착되기 쉽고 번들거림을 잡아줄 수 있어요. 지성 피부는 두껍게 화장하기보다는 세안제 만으로도 지워지기 쉽고 화장하기 쉬운 제품으로 화장을 하고 자주 수정해 주는 것이 좋아요.

Q2

저는 항상 기초화장을 하지 않아도 뽀뽀하거나 하지 않을 정도인데, 기초화장을 꼭 해야 하나요?

A 유분이 많은 피부라고 기초화장, 즉, 보습 케어를 게을리 하면 안 돼요. 예를 들어 피지가 많이 나오는 것은 피부가 너무 건조하다는 사인이기도 해요. 아침에는 화장수 미용액, 유액을 각각 손으로 눌러주면서 확실하게 발라주세요. 유액은 지나치게 조금 발라도, 너무 많이 발라도 좋지 않아요. 건조하기 쉬운 볼에는 충분히, 피지가 많은 T존(이마, 코)에는 얇게 발라주는 식으로 발라주는 것이 좋아요. 파운데이션 전에 티슈 등으로 유분을 제거하고, 파운데이션을 너무 두껍게 바르지 말아주세요.

Q3

지성 피부라서 기름종이를 많이 사용하는 편이에요. 기름종이는 필요한 피지까지 흡수한다는데, 써도 괜찮을까요?

A 기름종이는 유분 제거제이기 때문에 보습에 도움을 주는 피지까지 흡수할 수 있다는 말은 맞아요. 따라서 많이 사용하면 좋지 않고, 하루에 1~2회 정도는 괜찮아요. 그러나 유분이 유독 신경 쓰이는 타입이라면 티슈 혹은 기름종이로 사용해서 제거하는 것보다는 휴대용으로 유액을 적신 코튼 등을 준비하면 좋아요. 유액 코튼으로 화장이 진할 경우, 혹은 중요한 일정 등으로 화장을 고치고 싶을 경우, 혹은 수정해야 하는 부분이 있을 때, 한 번씩 닦아주고 사용해도 좋아요.

Q4

지성 피부의 화장품은 어떤 성분 표시가 되어 있는 제품이 더 좋은가요?

A 지성피부들은 원래 오일 프리, 혹은 광물 유 프리, UV 차단, 번짐 방지 등 3가지 포인트로 고르면 좋아요. 말 그대로 지성 피부는 피지량이 많은 타입이므로, 될 수 있는 대로 유분이 적은 제품은 기본이죠. 지성 피부만에 한한 것은 아니지만, 멜라닌 색소가 많이 분출되는 피부 타입이므로, 자외선 차단 기능이 있으면 더욱 좋아요. 또한 번짐 케어가 되어 있는 제품을 바른다 해도, 기초화장 시 화장수 등이 제대로 흡수되지 않은 채 파운데이션 등을 바른면 제대로 밀착되지 않아 화장이 흘러내릴 수 있으므로, 메이크업 전에는 반드시 티슈로 얼굴 전체를 눌러 여분의 유분, 습기 등을 제거해주는 것 잊지 마세요.

Q5

화장을 하면 번들거리고 밀리는 타입이에요. 사용 전 스킨케어로는 어떤 단계가 중요한가요?

A 어떤 피부 타입이라도 메이크업을 할 때의 스킨케어는 중요한데, 이때 가장 플러스되면 좋은 아이템이 수렴 화장수예요. 수렴 화장수는 피부를 조여주는 목적의 화장수로 보통 보습 화장수와는 사용 목적이 조금 달라요. 스킨케어의 마무리로 코튼에 묻혀서 패팅 해주면 피부를 확실하게 조여주어 지성 피부의 유분 배출을 자연스럽게 도와줘요. 상쾌한 사용감이 대부분으로 날씨가 더워지면서 필수템으로 떠오르고 있어요.



Q8

항상 피부가 건조하고 속 땅김이 심합니다. 여드름성 피부라서 항상 민감한 편인데, 화장품 선택은 어떻게 해야 할까요?

A 건강한 피부를 위해서는 일단, 건조를 다스리기 위한 보습 케어와 함께, 피부의 PH 밸런스를 약산성으로 맞추어 주는 것이 좋을 듯해요. PH 5~6.5 정도가 약산성 제품을 사용하면, 피부 표피층의 산성막이 유해한 균으로부터 피부를 보호해 주고 피부 장벽을 건강하게 유지시켜 주는 역할을 해요. 울긋불긋 문제성 피부 즉, 약건성으로 피부 속 땅김이 심하다면 피부와 유사한 약산성 클렌저 등을 구입해서 세안부터 약산성 제품을 사용해서 민감함을 일단 다스려 주세요.

Q7

세안할때마다 얼굴은 당기는데, 금방 얼굴에 유분기가 돌아서, 기초 화장을 어떻게 해야할지 잘 모르겠어요.

A 피부는 건조해지면, 스스로 그 건조를 이겨내기 위해 피지량을 대폭 늘리곤 해요. 피부가 건조해지면 그 이상으로 건조되지 않도록 피지량을 늘리고 피부를 보호하려 한다는 거죠. 우리 몸이 스스로 알아서 하는 방어 시스템이지만 얼굴은 땅기는데, 유분은 넘쳐나는 고민이 시작되는 거죠. 그러므로 과도한 세안으로 피지 컨트롤을 하려고 하면 상태는 더욱 악화될 수 있어요. 피지가 늘어난다고 화장수만으로 스킨케어를 하거나 보습 성분이 적은 기초 화장품으로 스킨케어를 해도 악화될 수 있으므로 주의하세요. 즉, 피부 건조와 피지량 증가는 잘못된 보습 케어 때문일 수 있고, 식생활과 수면 부족, 스트레스도 피지량이 늘어나는데 밀접한 관계가 있다고 알려져 있어요.

Q9

식생활 개선으로 타고난 피부 타입을 바꿀 수 있을까요?

A 맞아요. 피부는 타고나는 것이라서 원래부터 탄력 있고 고운 피부를 갖고 있는 사람들만큼 부러운 건 없죠. 그러나 후천적으로 노력해서 피부의 결과 타입을 바꿀 수는 있어요. 특히 피지가 신경 쓰이는 타입은 평소의 라이프스타일을 바꾸는 것만으로 많은 효과를 볼 수 있는데, 가장 중요한 것은 식생활과 수면 습관 개선 등이예요. 평소에 기름기 있는 식품 섭취를 자제하고 취침 전 홍차와 녹차 등 카페인이나 이노자용이 있는 알코올 등을 마셔서 중간에 잠이 깨는 습관은 좋은 피부를 포기하는 지름길입니다. 평소에 천천히 목욕을 즐기거나 휴일에는 사노를 자주 하여 태양광을 쬐거나 해주는 것도 스트레스를 완화시켜 주어 피부를 좋게 합니다.

Q6

피부가 항상 피곤하고 어두운 편입니다. 자연스럽게 피부 톤업을 시키는 방법은 없을까요?

A 피부의 컬러나 톤은 타고난 경우가 많긴 하지만 가꾸기 나름입니다. 잡티와 모공을 무리하게 가리려고 하면 더욱 도드라져 보이기 마련이니까 파운데이션으로 하얗게 가리려고 하는 생각에는 일단 부정적입니다. 피부색이 좋다면 약간의 광택감이 도는 제품을 바르면 생기 있어 보이는데, 피부색이 칙칙한 편이라면 너무 진한 파운데이션만큼은 자제하세요.

Q10

꼼꼼하게 세안 한다는 것과 딥 클렌징은 뭐가 다른가요?

A 포인트 메이크업 리무버부터 클렌징 오일, 폼 클렌징으로 순차적으로 세안을 하고, 뽕뽕거리는 느낌이 날 때까지 행구어 내는 것을 딥 클렌징이라 생각하는 경향이 많죠. 그러나 과도하게 씻어 내는 것에만 집중하다 보면 피부에 꼭 필요한 부분까지 제거하여 피부는 더욱 약해지고 메마르게 됩니다. 따라서 복잡한 클렌징 단계를 축소하고, 노폐물만 빠르게 제거할 수 있다면, 그것이 꼼꼼한 세안이라고 할 수 있어요.



깔끔하고 화사한 스프링 룩을 위한 Spring Make-up

무조건 감추고 가리는 커버 메이크업은 가라! 가볍게 착 달라붙어
마치 타고난 건강한 내 피부처럼. 보습보송
내추럴 메이크업부터 물광 메이크업. HD 고화질 메이크업을 위한 HOW TO

● 내추럴 메이크업 3 STEP

① 매끄럽고 촉촉한 베이스

에센스 + 파운데이션 = 리퀴드 파운데이션

보습효과가 뛰어난 에센스를 발라 건조한 피부를 촉촉하고 부드럽게 정돈하고 각질을 가라앉혀 준다. 자신의 피부 상태에 알맞게 에센스와 파운데이션을 섞어 주면 모이스처라이징 효과가 풍부한 리퀴드 파운데이션으로 사용할 수 있다.

② 피부톤은 생기있고 화사하게

프라이머 + 부스터 + 펄 파우더 함유 베이스 메이크업

메이크업 전 피부 표면의 요철을 메워 피부 결을 실크처럼 만들어 주는 프라이머. 기초화장 후에 사용하면 메이크업을 잘 받게 하는 부스터, 펄 파우더가 함유된 베이스 메이크업 제품은 빛을 난반사시켜 피부가 깨끗하며 입체적으로 보이도록 시각적인 효과를 연출한다.

③ 자연스럽게 투명한 마무리

컨실러 + 리퀴드 파운데이션 + 투명 파우더

잡티를 커버력 강한 파운데이션을 덧발라 무겁고 매트하게 연출하는 것은 금물. 가볍고 투명한 피부 톤을 표현하기 위해서는 먼저 다크 서클과 잡티, 피부 결점은 컨실러로 커버해 준다. 소량의 리퀴드 파운데이션을 꼼꼼히 바르고 투명 파우더로 피지를 잡아주는 정도로 마무리한다.

● 생기 있고 화사한 피부를 위한 파운데이션 선택법

① 메이크업이 들뜰 때

⇒ 에센스 함유 제품

보습 성분이 함유된 파운데이션은 피부 톤을 매끄럽게 정돈해 메이크업을 들뜨는 것을 예방한다. 메이크업 흡수율을 높여 시간을 단축시켜 주고 하루 종일 깔끔한 메이크업을 유지해 준다.

② 칙칙한 피부 톤이 고민일 때

⇒ 펄 파우더 함유 제품

미세한 펄 파우더 성분이 함유된 제품은 빛을 난반사시켜 잡티와 잔주름을 자연스럽게 커버해 주고 피부 톤을 화사하게 만들어 준다. 포인트 메이크업 없이도 생기 있는 자연스러운 피부톤을 연출해 준다.

③ 트러블때문에 망설여질 때

⇒ 유·수분 밸런스 기능 제품

피부가 건조할 때는 보습 에센스 함유 제품을, 자외선이 강한 계절에는 화이트닝이나 자외선 차단 기능을 갖춘 제품을 선택한다. 유해 환경으로부터 피부를 보호해 트러블을 예방해 주고 생기 있고 화사한 피부를 만들어 준다.



빅 5로 보는
**KOREA
BEST
BRAND**



현명한 소비자들이 선택했다
2018 대한민국
베스트 화장품 대점검

아모레·LG생활건강, 황금 쌍두마차 흔들림 없는 소비자 브랜드 충성도 화장품 시장점유율 '난공불락'

지난해 소비자들이 가장 많이 선호한 화장품 브랜드는 무엇일까? 드라마와 영화 SNS 등의 영상 매체를 통해서 수많은 제품들이 쏟아지는 브랜드 흡수시대. 매일 소비자들은 기본적으로 선호 브랜드에 대한 높은 충성도와 보수적 구매 패턴을 견지하는 가운데 혁신적인 트렌드를 탑재한 상황적 컨셉에도 민감한 반응을 보이고 있다. 에디터 유수연

DETA

2018 대한민국 베스트 화장품

(화장품 다이어리 구매조사)

- 대상 : 여성패널 9,700명
- 지역 : 도시 거주인
- 연령 : 15~65세
- 기간 : 2017년 1월 ~ 12월
- 조사기관 : 칸타월드 패널·주간신문 CMN

● 조사 방법 및 범위

- ① 주간 단위로 작성된 칸타월드 패널의 다이어리 구매 기록 분석
- ② 동일 소비자 구매 행위 관련 정보 산출로 제품 구매 채널, 구매액 등 집계
- ③ 유형별 판매액 기준 1위 화장품 선정
- ④ 본인이 사용할 목적으로 직접 구매한 결과와 선물용 구매까지 모두 포함한다.

● 조사 부문 및 유형

- ▲ 기초 토탈 ▲ 색조 토탈 ▲ 스킨 ▲ 로션 ▲ 크림
 ▲ 에센스 ▲ 한방 ▲ 더모 ▲ 자외선차단제
 ▲ 비비&씨씨 ▲ 파운데이션 ▲ 쿠션 ▲ 파우더
 ▲ 아이섀도 ▲ 립 ▲ 마스크라 ▲ 아이라이너
 ▲ 아이브로우 ▲ 네일 ▲ 클렌징 ▲ 팩 ▲ 바디세정
 ▲ 바디보습 ▲ 샴푸&린스 ▲ 탈모샴푸
 ▲ 염모제 등 총 26개

★ **전체 채널** 백화점, 방판, 화장품전문점, 원브랜드숍, 멀티 브랜드숍, 면세점, 통신판매, TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰, 드럭스토어, 대형마트, 편의점, 슈퍼마켓, 약국 등 화장품 구매가 가능한 전 유통 포함.

★ **시판채널** 화장품전문점, 원브랜드숍, 멀티 브랜드숍, TV홈쇼핑, 카탈로그, 인터넷쇼핑몰, 드럭스토어, 대형마트, 슈퍼마켓 등을 아우르는 광범위한 의미에서의 시판 유통으로 정의한다.

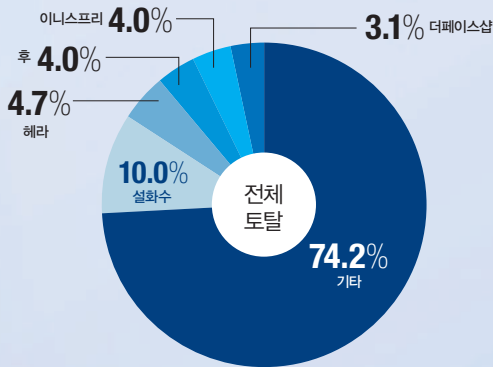
❖ **베스트 화장품 선정 기준**의 신뢰성을 더욱 높이기 위해 지속적으로 증가하는 시장이나 소비자 변화 트렌드를 적극 반영한다. 스킨과 로션의 구매, 활용 패턴이 변하고 있음을 주목해 별도로 유형을 구분했으며 2018년 베스트브랜드 부문에 탈모샴푸 카테고리도 새롭게 추가했다.

대한민국 베스트 화장품(시판 채널)

| 부문 | 대상 | 부문 | 대상 |
|--------|---------|-------|--------|
| 토탈 | 이니스프리 | 아이섀도 | 에뛰드하우스 |
| 기초 토탈 | 이니스프리 | 립 | 페리페라 |
| 색조 토탈 | 에뛰드하우스 | 마스크라 | 키스미 |
| 스킨 | 이니스프리 | 아이라이너 | 키스미 |
| 로션 | 아이오페 | 아이브로우 | 에뛰드하우스 |
| 크림 | 이니스프리 | 네일 | 아리따움 |
| 에센스 | 이니스프리 | 클렌징 | 이니스프리 |
| 한방 | 수려한 | 팩 | 이니스프리 |
| 더모 | 피지오겔 | 바디세정 | 해피바스 |
| 자외선차단제 | 이니스프리 | 바디보습 | 세타필 |
| 비비&씨씨 | 미샤 | 샴푸&린스 | 려 |
| 파운데이션 | 에이지투웨니스 | 탈모샴푸 | TS |
| 쿠션 | 아이오페 | 염모제 | 미장센 |
| 파우더 | 이니스프리 | | |

기초부문, 국내 브랜드 신뢰도 높다 색조 부문서도 해외브랜드 근접 위협

주간신문 CMN과 글로벌 조사 전문기업 칸타 월드 패널이 조사 발표하는 '2018 대한민국 베스트 화장품'이 공개됐다. 이는 지난 한 해 동안 화장품 시장 전체 채널과 시판채널에서 국내 소비자들이 구매한 결과로 국내 빅브랜드의 시장 점유율과 소비 동향을 한눈에 알 수 있다.



전체 채널 점유율 1위 '설화수'

조사 결과에 따르면, 국내 화장품 소비자들은 기초 토털 제품은 국내 브랜드를 선호하며, 가장 많이 구입한 브랜드는 설화수로 밝혀졌다. 특히 설화수는 스킨·로션·크림·에센스 등 주요 기초 토털 부문에서 전체 13.1%, 한방 부문에서도 전체 59.7%, 파우더 부문에서도 11%의 시장점유율을 차지, 시판 최강 브랜드의 위상을 확인했다.

해외 브랜드 쫓힌

헤라·에이지 20's·에뛰드하우스

메이크업 부문 역시 아모레퍼시픽 계열의 '헤라'가 맥과 크리스찬 디올을 제치고 전체 토털 6.0%의 시장 점유율로 판매율 1위를 차지하는 기업을 토했다. 헤라는 비비&씨씨, 파우더, 립, 마스크라 등 다양한 메이크업 유형에 대한 고른 판매세를 보여, 해외 브랜드 선호 일변도였던 판도를 뒤집은 주역이 됐다. 파운데이션 부문에서도 애경산업의 '에이지 투웨니스'가 19.6%의 점유율로 에스티 로더, 조르지오 알마니 등의 해외 유명 브랜드를 크게 따돌렸다. 이외, 아이섀도 부문에서도 에뛰드하우스가 18.2%로 1위 자리 수성하는 등, 국내 브랜드들의 강세를 보여주고 있다.

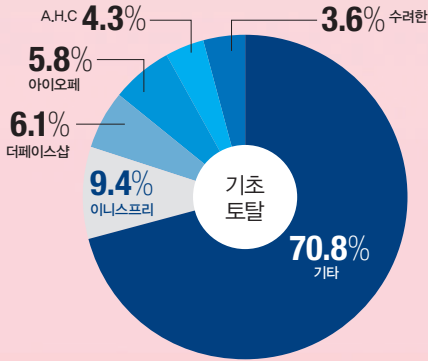
포인트 색조 부문

해외 브랜드 선호 '여전'

립 메이크업, 마스크라, 아이라이너, 아이브로우 부문에 있어서는 수입 브랜드에 대한 선호도를 뚜렷이 나타내고 있다. 립 메이크업은 맥과 크리스찬디올, 입생 로랑, 샤넬 등이 디테일한 컬러 표현면에서 소비자들에게 인정받고 있으며, 마스크라, 아이라이너 부문도 '키스미'가 차지하고, 맥과 크리스찬디올, 입생 로랑 샤넬에 이르기까지 수입 브랜드에 대한 선호도를 뚜렷이 나타냈다.



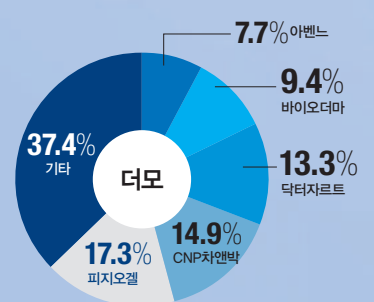
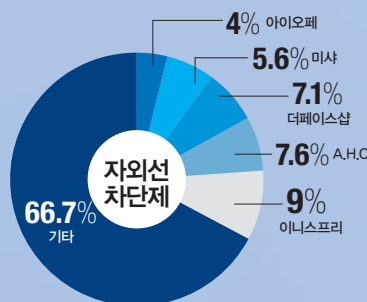
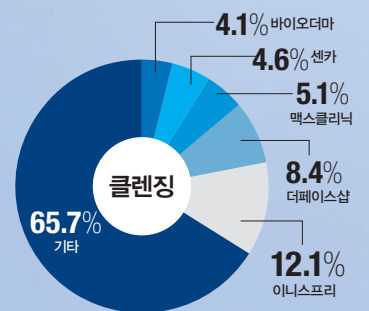
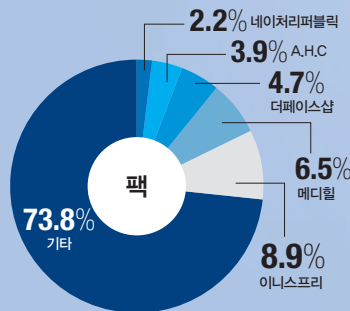
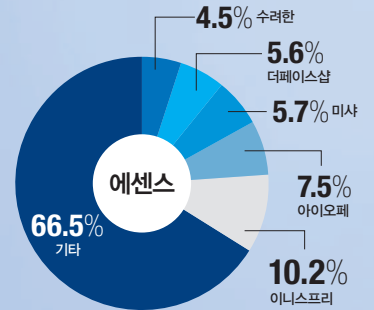
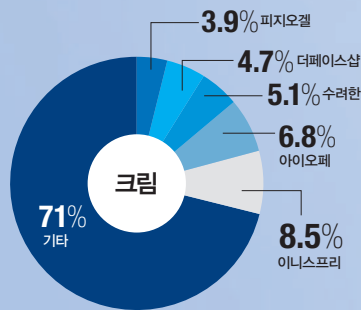
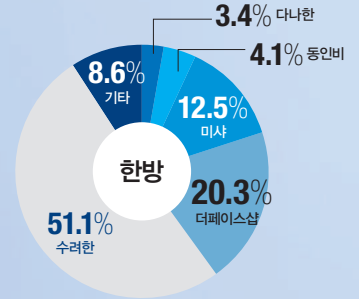
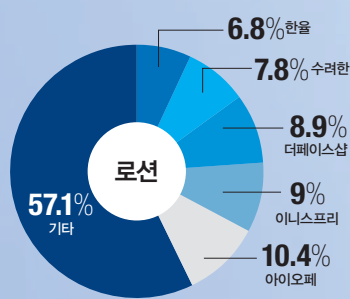
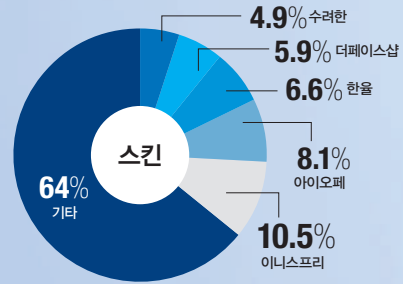
[시판채널 ▶ 기초 토탈]



견고한 빅 5 위상
한방 브랜드 대중화 가속

2018년 K-Beauty를 이끈 대한민국 베스트 브랜드 시판 부문의 강자는 이니스프리 (8.2%), 더 페이스샵 (6.2%), 아이오페 (6.0%), 미샤 (4.6%) 순으로 집계됐다. 기초 케어 부문의 전체 부문 역시 큰 변화는 없어 아모레퍼시픽과 LG생활건강의 빅 브랜드가 전체 시장을 장악하고 있음을 알 수 있다. 이외 스킨, 로션, 크림, 에센스 부문 등에서도 동일한 양상을 띠고 있지만, 아모레퍼시픽의 '한울'과, LG생활건강의 '수려한' 등 한방 브랜드들이 5위 안에 올라와 있어 젊은 여성층에서의 한방 브랜드에 대한 신뢰도가 점진적으로 향상되고 있음을 알 수 있다.

한방부문에서의 전체 채널에서는 단연 설화수(59.7%), 후(22.1%)이지만, 시판채널에서는 수려한(51.1%)이 압도적으로 마크하고 있다. 수려한은 기초 토탈 부문에서도 5위권에 진입하여 기초화장품 분야에서의 약진이 눈에 띄고 있다. 이외 더 페이스샵 (20.3%), 미샤 (12.5%), 동인비 (4.1%), 다나한 (3.4%)이 차지하는 등 한방 브랜드의 대중화가 지속적으로 확대되는 양상을 띠고 있다. 이중 더모 화장품 톱 5 역시 지난해와 비슷하다. 시장 점유율이 살짝 떨어지긴 했지만, 피지오겔이 17.3%로 1위 자리를 수성했으며, 차앤박의 닥터자르트 (14.9%), 바이오 더마(9.4%)가 아벤스(7.7%)를 제치고 4위로 오르는 등, 더모 시장점유율을 다투고 있다.



이니스프리

대상

청정 제주 자연의 힘 '통했다' 친환경 그린라이프 확산 글로벌 브랜드 약진

스킨 크림 에센스 클렌징 자외선차단제 팩 파우더

청정 제주의 자연을 담은 독창적 자연주의 브랜드로 국내 시장은 물론, 중국과 미국 시장 진출에 속속 성공하는 등, 명실공히 글로벌 브랜드의 위상을 구축하고 있는 K-Beauty의 주역이다. 이니스프리의 어원은 '피부에 휴식을 주는 섬'으로, 자연을 담아 건강한 아름다움을 추구하는 동시에 자연을 아름답게 지키기 위한 친환경 그린라이프를 지향한다.

제주의 황무지를 푸른 녹차 밭으로 만들면서 시작돼 17가지 제주 원료를 화장품으로 재탄생시켰다. 자연주의 브랜드로서 깨끗하고 순수한 자연환경을 지키기 위한 기업 활동으로 2003년 시작한 '공병 수거 캠페인'과 2014년부터 지구를 위한 놀이 콘셉트의 '플레이 그린 페스티벌' 등을 통한 차별화된 브랜드 체험 활동이 꼽히고 있다.

합리적인 가격대의 제품을 찾는 영 밀레니얼 세대와 Z세대 뷰티 소비자의 기대와 신상품 개발과 차별화된 서비스를 통한 소비자 접점 확대 등으로 글로벌 브랜드로서의 성장도 괄목할만하다.

중국 시장에서는 맑고 깨끗한 제주와 이니스프리의 제품 스토리를 통해 기업의 이미지 전달은 물론, 수준 높은 1:1 카운슬링 서비스 제공 등으로 젊은 여성들의 유입으로 성공적인 시장 안착을 기록하고 있다. 또한, 미주 지역에 오픈한 뉴욕 이니스프리 플래그십 스토어에서도 미국 고객의 다양한 피부 타입과 컬러에 따른 맞춤형 서비스 등을 실시하고 있다. 특히, 다양한 마스크 제품을 피부 타입 별로 소개하거나, 뷰티와 친환경을 주제로 한 다양한 클래스 진행 등을 통해, 기업의 이미지는 물론, 브랜드 콘셉트 전달에 성공하고 있는 것으로 알려졌다.

청정 제주 원료로 한 스킨케어 제품들로, 피부 타입과 상황에 맞춘 수분과 영양 공급은 물론, 부드러운 발림성으로 유수분 밸런스를 맞춰주는 스킨케어 제품과 가볍고 산뜻한 사용감의 자외선 차단제와 노세bum 미네랄 파우더 등의 스테디 셀러 제품으로 시장 점유율 1위를 기록하고 있다.



스킨

1 그린티 씨드 스킨

말라버린 피부의 수분길을 열어 촉촉하고 맑은 피부로 바꿔주는 워터 타입의 레이어링 수분 스킨.

2 아티초크 레이어링 라이트 스킨

아티초크 추출물, 히알루론산 등 보습성분을 잘게 쪼갬 '초핑(chopping) 공법'으로 여러 번 덧바르는 레이어링 스킨케어에 최적화된 스킨.

3 슈퍼푸드 블루베리 리밸런싱 스킨

블루베리의 항산화력을 담아 건강한 피부 pH와 유수분 밸런스를 맞춰 편안한 피부로 바꿔주는 스킨.



▶ 크림

- 1 비자 시카 밤 30배 병풍을 압축한 고순도 파우더 성분인 센텔라 아시아티카 4X를 함유해 예민해진 피부 케어에 도움을 주는 제품.
- 2 그린티 씨드 크림 167가지 아미노산이 기존 대비 3.5배 고농축 된 뷰티 그린티 성분이 말라버린 피부의 수분 길을 열어 촉촉하고 맑은 피부로 바꿔주는 수분 보호막 크림.
- 3 비자 시카 인텐스 밤 기존 비자 시카 밤 대비 33.6배 더 함유된 고순도 센텔라 아시아티카 4X의 강력한 효능으로 다양한 피부 고민 부위를 케어해 주는 제품.

▶ 클렌징

애플 시드 립 앤 아이 메이크업 리무버 사과씨 오일이 함유되어 포인트 메이크업을 부드럽고 깔끔하게 지워주는 제품.



▶ 자외선 차단제

슈퍼푸드 블루베리 리밸런싱 워터리 선크림 SPF37 PA+++ '물방울이 터지는 듯한 풍부한 수분감으로 끈적임이나 답답한 느낌을 없이 쿨링감을 선사하는 신개념 무기자자 선크림.



▶ 에센스

- 1 한란 플루이드 제주 한란의 강한 생명력을 담은 기존보다 안티에이징 유효 성분이 더 고농축 된 오카멜릭서 2.0TM이 탄력, 주름, 피부톤, 소프닝, 영양까지 케어해 주는 고탄력 안티에이징 제품.
- 2 자연발효 에너지 에센스 고농축 제주 콩 발효 원액 91%에 발효 오일이 더해져 피부에 건강한 윤기를 채워주는 필수 안티에이징 에센스.
- 3 비자 시카 에센스 기존 비자 시카 밤 대비 3.6배 더 함유된 고순도 센텔라 아시아티카 4X의 강력한 효능으로 다양한 피부 고민 부위를 케어해 주는 데일리 시카 에센스.



▶ 파우더

노세범 미네랄 파우더 '국민 파우더,' '세범'이라는 애칭으로 불릴 정도로 여성들에게 인기가 높은 기름중이 파우더로, 이니스프리의 스테디셀러.

닥터자르트

글로벌 스타 부문

독자적 디자인 & 제품력으로 세계시장 공략 성공 브랜드

요즘 화장품 업계의 대세로 떠오르는 더마 코스메틱. 일반 화장품과 피부과용 바르는 의약품 사이에서 피부과학적 해결책을 제시한 화장품으로 이른바 약국 화장품으로도 불린다. 황사, 미세먼지 등 환경적 문제로 인한 피부질환으로부터 민감한 피부를 보호하는 기능성 화장품의 수요와 함께, 제품의 성분을 분석하고 자극적이지 않은 순한 화장품을 찾는 소비자들로 인해 시장 확대세가 주목을 모으고 있는 가운데, 브랜드 론칭 초기부터 꾸준한 해외시장을 공략, 명실상부 글로벌 더마 코스메틱의 스타 브랜드로서 마크됐다.

시트 마스크로 유럽시장 포문

닥터자르트는 기업 설립 이래 최초로 100대 기업 순위에 진입한 브랜드로 전 세계 코스메틱 브랜드 중 매출 성장률 1위를 달성했다. 특히, 세계 화장품 시장 규모 1위로 화장품 선진국이자, 그 명성만큼이나 시장 진입 장벽이 매우 까다롭기로 유명한 유럽시장에 피부 타입 및 기능에 따른 마스크 제품을 주력 제품 내세워 진출에 성공했다. 닥터자르트는 유럽 소비자들이 시트 마스크 제품에 관심을 갖기 시작했다는 점에 착안, 프랑스, 독일, 이탈리아 등 국가에서 '더마스크 워터젯 바이탈 하이드라 솔루션', '더마스크 마이크로젯 클리어링 솔루션', '더마스크 러버 마스크' 등 독자적인 디자인과 제품력을 동시에 알리며 높은 판매고를 기록 중이다.

중동지역 진출도 '성큼'

이외 보수적인 중동 지역에서도 현지 뷰티 트렌드가 스킨케어 카테고리를 강화하고 있는 추세인 것을 감안해 스킨케어 라인, 시트 마스크 제품 등을 선보이며 좋은 반응을 얻고 있다. 차세대 뷰티 시장으로 손꼽히는 중남미 시장 진출도 활발하다. 닥터자르트는 중남미 지역 최대 규모를 자랑하는 뷰티 시장인 멕시코에서 한국 브랜드 최초로 세포라에 론칭했다. 멕시코 시장에서는 마스크 제품이 도입 단계로, 성장 가능성이 매우 크다는 점에 착안해 닥터자르트만의 뛰어난 디자인과 제품력을 동시에 알릴 수 있는 '러버 마스크' 라인을 중심으로 삼아 피부 타입 및 기능에 따른 마스크 제품을 주력 제품으로 판매 중이다.

① 세라마이드 크림 (ceramidin cream)

내·외부 자극으로 지치고 건조해진 피부에 쉽게 깨지지 않는 보습 장벽을 구성해 수분 증발을 차단해 주는 고보습 크림. 닥터자르트의 베스트셀러

② 더마스크 셰이킹 러버 (Dermask Shaking Rubber)

테이크아웃 컵 모양 패키지와 독특한 색감으로 시선을 사로잡는 모델링 마스크.



수려한

한방 부문



화장품 시장 뒤흔든 전통의 비방 젊은 소비층도 엄지 '척'

시판채널 시장점유율 50% '기염'

LG생활건강 글로벌 한방 브랜드 수려한은 오랫동안 전해져 내려오는 빼어난 아름다움에 대한 비방을 현대적으로 재해석한 제품. 특히 대표적인 한방 성분인 인삼을 오랫동안 연구해 제품으로 그 효능을 인정받고 있다. 특히 지난해 시판부문에서 한방 시장 전체 점유율의 51.1%를 차지하는 등, 젊은 소비층의 흡수에 성공한 브랜드로 기록되고 있다. 특히, '효 비담' 출시 10주년을 기념해 출시된 '효 비담' 라인인 지리산 자연삼을 100일간 저온 응기 발효시켜 얻은 백 효단™과 피부미용에 탁월한 은이 버섯 추출물을 담고 발효를 통해 인삼의 유효성분을 저분자화 시켜 흡수력을 높여 새로운 소비층들의 관심을 모으고 있다. 디자인도 한국적인 미의 요소를 한층 강조한 새로운 디자인으로 소장가치를 높여 귀추가 주목되고 있다.



① 효 비담 라인

지리산 자연삼을 100일간 저온 응기 발효시켜 얻은 백 효단™과 피부미용에 탁월한 은이 버섯 추출물을 담아 촉촉하고 탄력 있는 건강한 피부로 가꿔주며, 발효를 통해 인삼의 유효성분을 저분자화 시켜 흡수력을 높인 제품.

② 천삼 골든 라인

'수려한 천삼 골든 라인'은 50~60대 골든 시니어 여성들의 복합적인 피부 고민 해결에 도움을 주는 고품격 프리미엄 라인. 한방 효능성분을 담은 '수려한 골든 진생단™'과 '수려한 천궁 히알루론산™'을 함유하고 있다.

③ 진생 에센스

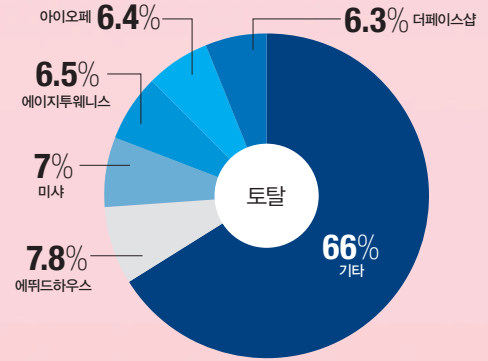
지리산 자연삼에서 귀하게 추출한 진세노사이드 33™을 함유해 피부를 기초부터 매끄럽고 탄력 있게 가꿔주는 수려한의 대표 토털 안티에이징 에센스.

④ 효 비담 정물 올인원

남성의 피부를 간편하게 관리할 수 있는 수분 안티에이징 화장품. 발효 귀령단™은 황제의 장수 비방을 재구성한 성분과 녹용, 삼지구엽초, 두충과, 발효 자연삼 등으로 구성돼 남성 피부에 활력을 더해준다.



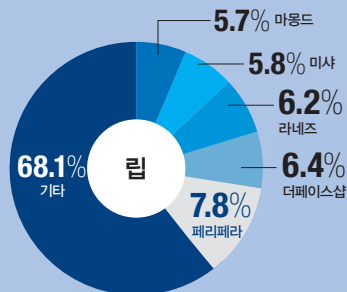
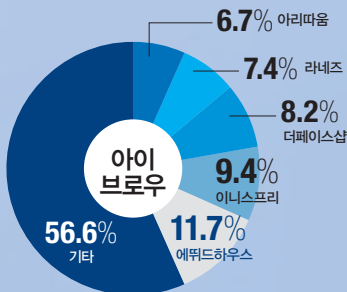
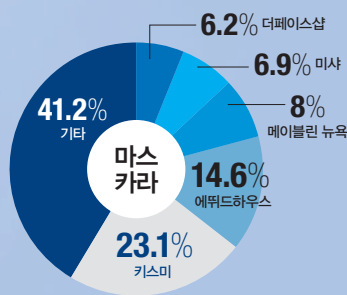
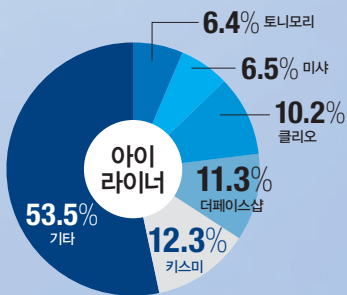
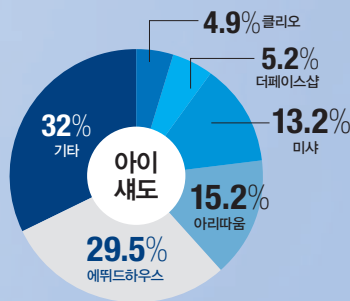
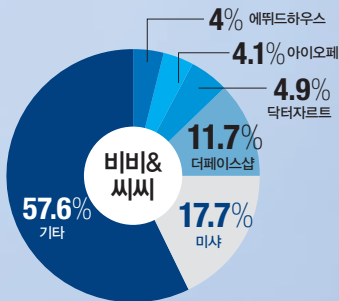
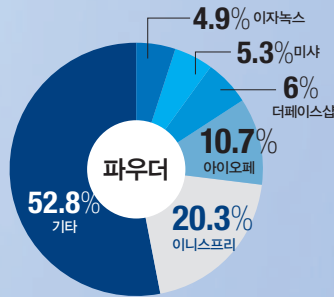
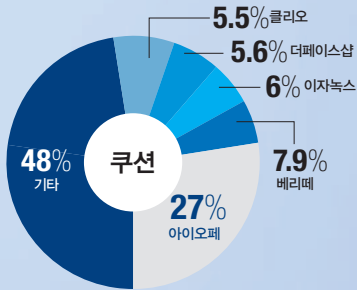
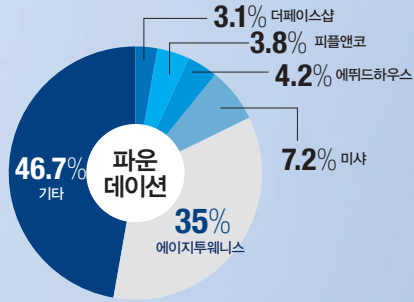
[시판채널 ▶ 색조 토탈]



에뛰드 미샤 강세 속
스킨케어 브랜드들의 역습

색조 토탈 톱 5 부문은 헤라, 맥, 크리스찬 디올 등 강력한 소비자들의 브랜드 충성도로 인해 전년도와 큰 변화를 보이지 않았다. 시판 브랜드 부문에서는 에뛰드하우스(7.8%), 미샤(7.0%), 에이지투웨니스(6.5%), 아이오페(6.4%), 더페이스샵(6.3%)으로 전통적인 색조 브랜드 이외에 스킨케어 브랜드 강자인 아이오페와 더페이스샵 브랜드의 약진이 두드러져 보인다. 비비 & 씨씨 부문의 최강자였던 미샤(17.7%)의 자리에 더페이스샵(11.7%)이 추격하고 있고, 파운데이션 분야는 에이지투웨니스(35.0%)가 압도적으로, 시판채널의 (19.6%)의 점유율을 보이고 있다.

베이스 메이크업 중 쿠션 부문 1위는 전체 채널에서는 헤라(17.1%)가, 시판 채널 부문에서는 아이오페(27%)가 차지하여 아모레퍼시픽이 쿠션 원조로서의 자리를 차지하고 있다. 파우더 부문에서도 전체 채널에서는 설화수(11.0%), 이니스프리(9.1%)로 해외 브랜드인 크리스찬디올(6.4%)의 점유율을 압도하는 수치를 보여주고 있어 눈길을 끌고 있다. 시판부문에서는 이니스프리(20.3%)가 1위를 차지하고, 그 뒤를 아이오페(10.7%), 더페이스샵(6.0%), 미샤(5.3%), 이자녹스(4.9%)가 차지했다.



에뛰드하우스

색조 토털



① 플레이 컬러 아이즈 피치팜

봄에 어울리는 복숭아 컬러를 가득 담은 10 컬러 아이섀도 팔레트 제품. 사랑스러운 눈매를 연출해주는 음영 컬러와 달콤한 분위기의 포인트 메이크업에 적합한 피치 톤의 컬러로 구성됐다.

② 청순 거짓 눈썹 결 틴트 브라우

진짜 내 눈썹 것처럼 한 올 한 올 착색돼 하루 종일 번짐 없는 신개념 마커 틴트 브라우 제품. 다양한 헤어 컬러와 매칭 할 수 있도록 총 네 가지의 다채로운 컬러로 구성됐다.

③ 미니 투 매치 립스틱

'미니 투 매치 립스틱(MINI TWO MATCH LIPSTICK)'은 두 가지 이상의 립스틱을 믹스 앤 매치해 나만의 꿀 조합을 연출할 수 있는 미니 립스틱.

다양한 트렌드 컬러로 글로벌 영 메이크업 브랜드 리더십 과시

변화무쌍한 메이크업 시장에서 한 박자 빠르게 트렌드를 선도하며 대한민국 베스트 브랜드 시판채널 색조 토털 부문 1위를 차지한 에뛰드 하우스. 아이섀도 부문에서 29.5% 점유율로 2위와 두 배 가까이 차이를 내며 1위를 차지했고, 아이브로우 부문은 11.7%로 유일하게 두 자릿수 점유율을 기록하며 1위에 올랐다.

글로벌 K-Beauty로서의 움직임도 활발하다. 인구 천만 명 이상 '메가 시티'를 중심으로 고객과 소통할 수 있는 교두보 마련에 나선다는 계획이다. 글로벌 트렌드 컬러를 적용한 제품을 다양하게 선보이고, 에뛰드하우스를 대표하는 아이섀도, 립 메이크업 제품을 활용해 K-뷰티 문화를 전파할 수 있는 다양한 콘텐츠를 발신해 글로벌 영 메이크업 브랜드로 리더십을 강화해 나갈 예정이다.

아이섀도 & 아이브로우

K-뷰티 트렌드를 이끄는 대표 메이크업 브랜드로 트렌디하고 혁신적인 컬러와 이색적인 아이디어를 바탕으로 독특하고 새로운 제품들이 특징인 에뛰드하우스는 브랜드 모델과의 신나고 즐거운 경험 등을 통해 고객들과의 소통에 성공하고 있는 브랜드로 알려져 있다.

특히, 뷰티 정보와 음악 등 다양한 즐길 거리를 담은 에뛰드하우스의 대표적인 문화행사 '2017 핑크 플레이 콘서트'는 지난해 기존 핑크 플레이 콘서트와는 달리 음악과 뷰티가 만난 신개념 메이크업 뮤직 쇼 형식으로 관심을 집중시켰다. 향후, 최신 메이크업 트렌드를 반영한다. 향후 더욱 다채로운 에뛰드하우스만의 룩을 뷰티 퍼포먼스와 메이크업 런웨이 쇼 형식으로 공개할 예정여서 관심을 모으고 있다. 더불어 신제품을 경험할 수 있는 다채로운 체험존을 마련해 고객들에게 다양한 브랜드 경험을 제공할 계획이다.

올해 새로운 브랜드 모델로 인기 아이돌 그룹 '레드벨벳'과 함께 신나고 즐거운 경험을 만들어 브랜드 콘셉트와 잘 부합해 선정했다고 밝혔다. 새 모델 레드벨벳은 3월 말 출시 예정인 '매트 시크 립 라커' 광고 영상과 화보를 통해 데뷔, 다섯 멤버의 다채로운 메이크업 룩이 기대를 모으고 있다.



미샤

비비&씨씨 부문



진화하는 비비의 신화 글로벌 넘버 원 '넘사벽' 확인

자타가 공인하는 비비크림 명가(名家) 미샤는 '대한민국 베스트 화장품' 시판채널 비비크림 부문에서 2013년부터 2018년까지 6년 연속 최강 브랜드의 자리를 지켰다. 특히 2017년부터는 비비크림과 씨씨크림 부문을 합한 비비&씨씨 부문에서 1위를 차지해 명성을 이어가고 있다.

'빨간 비비'서 초보양 비비크림까지

지난 2007년 2월 처음 출시된 이후 공전의 히트를 기록한 미샤 비비크림. 특히 미샤의 'M 퍼펙트 커버 비비 크림'은 일명 '빨간 비비'로 불리며 비비크림의 대명사로 여겨질 정도로 큰 인기를 끌고 있다. 현재 'M 퍼펙트 커버 비비크림' 이외에도 '초보양 비비크림', '포어 픽션 비비크림' 등 총 17가지 비비크림으로 진화했다. 회사 측은 시장과 소비자 니즈에 대한 지속적인 분석과 연구개발을 통해 비비크림 제품군을 꾸준히 개량해왔다. 최근에는 한방 비비크림인 '초보양 비비크림'은 한국인의 피부 색에 잘 어울린다는 평가를 받으며 판매량이 급격히 늘고 있는 제품으로 꼽히고 있다. 각종 뷰티 어워드와 블라인드 테스트에서 수상하며 제품력에 대한 신뢰도를 확보한 것도 인기의 요인이다. 2016년 상반기 화해 뷰티 어워드와 2017년 화해 뷰티 어워드에서 각각 BB/CC크림 부문 워너와 1위를 차지했다.

M 퍼펙트 커버 비비, 중국서 광풍 몰이

중국 시장 내 미샤 비비크림의 위상은 2014년 11월 11일 솔로데이(광군제) 행사에서 이미 입증됐다. 미샤는 이날 하루 동안 타오바오 T몰에서 만 무려 5만 6,123개의 M 퍼펙트 커버 비비크림을 판매하며 색조부문 넘버원 브랜드에 등극했다. M 퍼펙트 커버 비비크림은 중국에서만 월평균 25만 개 이상 판매된다. 중국에서는 'BB=미샤'라고 통한다고 해도 과언이 아니다.

전 세계 시장 개척 선봉

미샤의 비비크림은 중국과 유럽 이외에도 미국을 비롯한 북미, 남미, 동남아시아까지 지역을 가리지 않고 사랑을 받고 있는 것으로 전해졌다. 일부 국가에서는 국내에서 판매하는 21호와 23호 이외에도 27, 29, 31호 등 어두운 색상의 제품을 별도로 판매하고 있다. 이외 미샤 비비크림은 브랜드숍 최초로 유럽에 오픈한 미샤 독일 1호 점도 비비크림의 인기로 시장이 개척된 케이스로 꼽히고 있다.

- 1 미샤 빨간 비비
- 2 초보양 비비



AGE 20's

파운데이션 부문

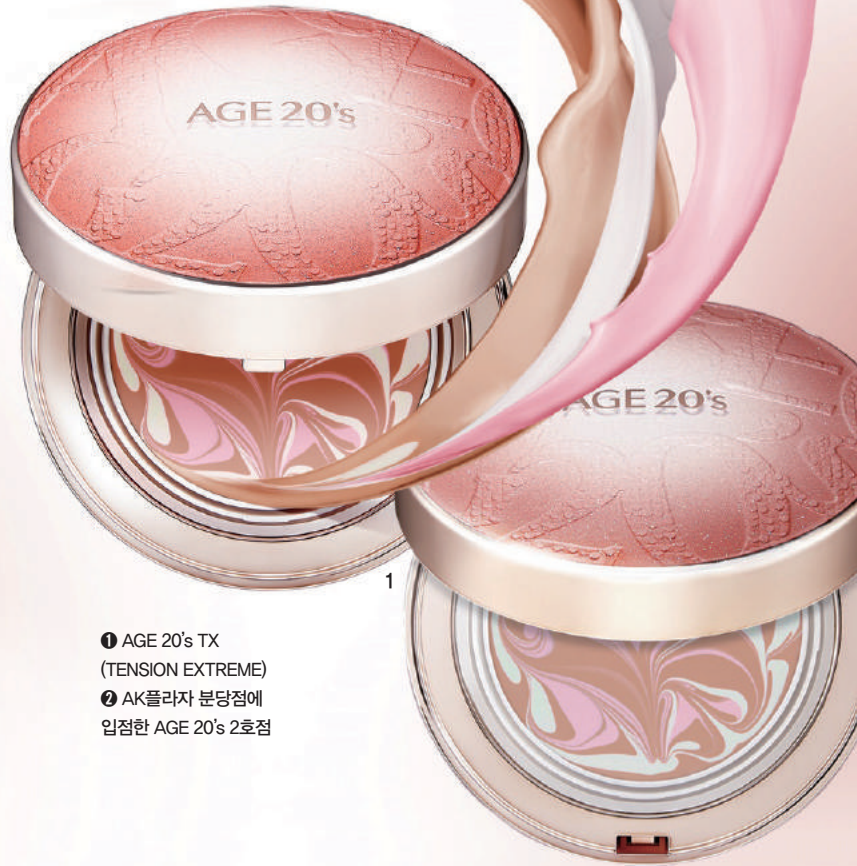
진화하는 비비의 신화 파운데이션 새 역사를 쓰다

새로운 역사를 써 내려가고 있는 AGE 20's가 파운데이션 부문 최강자 자리를 굳게 지켰다. 지난해 파운데이션 전체 시장 점유율 19.6%, 시판채널 35.0%로 3년 연속 수위 자리를 지켰다. AGE 20's 에센스 커버 팩트는 지난 한 해 동안 홈쇼핑에서 연간 200만 세트, 1,430억 원의 판매를 돌파하며 출시 이후 최대 판매를 기록했다. 이런 인기로 힘입어 GS홈쇼핑, 현대홈쇼핑, CJ오쇼핑 등 주요 홈쇼핑의 '2017년 10대 히트상품'에 이름을 올렸다. 특히, AGE 20's 에센스 커버 팩트는 2013년 9월 처음 출시돼 현재까지 홈쇼핑 판매 기준으로 누적 매출 4,000억 원을 돌파한 히트상품이다. 출시 26개월 만에 누적 판매 1,000억 원을 돌파한 이후 단 10개월 만에 2,000억 원, 9개월 만에 3,000억 원을 돌파한 데 이어 단 8개월 만에 누적 판매 4,000억 원을 돌파하며 기록을 단축하고 있다.

고체 안 수분 에센스의 비밀 혁신적 '에센스 포켓 기술'

AGE 20's 에센스 커버 팩트의 계속되는 인기 요인은 단연 제품력. '에센스 포켓 기술'로 고체 파운데이션 안에 수분 에센스가 68% 함유된 차별화된 제형으로 촉촉함과 커버력을 모두 갖춘 탄탄한 제품력으로 소비자 마음을 사로잡았다. 또 출시 이후 판매가는 그대로 유지하면서 꾸준한 연구개발을 통해 지속적으로 업그레이드된 시즌 제품을 선보인 노력도 인기 요인으로 꼽힌다. 특히 최근 '에센스 커버 팩트' 론칭 4주년을 기념해 선보인 시즌9 '에센스 커버 팩트 TX(TENSION EXTREME)'는 수분 에센스의 함량을 70%까지 끌어올려 건조한 계절에 피부를 촉촉하게 할 수 있도록 보습력을 극대화했다.

이 같은 인기로 힘입어 소비자들 사이에서 '인생 팩트', '모녀 팩트', '완판 팩트' 등 수많은 애칭을 얻으며 '에센스 팩트'라는 하나의 카테고리를 탄생시키고 원조 에센스 팩트로서 시장을 선도하고 있다. 최근에는 다른 제품을 사용했다 다시 돌아온다는 의미의 '부메랑 팩트'라는 애칭을 추가하며 신규 구매자 유입은 물론 기존 소비자의 재구매도 꾸준히 이어지고 있다.

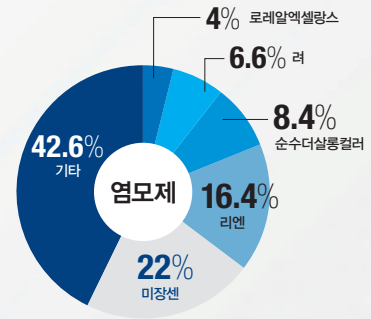
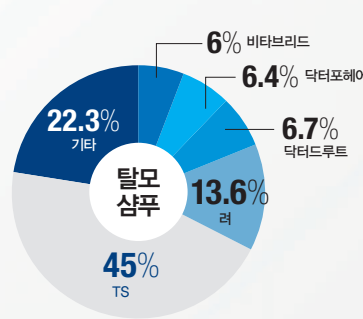
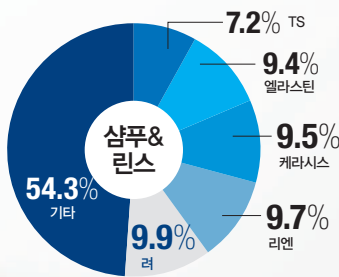
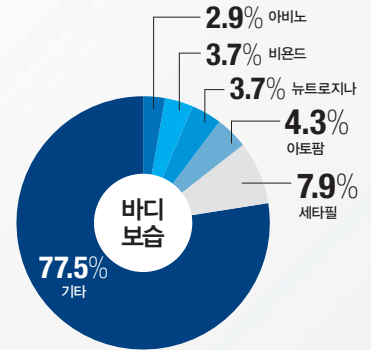
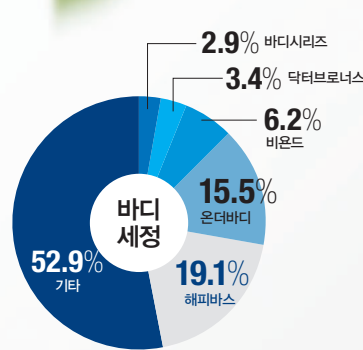


- 1 AGE 20's TX (TENSION EXTREME)
- 2 AK플라자 분당점에 입점한 AGE 20's 2호점



클렌징·팩·샴푸 & 바디 시장 흔들림 없는 '국민 브랜드'의 힘

흥미로운 것은 네일과 클렌징, 팩 바디 세정 바디 보습 샴푸 & 린스, 염모제 부문에서는 전체 채널과 시판 채널의 순위가 거의 변동이 없다는 것이다. 이는 소비재를 구입하는 소비자들의 브랜드 충성도가 얼마나 높은 가를 보여주는 사례로 이들 브랜드들의 시장 점유율도 고공비행 중이다. 해피바스(바디 세정 부문), 세타필(바디 보습 부문), 미장센(염모제 부문), 려 (샴푸& 린스 부문) 이외에 더모 화장품 부문에서의 피지오겔이 1위의 자리를 고수했으며, 샴푸 부문에서의 TS의 상승세가 두드러져, 헤어 부문의 세분화 전문화의 현상도 돋보였다.



세타필

바디 세정제 부문

더마 코스메틱 대중화 성공 소비자 신뢰도 최강 확인

피부 전문 제약기업 갈더마코리아의 저자극 보습 케어 전문 브랜드 세타필(Cetaphil)이 2018 대한민국 베스트 화장품 바디 보습 부문의 강자임을 확인했다. 별다른 광고와 모델 없이도 이처럼 강력한 브랜드 파워를 과시하는 것에는 소비자들의 제품력에 대한 신뢰가 주효했다. 민감하고 건조한 피부 고민을 토로하던 이들의 진솔한 후기들의 덕을 톡톡히 봤다는 분석이다.

병의원, 피부과, 약국 판매 중심의 유통 채널을 넘어 대형 할인 마트와 각종 온라인 채널, 뷰티 트렌드의 바로미터라 할 수 있는 드럭스토어까지 발을 넓히며 '더마 코스메틱' 브랜드의 전문성과 제품력, 대중 브랜드로서의 친숙함까지 잡았다는 평가다. 세타필은 지난해 6월에는 프리미엄 보습 라인인 '세타필 레스토라덤 로션/바디 워시'를 새롭게 국내에 출시, 한층 강화된 보습 기술력과 민감한 피부를 위한 혁신적인 바디 워시를 선보이며, 세타필의 새로운 변화를 예고했다.

TS샴푸

탈모샴푸 부문



탈모닷컴 독자 개발제품

국내 탈모 시장 최단시간 장악

올해 처음으로 조사한 대한민국 베스트 화장품 탈모 샴푸 부문은 탈모닷컴의 TS샴푸가 시장을 리드하는 독보적인 브랜드로 나타났다. TS샴푸는 시판 채널에서 점유율 43.0%를 차지해 타 브랜드를르고 1위의 영예를 차지했으며, 전체 채널에서도 45.0%라는 압도적인 점유율을 얻어 최강 브랜드로 기록됐다.

천연재료 프리미엄급

온라인 입소문으로 시장 확대

탈모닷컴이 독자적으로 개발한 탈모 기능성 샴푸인 TS샴푸는 믿을 수 있는 천연재료만 담은 프리미엄급 샴푸로, 지난해 12월 코넥스 시장에 상장된 탈모닷컴의 TS샴푸는 누적 판매 1700억 원을 돌파해 탈모 샴푸 분야의 최강 브랜드로 자리매김했다. 28가지 한방 성분, 단백질 성분을 비롯해 어성초, 자소엽, 녹차, 천궁, 고삼, 자궁, 숙 등의 자연 유래성분과 탈모 증상 완화에 도움을 주는 비타민 B7으로 유명한 비오틴도 함유했다. 이밖에도 탈모억제에 도움이 되는 유효성분으로 알려진 텍스판테놀, 니코틴산아미드, 피리티온아연연착을 함유한 탈모 억제 샴푸, 커뮤니티 '탈모닷컴'을 운영하면서 20대부터 60대에 이르는 탈모인들의 탈모인들로부터 호평을 받아 입소문이 났다. 2006년 4월 오픈한 커뮤니티는 14만 회원이 가입해 탈모에 관한 경험과 정보를 함께 나누고 공유하는 교류의 장이 됐다. 자사 온라인몰과 GS홈쇼핑, CJ오쇼핑 등 주요 홈쇼핑, 편의점, 대형 할인마트, 공항 등 다양한 온 오프라인 유통 채널에서 판매해 고객 접점이 넓은 것도 매출을 올리는 데 한몫하고 있다.



Beauty News



Model

한울 × 김소현

아모레퍼시픽의 한국적 자연주의 브랜드 '한울'은 생기 넘치는 청순함으로 떠오르는 배우 김소현을 브랜드 모델로 선정했다. 배우 김소현은 드라마부터 영화까지 폭넓게 활동하며 다채로운 매력으로 대중들의 큰 사랑을 받고 있는 배우다. 2017년 드라마 '도깨비'와 '군주', 최근에는 '라디오 로맨스' 등의 작품을 통해 탄탄한 연기력과 청순한 이미지로 시청자들의 큰 사랑을 받고 있다.

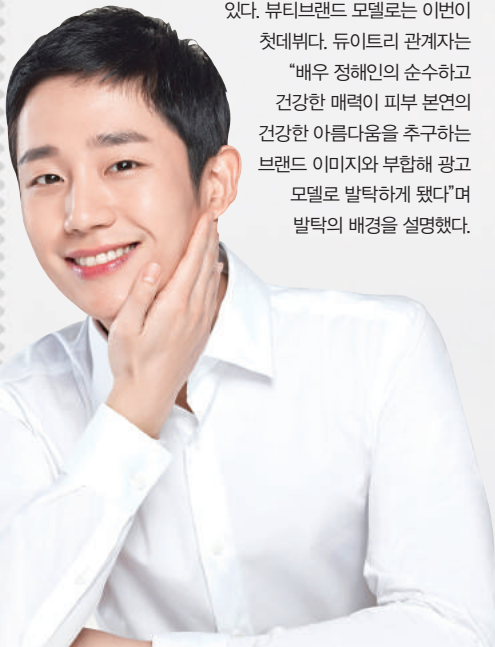


클레어스코리아 × 걸그룹 '굿데이'

클레어스코리아가 걸그룹 '굿데이'를 전속 모델로 발탁했다. 클레어스코리아 관계자는 "국내외 폭넓은 연령층의 소비자를 모두 아우르며 친근하면서도 새로운 느낌으로 다가가기 위해 굿데이를 모델로 선정하게 됐다"며 "앞으로 다양한 유통 채널을 통해 굿데이의 신선함과 에너지적인 모습을 선보일 계획"이라고 밝혔다.

듀이트리 × 배우 정해인

듀이트리의 브랜드 모델로 배우 '정해인'이 발탁됐다. 정해인은 밝고 훈훈한 매력의 소유자로 지난해 드라마 '도깨비'와 '슬기로운 감빵생활' 등 다양한 작품에 출연해 연기력을 인정받고 있다. 뷰티브랜드 모델로는 이번이 첫 데뷔다. 듀이트리 관계자는 "배우 정해인의 순수하고 건강한 매력이 피부 본연의 건강한 아름다움을 추구하는 브랜드 이미지와 부합해 광고 모델로 발탁하게 됐다"며 발탁의 배경을 설명했다.



메이크온 × 배우 정시아

배우 정시아가 아모레퍼시픽 라이프 뷰티 디바이스 브랜드 메이크온의 모델로 다시 발탁됐다. 최근 신제품 광고 촬영 현장에서 정시아는 시간 역주행의 대명사답게 동안 미모를 자랑해 메이크온 모델다운 면모를 보여줬으며, 뷰티의 일상을 바꾼 브랜드에 대한 남다른 애정을 드러냈다는 후문이다.

페리페라 × 라이징 스타 3인 모델

메이크업 브랜드 페리페라가 아역배우 출신 정다빈, 패션모델 하나경, 배우 이열음을 새로운 모델로 발탁했다. 앞서 공개된 화보 속 3명의 모델은 걸그룹을 연상시키는 완벽한 케미로 보는 이들의 시선을 잡아끌었다. 한편, 차세대 신예로 떠오르는 배우 이열음은 드라마 '이혼 변호사는 연애 중', '마을-아치아라의 비밀', '몬스터' 및 영화 '더 킹' 등으로 다채로운 연기를 선보이고 있다.



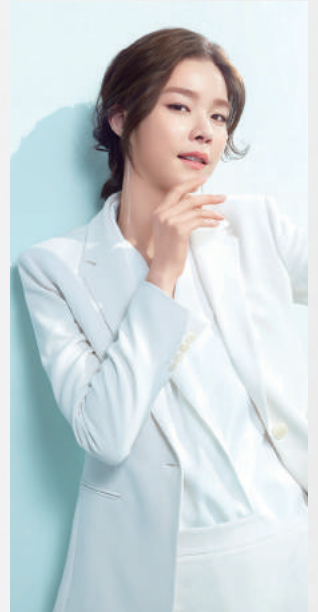
**힐링버드 ×
걸그룹 다이아 정채연**

클리오의 헤어&바디 브랜드 '힐링버드'가 꽃 미모를 대표하는 걸 그룹 다이아의 정채연을 새로운 뮤즈로 발탁했다. 브랜드 관계자는 "벚꽃 인간. 꽃과 연관된 이미지로 대중들의 많은 사랑을 받는 정채연의 이미지가 힐링버드와 잘 어울린다"며 모델 발탁에 대한 배경을 전했다. 힐링버드와 정채연의 첫 광고는 향기로 기분 좋은 순간을 담은 영상과 정원의 향기를 담은 화보로 공개된다.



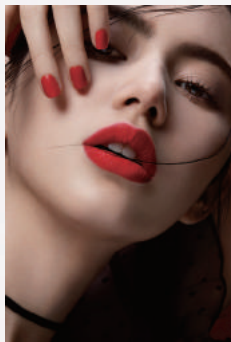
잇츠스킨 × 걸스데이 헤리

잇츠한불의 브랜드숍 잇츠스킨은 걸그룹 걸스데이의 멤버 헤리와 전속 모델 계약을 체결했다. 헤리는 발랄하고 경쾌한 이미지로 한국은 물론 중국, 동남아, 미주 등 폭넓은 인지도를 보유하고 있다. 잇츠한불 관계자는 "잇츠스킨이 국내외 브랜드 인지도를 향상하기 위해 국내 젊은 소비자들에게 긍정적 이미지를 가진 헤리를 발탁했다"고 밝혔다.



리리코스 × 모델 윤소정

프레스티지 마린 브랜드 리리코스가 모델 윤소정을 새로운 브랜드 뮤즈로 발탁했다. 윤소정은 고급스럽고 청초한 이미지로 많은 사랑을 받고 있다. 리리코스 관계자는 "깨끗하고 건강한 느낌의 윤소정이 프레스티지 마린 브랜드 리리코스 이미지와 부합해 브랜드 뮤즈로 선정하게 됐다"며 "앞으로 모델 윤소정과 바다로부터 오는 감동을 실천하는 리리코스 브랜드의 다양한 활동을 함께해 나갈 예정이다"라고 밝혔다.



**정생물 ×
태국 여배우 '다비카 후네'**

정생물은 태국의 톱 여배우 '다비카 후네'를 새로운 브랜드 뮤즈로 선정했다. 또렷한 이목구비와 늘씬한 몸매가 돋보이는 다비카 후네는 '태국의 전지현', '국민 여신' 등으로 불리는 배우 겸 모델이다. 다비카 후네는 정생물의 2018년 스프링 컬렉션을 시작으로 정생물의 브랜드 뮤즈로 활동을 시작하며, 변화무쌍한 룩들을 선보일 계획이다.

Award



**2017 트렌드픽
어워드 발표**

박준뷰티랩, 준앤안티, 에코자텔의 본사 피앤제이에서 베스트 헤어스타일 선정을 위해 진행된 2017 트렌드픽 어워드에서 박준뷰티랩 유진 디자이너의 작품이 최고 헤어스타일로 선정됐다. 2017 트렌드픽 어워드는 1월 15일부터 2월 15일까지 한 달간 일반인을 대상으로 투표가 진행됐다.



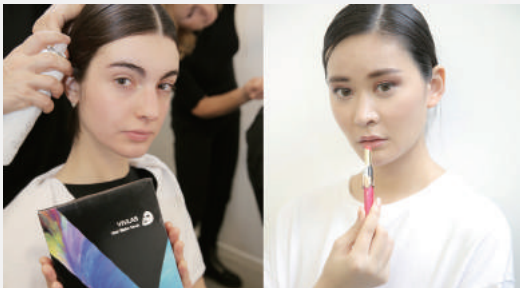
News

투쿨포스쿨, 뉴욕서 '빅 볼드 아이 메이크업' 공개

투쿨포스쿨이 2018 F/W 뉴욕 패션위크에서 미국 패션브랜드 리버틴의 공식 파트너로 참가해 1920년대 룩에서 영감을 받은 '빅 볼드 아이 메이크업'을 선보였다. 리버틴은 독특한 그래픽 프린트와 패치워크로 사랑 받고 있는 글로벌 패션 브랜드다. 이번 컬렉션에서 선보인 메이크업은 컬러감 없는 벨벳 피부와 짙은 블랙의 강렬한 눈매가 특징이다.

엘앤피 코스메틱, '2018 LPGA 메디힐 챔피언십' 개최

엘앤피 코스메틱이 오는 4월 마스크팩 브랜드 '메디힐'을 타이틀 스폰서로 내걸고 '2018 LPGA MEDIHEAL Championship'을 개최한다. 이번 스폰서십 체결에 따라 엘앤피 코스메틱은 2018년부터 2020년까지 3년간 LPGA 투어 대회를 개최하게 됐다. 엘앤피 코스메틱은 2017년 3월 국내 스포츠산업 활성화와 스포츠 마케팅 확대를 위해 '메디힐 골프단'을 창단한 바 있다. 유소연 선수를 포함한 6명의 한국 선수와 중국의 시유팅, 장웨이 웨이 등 총 8명의 선수로 구성된 '메디힐 골프단'은 엘앤피 코스메틱의 지원을 받으며 활동하고 있다.



비브라스, 밀라노 패션위크 백스테이지

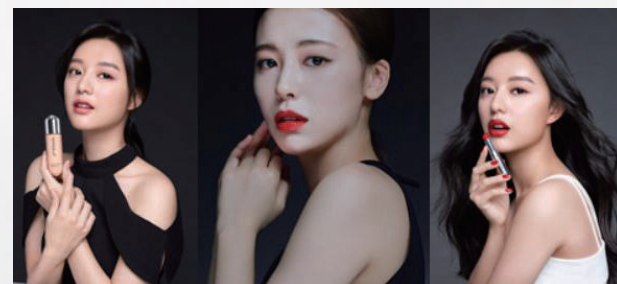
비브라스는 밀라노 패션위크 백스테이지에서 참여 모델들의 많은 관심을 끌었다. 비브라스 측은 밀라노 패션위크의 참여에 관련, "진한 메이크업과 강한 조명으로 지친 모델들의 피부에 생기를 더해 줄 홍차 발효진액 성분의 보습, 진정효과가 탁월한 바이탈 워터 마스크팩과 입술에 부드럽게 녹아 선명한 컬러가 오래 지속되는 리바이브 미립스 '차이나 피오니 등을 협찬했다"라고 밝혔다.



Launching

OMG! MASK

위미인터내셔널이 스타일리시 스킨케어 브랜드 'OMG! MASK'를 론칭했다. OMG! MASK는 클렌징, 팩, 마무리 스킨케어까지 할 수 있는 3 in 1 스텝으로 구성되어 있어 마스크팩 한 장으로 언제 어디서나 간편하게 케어를 할 수 있으며 'SPA COLLECTION', 'OMG PLATINUM' 그리고 남성들을 위한 'MAN IN BLACK COLLECTION' 등 다양한 라인으로 구성되어 자신의 피부 상태에 따라 맞춤 케어가 가능하다.



메이크힐 브랜드 모델 메이크업 컷

엘앤피코스메틱에서 새롭게 선보이는 메이크업 브랜드 '메이크힐'이 브랜드 모델 김지원, 지우, 아섯별의 메이크업 컷을 공개했다. 메이크힐은 전문의가 제공하는 아름다움에 대한 이성적인 이론과 메이크업 아티스트가 전하는 감성적인 터치를 접목, 기존 메이크업보다 강력하고 시술보다 즉각적인 효과를 메이크업 애프터로 선사해주는 색조 브랜드로 공식 론칭됐다.



Collaboration

바디판타지 × 바바파파

USA NO.1 프로그래스 바디케어 브랜드 '바디판타지'가 프랑스 인기 캐릭터 '바바파파'와 콜라보레이션 제품을 출시한다. 이번 콜라보 제품은 총 4종으로, 베스트 향기 트리오 세트는 아끼지기한 패키지로 조기 품절이 기대된다. 바디판타지는 국내 론칭 이후 최초로 캐릭터 콜라보레이션을 바바파파와 실시돼 3월 한 달간 올리브영에서 바디판타지 전 품목 할인 행사를 실시했다.



더페이스샵 × 코카콜라

자연주의 화장품 더페이스샵이 코카콜라와 함께 '더페이스샵 × 코카콜라 콜라보레이션'을 출시했다. 더페이스샵은 코카콜라만의 톡톡 튀는 청량감을 쿠션, 섀도, 립스틱, 립 틴트 등에 선명한 컬러감으로 표현했으며, 코카콜라의 로고와 레드 컬러의 팝한 감성을 패키지에 적용해 소장가치를 높였다. 특히 '오일 클리어 기름종이 팩트'는 번들거림과 다크닝을 동시에 잡아주는 오일컷 효과 제품이다.



어반디케이 × 뷰티 인플루언서 크리스틴 리엔

옛지 있는 글로벌 메이크업 브랜드 어반디케이가 미국 유명 뷰티 인플루언서 '크리스틴 리엔(KRISTEN LEANNE)과의 협업을 통해 (어반디케이 × 크리스틴 리엔 리미티드 컬렉션)을 출시한다. 크리스틴 리엔에게 영감을 주는 것을 제품으로 표현한 이번 컬렉션은 두 종류의 아이 팔레트와 하이라이트 팔레트 그리고 바이스 립스틱으로 구성됐다. 모든 제품 컬러부터 패키지 디자인까지 그녀만의 감각적인 스피릿을 느낄 수 있다. 어반디케이이 이번 크리스틴 리엔 컬렉션을 총 2차에 걸쳐 순차적으로 선보일 예정이다.

크레머 렵 × 배우 한예슬

글로벌 온천수 화장품 크레모렐이 브랜드 모델 한예슬의 피부 자신감 비법을 담은 광고 컷을 공개했다. 이번 광고는 're naissance 피부 속부터 다시 태어나다, 다시 태어난 듯한 피부 변화의 기적을 테마로 사진 속 한예슬은 누드톤으로 내추럴하면서도 아름다운 매력을 선보인다.

New Look



랑콤 × 배우 김현주

글로벌 뷰티 브랜드 랑콤이 뷰티 매거진 마리끌레르와 함께, 배우 김현주의 단아하고 우아한 매력을 담아낸 뷰티 화보를 공개했다. 이번 화보는 랑콤의 레네르지 라인으로 완성한 김현주의 깨끗한 탄력 광채 피부를 강조하고 있다. 매끄럽고 탄탄한 피부결은 물론 잡티 없이 맑은 얼굴에서 우러나오는 아우라가 김현주만의 세련된 매력과 어우러져 특유의 우아한 분위기로 연출됐다.





Fashion News



Model

질 바이 질스튜어트 × 배우 조보아

질 바이 질스튜어트가 2018 S/S 시즌 전속모델로 여배우 조보아를 발탁했다. 올봄 질 바이 질스튜어트는 'FT EVERYWHERE'라는 테마의 캠페인을 전개하며 발랄하면서도 편안한 스타일의 스니커즈와 로퍼류 등 슈즈 제품을 주력으로 선보일 계획이다. 조보아는 이후 단아하고 지적인 이미지를 내세워 다양한 작품에 출연하며 꾸준히 활동의 보폭을 넓혀왔다.

ab.plus × 배우 이세영

여성복 'ab.plus'가 올봄 새 모델 이세영과 함께 산뜻해진 스타일링을 공개했다. 'dazzling GREEN'이라는 콘셉트로 진행된 이번 촬영은 현대 생활 속에서 힐링을 표현하고자 했다. 도심 속 자연 공간. 그 안에서 일상적인 다양한 스타일링을 심플하고 모던한 무드로 보여준다.



지이크 파렌하이트 × 배우 장기용

신원의 남성복 '지이크 파렌하이트'가 배우 장기용을 모델로 발탁. 'DE ARCHITECTURE' 콘셉트의 화보를 공개했다. 현대 모던 스타일의 '바우 하우스'를 모티브로 곡선의 부드러운 실루엣을 새로운 감성으로 표현했다. 화보 속의 장기용은 시크하면서 모던한 포멀룩의 정석과 함께 스타일리시한 모던 캐주얼 감성을 드러냈다.



푸마(PUMA) × 방탄소년단

스포츠 브랜드 푸마가 아이돌 그룹 방탄소년단을 글로벌 모델로 계약 확정했다. 2018 푸마 × 방탄소년단 캠페인은 '상상 그 이상'이라는 콘셉트의 비주얼 콘텐츠를 통해 스페셜 에디션 '투린(TURIN)'을 첫 선보인다. 푸마와 함께한 첫 광고 모델 등 큰 꿈을 하나씩 이뤄가는 방탄소년단의 스토리를 담은 캠페인 비주얼은 지금까지의 푸마와의 파트너십을 그려낸다.



Global



디자이너 양해일, 파리 18/19 FW 패션위크 성료

양해일 디자이너가 이끈 국내 패션 브랜드 '해일'이 파리 18/19FW 패션위크에서 세계 패션인들의 주목을 받았다. '해일'은 역동적이고 강한 기운을 상징하는 전통 민화 속의 개를 모티브로 한 의상을 소개했다. 개의 활기찬 기운과 즐거움을 그래픽과 황금색, 레드 등의 컬러로 표현한 다채롭고 유니크한 컬렉션이 관객들의 탄성을 이끌어냈다. 이번 '해일' 파리 패션쇼에서는 슈즈 브랜드 '세라제화', 나전칠기 장인 김용경 장인의 자개 클러치, 레드 브랜드 '마스코란자' 등과의 다양한 콜라보 아이템들로 인해 더욱 돋보이게 했다.

K-Fashion, 런던 패션위크서 공식 쇼룸 운영

'런던 패션위크 A/W 2018'에서 국내 패션 디자이너 브랜드의 현지 진출을 위한 공식 쇼룸이 유럽인들의 눈길을 끌었다. 문화체육관광부와 한국 콘텐츠진흥원이 운영한 공식 개별 쇼룸에는 두 시즌 연속 스와로브스키 어워드 우승자인 가연 리, 한국의 전통 텍스타일 기법을 활용한 문리, 옷의 새로운 구조를 탐구한 비무에트, 1999년에서 2000년으로 넘어가는 변화의 시기를 그래픽화해 컬러풀한 자카드 니트와 패딩으로 선보인 키미제이 등이 참여했다.





Concept

쁘랭땅, 업그레이드 비주얼 '눈길'

럭셔리 여성복 '쁘랭땅'의 2018 S/S 광고 캠페인은 섬세한 실루엣에 유폴리안 감성을 믹스 매치해 여성스러운 우아함, 웨어러블 하면서도 모던한 스타일링을 강조했다. 뿌랭땅은 블랙 & 화이트의 감각적인 백그라운드 연출로 'SEMI-formal & LUXURY CASUAL'을 콘셉트를 담아냈다. 오랜 시간 쌓아온 브랜드 헤리티지에 트렌드를 더한 업그레이드된 비주얼을 선보였다.

자딕앤볼테르 x 포토그래퍼 사바디니

프렌치 럭셔리 캐주얼 브랜드 자딕앤볼테르에서 세계 여성의 날을 기념해 캡슐 컬렉션을 선보인다. 이번 작업에는 이탈리아 여성 포토그래퍼 마이클 사바디니가 참여했고, 전 세계 여성들의 임신과 출산 관련 지원활동을 하는 비영리 단체인 "에브리 마더 카운츠" 단체를 후원하기 위해 만들어졌다. 아이템은 티셔츠로 전 세계 온라인 한정 판매된다.



Topic

한섬, 필립 린 국내 독점 판권 계약

한섬이 미국 유명 디자이너 브랜드 '필립 린(3.1 PHILLIP Lim)'과 국내 독점 판권 계약을 체결했다. 글로벌 패션 시장에서 주목받는 해외 브랜드 라인업을 강화해 나가기 위한 전략의 일환이다. 한섬은 지난해 이탈리아 남녀 토틸 패션 브랜드 '포츠 1961'과 프랑스 럭셔리 브랜드 '로샤스' 국내 판권을 확보해 이번 필립 린 독점 계약으로 총 27개의 해외 브랜드를 운영하게 됐다.



레니본, Romantic Journey 공개

여성복 레니본이 스페인 칼페에 위치한 예술적이고 인상적인 건축물을 배경으로 감각적인 18 S/S 광고 캠페인을 공개했다. 영국 여성 탐험가 프레이아 스타크의 여행이란 키워드를 시작으로 현대에 점점 사라져 가는 것들에 대한 향수와 동시에 감각적인 비주얼을 통해 새로운 로맨틱의 세계를 제시했다.

블랙 마틴잇봉, 프렌치 라이프스타일

'블랙 마틴잇봉'은 이번 시즌에 브랜드를 대표하는 상품 아이콘을 메인 테마로 클래식 디자인에 젊고 컨템퍼러리 한 감성을 반영했다. 로맨틱한 핑크를 메인 컬러로, 포멀 하면서도 자연스러운 라인과 고급스러운 소재, 다양한 컬러 등을 적용해 독특한 감성을 표현했다. 프렌치 무드 가득한 미니멀한 디자인의 사첵백부터 니스 백까지 볼륨 있는 웨일의 버킷백, 탬버린 백, 백팩 등 라이프스타일에 맞게 연출할 수 있게 했다.



마고, 바지 전문 구매 서비스 확대

바지 전문 온라인 커머스 '마고'가 바지 제품 구입의 불편한 점을 대폭 개선한 서비스를 확대했다. 마고는 고객이 바지를 주문하면 27가지 사이즈를 보내서 직접 입어보고 선택하게 하는 홈 트라이온 프로그램으로 사이즈 실패 방지는 물론, 택배 기사를 통한 수거 및 무료 교환, 허리나 가장 등의 수선에 따른 적립금을 지원 서비스를 운영한다.

Enjoy Image Change!

스타일 & 컬러
이미지 믹스매치

벌써 봄! 따사로운 햇살과 기분 좋은 바람을 블렌딩 한 듯한 헤어스타일과 컬러가 눈길을 끌고 있다.
다양한 스타일의 연출을 위한 테크니컬한 기술력이 한층 요구되고 있는 가운데,
모든 이미지는 도심 속 꿈꾸는 로맨틱함에 맞춰져 있다. 모던하면서도 내추럴한 스타일에 클래식함까지.
상반된 이미지 믹스매치의 끝은 여성스러움에 맞춰져 있다.



LONG : Modern x Natural

- **이미지** : 도회적이면서, 내추럴한 웨이브를 활용한 여성스러움.
- **테크닉** : 아라쎬(Arrache) 커트 기법과 워빙 색션을 이용한 모발의 울동감을 강조했다.
- **컬러 매칭** : 골드 브런드

Style Luxury Feminine

상반된 이미지의 공존

프랑스의 VOG hair(보그헤어)가 제안한 컬렉션 따스함과 차가움이 동시에 공존하는 헤어 컬러와 다양한 테크닉을 활용한 클래식 하면서도, 내추럴한 페미닌 룩이 눈에 띈다.

MEDIUM : Intelligent x Natural

- **이미지** : 지적이고 럭셔리한 내추럴 웨이브 스타일링의 사랑스러움을 강조한 스타일.
- **테크닉** : 피크타주(Piqretage)를 사용해 보브 스타일의 단단한 아웃라인을 가볍게 표현했다.
- **컬러 매칭** : 골드 버건디



SHOT : Daily x Active

- **이미지** : 성별을 구별하지 않는 일상적인 스타일로 활동성, 실용성에 기반을 담은 스타일.
- **테크닉** : 왁스를 이용해 모속감을 만들어 주어 컬크러쉬한 이미지를 고급스럽게 연출했다.
- **컬러 매칭** : 딥 쿠퍼 컬러





Urban Dreaming

도심 속 여유와 일탈을 꿈꾸다

아모스프로페셔널이 제안한 S/S 헤어 컬러는 내추럴 헤어 스타일에 감각적인 로맨틱과 세련되고 성숙한 라운지 감성의 클래식함을 담고 있다. 핑크, 퍼플은 물론 블루 컬러까지 동시에 느껴지는 파스텔 '블루 바이올렛'과, 피부 톤을 화사하게 밝혀 주는 로즈 컬러에 부드러운 골드 톤이 더해진 컬러 등이 몽환적인 도심속 여유와 일탈을 제안하고 있다.

1. 블루 바이올렛



로맨틱 브레이드
뿌리부터 루즈한 웨이브에
앞머리를 닿아 포인트를
주어 발랄한 소녀 같은
감수성과 신비로움을
강조한 룩.

2. 로즈 골드



로맨틱 걸리쉬 레이어드
언발란스한 길이감으로
트렌디함이 물씬
풍기는 히메컷에
부드러움을
더한 룩.

3. 애쉬 그레이



로맨틱 핑크
꾸미지 않은 듯 자연스럽게
형클어진 생기있는
볼륨 웨이브 컬
헤어가 돋보이는
올 봄 트렌드 룩.



클래시 플레피
시크하게 푹 떨어지는 옛지
단발에 블루 바이올렛 컬러를 입혀
클래식을 재해석한 성숙하고
여유있는 룩.



클래시 센슈얼 글램
풍성한 컬의 레트로 스타일에
광채를 더해 현대적으로
재해석한 스타일. 톤
다운된 애시그레이가
클래식한 감성에
모던함을 돋보여
주는 룩.



클래시 아웃사이더
클래시 아웃사이더라는
클래식 컨셉으로,
세련된 애쉬컬러에
웍스로 텍스처만
잡아준 키치룩.

Hair Contouring

컬러 테크닉 변화로 페이스 리프트까지?

기분전환을 하고 싶은 달. 염색만 잘해도 얼굴형의 단점을 커버할 수 있다. 밝고 어두운 컬러를 활용한 하이라이터와 셰이딩으로 얼굴형의 단점을 보완해 볼까? 과격한 스타일의 변화보다는 다양한 컬러를 활용하여 얼굴형의 단점을 커버하거나 얼굴의 윤곽까지 바꿔주는 염색의 효과에도 관심이 높아지고 있다. 구체적으로는 컬러를 두 가지 세 가지를 섞어 염색하는 '옴브레 헤어 테크닉'과 함께, 강조하고 싶은 곳은 밝게 하고, 가리고 싶은 부위는 어둡게 염색하는 '컨투어링 헤어 테크닉' 등이 그것. 얼굴의 뼈와 골격 형태에 따라 염색 컬러에 톤 차이를 두거나 군데군데 블리치를 해주거나 3D 입체 염색이라고 하는 발 레아 주 염색까지 컨투어링 염색의 카테고리 안에 속한다. 물론, 함께 쓰는 컬러 간의 톤 차이가 심하지 않게 하는 것이 포인트. 톤 차이가 심하면 얼굴형의 단점이 오히려 부각된다.



★★★ 얼굴형 별 컨투어링 염색법

긴 얼굴

날카로워 보이는 얼굴을 부드럽게 하고, 시선을 옆으로 확대시킨다



- ① 선명한 컬러보다는 에시드 브라운처럼 채도가 낮은 컬러를 선택한다.
- ② 귀 앞쪽으로 내려오면서 페이스 라인에 맞닿는 부분은 투톤 밝은 하이라이팅 컬러를 사용한다.
- ③ 두피 뿌리부터 관자놀이 옆까지는 한두 톤 정도 어두운 컬러로 염색한다.
- ④ 턱 밑으로 떨어지는 모발도 어두운 컬러를 사용한다.

사각형 얼굴

얼굴형의 각진 부분에 그림자를 줘서 특유의 얼굴형을 커버해 준다



- ① 얼굴의 각진 느낌이 시작되는 광대 아랫부분부터 페이스 라인을 따라 페이스 컬러보다 좀 더 어둡게 염색한다.
- ② 안쪽 모발 즉 목 뒷부분의 컬러까지 어둡게 염색할 것.
- ③ 너무 까만색으로 어둡게 하는 것보다는 다크 브라운 정도의 컬러로 셰이딩 효과를 주는 것이 자연스럽다.

둥근 얼굴

전체적으로 밝은 컬러로 이목구비가 또렷해 보이게 하고, 그라데이션 염색으로 시선을 위아래로 분산시킨다



- ① 전체적으로 명도가 높은 컬러를 채택한다.
- ② 두피 뿌리를 비롯해 머리 상단 부분을 밝게 염색해 윗부분의 볼륨을 살리면 시선을 세로로 분산시킨다.
- ③ 페이스 라인 양옆. 귀 앞으로 갈수록 점점 어두워지게 그라데이션 염색하여 얼굴형이 좁아 보이도록 한다.
- ④ 모발의 하단은 전체적으로 반톤 정도만 밝게 해줘 얼굴을 좀 더 입체적으로 보이게 한다.

역삼각형 얼굴

광대 윗부분과 이마 부분은 넓고 턱 쪽으로 갈수록 뾰족해지는 얼굴형의 결점을 컬러의 명암을 활용하여 자연스럽게 커버해 준다



- ① 두피부터 1센티 떨어진 곳부터 윗 광대 부분까지는 어두운 컬러로 톤다운해준다.
- ② 광대부터 얼굴 하단의 베이스 라인 부분은 밝은 컬러로 볼륨을 준다.
- ③ 전체적으로 컬러가 자연스럽게 그라데이션 되도록 하고 톤 차이가 심하지 않게 한다.
- ④ 턱 부분과 얼굴 하단의 양옆이 옆으로 퍼져 보이면서 뾰족한 부분이 완화돼 보인다.

봄 신메뉴 출시 기념 퍼플멤버스 이벤트

1+1 COUPON



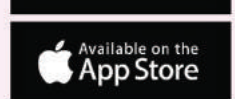
퍼플멤버스 회원이라면 누구나
봄 신메뉴 1+1 쿠폰 100% 증정!



이벤트 기간 2018년 3월 8일 ~ 4월 30일

해당 메뉴 봄날라떼(S), 봄날카페라떼(S),
애플엘더베리티(R)

유의사항 퍼플멤버스로 결제 시 쿠폰 적용
주문 음료와 동일한 메뉴로 제공
특수매장 및 일부 매장 제외



구글플레이 / 앱스토어에서
'커피그루나루' 또는 '퍼플멤버스'를 검색하세요.



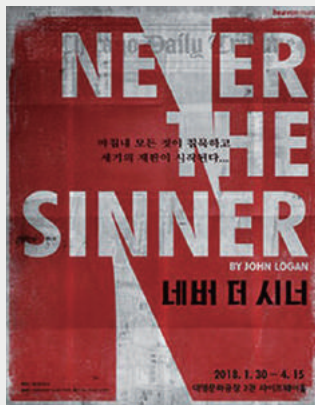
Flower & Dream

아무 말 안 해도 제 맘 알아주길 바라는 소녀처럼. 눈을 감고 기다린다.
환하게 흩날리는 꽃비 같은 설렘을. 봄이 왔어도 봄이 그리운 계절. 브리즈가 추천하는 4월의 공연.

Theater

네버 더 시너

DCF 대명 문화공장 2관 라이프웨이 홀 | 2018. 01. 30. ~ 2018. 04. 15.



연극 '네버 더 시너'는 토니 어워드 최우수 작품상을 수상한 '존 로건(John Logan)'의 첫 번째 집필한 작품으로 국내에서 마니아 뮤지컬로 알려진 '쓰릴 미'와 동일한 사건을 바탕으로 하고 있다. 뮤지컬 '쓰릴 미'가 두 인물의 심리게임에 집중했다면, 연극 '네버 더 시너'는 이 사건에 대한 세밀한 묘사와 변호사와 검사의 두 실전 인물의 팽팽한 신경전이 돋보이는 작품이다. 니체의 초인론에 빠져 유괴와 살인을 저지르게 되는 두 주인공에 대한 서사는 물론, 이 사건에 관련된 모든 부분들의 묘사가 차원이 다른 몰입감을 선사한다.

성

명동 예술극장 | 2018. 03. 23. ~ 2018. 04. 15.



불길 속에 사라질 뻔했던 프란츠 카프카의 마지막 작품이다. 미완인 채로 남아 오랜 시간 사람들의 머릿속을 헤집어 놓은 소설 '성'이 연극무대에 올랐다. 출입이 허락되지 않는 미지의 성, 기묘한 마을 사람들의 알 수 없는 통제, 일부러 구부러져 버리는 길. 무엇 하나 확실하지 않은 그곳에 이방인 K가 들어선다. 악몽 같은 미로 속, 과연 그는 성에 다다를 수 있을 것인가. 2007년 '심판'으로 동아연극상을 수상한 배우 박윤희와 연출가 구태환, 무대

디자이너 박동우가 다시 한번 카프카의 견고한 성을 쌓아 올린다. 끝이 보이지 않는 무대 위 답이 없는 질문들 속에서 깨닫게 된다. 내가 살고 있는 오늘이 바로 카프카적 현실임.

Opera

투란도트

세종문화회관 대극장 | 2018. 04. 26. ~ 2018. 04. 29.



1926년에 초연된 푸치니의 유작 '투란도트'가 세종문화회관 무대에 오른다. 푸치니의 3대 명작 중 하나로, 세 개의 수수께끼를 풀어야 얼음처럼 냉혹하지만 아름다운 투란도트와 사랑이 이루어진다는 내용이다. 유럽에서 활동 중인 최정상급 성악가와 함께 '네순도르마(Nessun Dorma, 아무도 잠들지 말라)' 등 유명한 아리아로 최고의 감동을 맛볼 수 있다.

Collaboration

카파 × 흥대 롤링홀



100년 전통 이탈리아 헤리티지 스포츠 브랜드 카파 코리아가 흥대 롤링홀 23주년 기념공연에 협업한다. 매월 카파 스페셜 스테이지를 꾸며 협찬하는 형식이다. 카파와 흥대 공연장 롤링홀과의 이번 협업은 발라드, 포크, 록, 힙합 등 여러 장르 인디밴드 문화 확산을 목적으로 패션 브랜드와 인디밴드의 성지로 불리는 흥대 롤링홀이 만났다는 점에서 주목을 끌고 있다. 흥대 롤링홀 '롤링 23주년 기념 공연'에는 그동안 흥대 정상급 밴드인 윤판판, 쏘애플, 위아더나잇, 전기뱀장어 등 다양한 아티스트의 공연 무대가 펼쳐졌으며 오는 4월까지 진행된다.

Festival

힙합 플레이아 페스티벌 2018

난지 한강공원 | 2018. 04. 07.

Festival
1



올해로 3주년을 맞는 '힙합 플레이아 페스티벌(이하 힙플페)'이 난지 한강공원에서 개최된다. 2016년부터 야외에서 시작된 힙플페는 힙합 마니아들부터 일반 대중들까지 연인원 15,000명 이상의 관객들이 참여하는 가운데 성황리에 진행되었던 바 있다. 올해 힙플페 역시 작년과 마찬가지로 메인 무대와 서브 무대, 2개의 무대를 운영할 예정이며, 또한, 힙플페만의 강점인 단독 공연에 가까운 풍성한 러닝 타이틀을 출연 팀마다 배정하여 힙플페에 합류한 아티스트들이 최고의 공연을 펼칠 수 있도록 한다.

케이티 페리 내한공연

고척 스카이돔 | 2018. 04. 06. ~ 2018. 04. 06.

Festival
2



세계적인 팝스타, 케이티 페리(Katy Perry)의 '위트니스 더 투어(WITNESS: The Tour 2018 Seoul)'가 아시아에 상륙한다. 이번 공연은 케이티 페리의 업적을 집대성한 것으로, 행성에서부터 해저로 떠나는 음악여행이 상상력 넘치는 무대로 구현된다. 특히 이번 공연을 위해 특별히 아티스트 측에서 공수하는 돌출무대는 케이티 페리의 드라마틱한 공연 연출과 어우러진다.

빌보드 싱글 차트 정상을 총 9차례 차지한 케이티 페리의 수많은 메가 히트곡과 최신작뿐 아니라 통통 튀는 의상, 반짝이는 아이디어를 겸비한 대형 쇼품 또한 볼거리다.

Have A Nice Day #6

난지 한강공원 | 2018. 04. 14. ~ 2018. 04. 15.

Festival
3



'해브 어 나이스데이 #6(Have A Nice Day/H.A.N.D)'가 페스티벌 최초로 양일간 서울 난지 한강공원에서 개최된다. 올해 6회를 맞은 음악 페스티벌 해브 어 나이스데이는 뮤지션들의 단독 콘서트나 뮤지컬과 같은 방식으로, 관객들은 원하는 날짜를 골라서 페스티벌을 즐길 수 있다. 10cm, 소란, 스탠딩 에그를 위시하여, 최근 방송 음원, 공연의 대세들이 함유됐다. 지난해 인디 신을 들썩이게 한 듀오 멜로망스, 고막 남친-고막 여자 친구, 아티스트 풀킴, 치즈를 비롯해, 윤희판, 마인드 유등도 출연할 예정이다.

Musical

맨 오브 라만차(Man of La Mancha)

블루스퀘어 인터파크 홀 | 2018. 04. 12. ~ 2018. 06. 03.

Musical
1



자신이 돈키호테라는 기사라고 착각하는 괴짜 노인 알론조 키하나와 그의 시종인 산초의 유쾌한 여정을 그린 뮤지컬이다. 세상적인 시선으로 볼 때 우스꽝스러운 기행을 벌이는 이들은 주변 인물들의 조롱을 받지만 시간이 흐를수록 특유의 진실함과 용기로 사람들의 마음을 움직인다. 미구엘 드 세르반테스의 소설이 원작이다. 오만석 흥광호 유공주 최수진 이훈진 김호영 문종원 이창희 등이 출연한다.

투모로우 모닝

JTN 아트홀 2관 | 2018. 02. 09. ~ 2018. 07. 29.

Musical
2



2006년 런던 초연 후 지난 12년간 뉴욕 오프-브로드웨이, 일본, 시카고, 인디애나, 멜버른, 비엔나, 리스본, 독일 등 전 세계인의 사랑을 받아온 로 맨틱 뮤지컬 '투모로우 모닝'이 장기 공연에 돌입한다. 결혼과 이혼을 하루 앞둔 두 커플의 버라이어티 한 하룻밤을 통해 전 세대가 공감할 수 있는 결혼과 사랑에 대한 유쾌하고도 가슴 따뜻한 메시지를 전달한다. 지난 공연에 이어 성열석 연출의 젊은 감각과 이범재 음악감독의 섬세한 편곡으로, 한편의 유쾌한 인생 드라마다.

존도우

홍익대 대학로 아트센터 대극장 | 2018. 03. 01. ~ 2018. 04. 22.

Musical
3



할리우드의 거장 '프랭크 카프라'의 영화 '존 도우를 찾아서'의 뮤지컬 버전이다. 1934년 대공황 이후의 뉴욕에서 '존 도우'라는 인물이 사회에 항거하며 시청 옥상에서 자살하겠다는 유서 한 통을 보내 시작되는 이야기를 다루고 있다. 16인조 재즈 빅밴드 라이브와 매력 넘치는 재즈 멤버들의 향연이 절로 몸을 흔들게 한다. 뮤지컬 '존 도우'가 평범한 사람들의 이야기를 담은 가사와 '자극히 평범한 사람들의 목소리가 모여 세상을 바꾸는 힘이 될 수 있다'는 위로의 메시지로 감동까지 담았다. 정동화, 김금나, 유주혜, 신의정, 김선희, 이용진, 이삭 등 탄탄한 출연진 역시 믿음을 준다.

2018 April Lucky Keyword

Catch Your Luck And Play



염소자리(12월 22일~1월 19일)

변화는 소소함에서부터 시작돼요

어제와 같은 오늘, 오늘과 같은 내일이 불안한 당신. 변화가 필요한 때네요. 해답은 생각보다 간단해요. 평소 관심을 두지 않았던 분야로 눈길을 돌려 보세요. 새로운 취미생활을 갖게 되면서 변화의 계기가 생겨요. 또 누군가가 미워도 겉으로 드러내지 말고 자극제로 삼으세요. 뒷사람보다 또래 여성 혹은 연하의 인물이 도움을 줄 거예요. 때로는 일상의 소소한 즐거움을 통해 앞으로 나아가는 힘을 얻을 수 있습니다. 커플은 지금까지의 관계에 대해 진지한 결정을 내려야 할 때입니다.



물병자리(1월 20일~2월 18일)

겸손하면 한단계 레벨업 돼요

오랫동안 끌어왔던 일이 정상화될 조짐. 집중력이 분산되지 않도록 밀어붙일 만한 무언가를 만들어보세요. 그동안 쏟아부었던 노력이 결실을 보이고 거기에 자신의 운까지 더해진다면 당신의 능력은 최고로 평가되게 될 수도 있어요. 그러나 어깨가 으쓱거리는 일이 많을수록, 질투하는 사람도 그만큼 많아져요. 직장에서는 혼자 일을 추진하지 말고 주변과 의논하세요. 커플은 혼자만의 시간에 지나치게 집중하는 것은 좋지 않아요. 솔로는 이상형과 반대되는 사람이 관심을 보여 당황스러워도 편견을 갖진 마세요.



뿔고기자리(2월 19일 ~3월 20일)

이성적 판단이 필요한 시기예요

자신에게 맞지 않는 곳에 굳이 자리해 스트레스를 키울 필요는 없어요. 본인에게 필요한 것이 무엇이었는지 돌아볼 시간이에요. 사사로운 일에 얽매이지 말고 넓게 생각해 보고 결단을 내리세요. 자기주장이 강한 사람에게 공감해 주면, 뜻밖의 도움을 받을 수 있어요. 직장에서는 믿을 수 있는 상사나 동료의 조언을 귀담아 들어보세요. 행운의 컬러는 블루. 이성적인 판단에 도움을 줘요. 커플은 가끔씩 연인을 리드해 보세요. 솔로는 누군가에게 호감을 표현하기에 앞서 자기 계발에 신경 쓰세요.



양자리(3월 21일~4월 19일)

집중력을 높여야 할 때네요

생각하기 싫어 잠시 시간을 두고 관망하겠다는 자세는 사태를 악화시킬 뿐이에요. 지금 잠시 어긋나는 듯해도 꼭 필요한 과정이니 이왕 맞을 때라면 먼저 맞는 것이 나아요. 의견 표현을 자제하고 주변을 살펴보면, 누가 적인지 누가 아군인지가 보일 거예요. 직장인이라면, 경쟁자가 누구인지 분명하게 인지하고 행동하세요. 어쩌면 그와 친해져야 할지도 모릅니다. 사회생활이 항상 내 마음대로 돌아가는 건 아니니까요. 커플은 상대방이 원하는 바를 들어주려 노력하고 솔로는 그 사람에 대한 생각을 정리해 보세요.



황소자리(4월 20일~5월 20일)

감정조절이 관건이에요

이번 달은 준비 해온 프로젝트나 계획이 있었다면 밀어붙여 보세요. 잃을 게 없는 상황에서 밀어붙인 일이 행운으로 돌아올 수 있어요. 그러나 연애면에서는 다툼의 수가 보이는 달로 공격적인 성향을 보이면 애인과의 관계가 소원해질 수 있으니 지나치게 감정적인 상태에 놓이지 않도록 주의하세요. 쓸모없는 곳의 에너지 소모로 정작 열중해야 할 일 또한 망칠 수 있어요. 하고 싶은 말은 잠시 자제하고, 애완동물이나 어린아이를 가까이하면 위로받을 거예요. 어깨의 힘을 빼고 단순한 즐거움에 집중하세요.



쌍둥이자리(5월 21일~6월 21일)

타인의 의견에 공감해보세요

직장이나 학교 등에서 자신의 위치에 충실해야 할 시기예요. 본인에게는 아무렇지 않은 일이 직장 상사나 급우들, 고객들과의 마찰로 이어질 수 있으니 조심하세요. 4월은 목표가 생겼다면 끝을 보겠다는 마음가짐으로 도전해 보세요. 진전사항이 없어 매너리즘을 겪을지 모르지만 주의가 산만해지지 않도록 신경 쓰길. 직장에서는 메모를 활용해 보면 도움이 될 거예요. 커플은 공통 주제로 지적인 토론을 해보면 상대방의 새로운 매력을 발견하게 돼요. 솔로는 호감 가는 이의 관심사를 파악하는 것부터 시작하세요.





게자리(6월 22일~7월 22일)

공사는 확실히 구분하세요

뭔가 단호한 태도로 일을 추진하려면 처음은 다소 불편하겠지만 결과는 효율적이겠네요. 타인을 위한 자그마한 매너가 빛나는 시기이니 평소 배려에 신경 쓰세요. 직장에서는 업무 환경을 산뜻하게 만드는 노력이 필요해요. 커피는 비실용적이지만 정성이 담긴 선물이 의외의 효과를 발휘할 듯. 솔로는 감정을 솔직하게 표현하세요. 그동안 소홀하게 대해왔던 가족이나 연인의 도움으로 골칫거리가 해결되고 새삼 고마움을 느끼게 되는 시기. 작고 귀여운 물건이 일상을 아기자기하게 만들어 줘요.



사자자리(7월 23일~8월 22일)

마음의 평정심을 잃지 마세요

4월의 기운에 흥분 취해 홈쇼핑 인터넷 쇼핑에 눈을 돌리는 순간. 5월은 적자의 달을 각오해야 할 만큼 이번 달은 쇼핑에 주의하세요. 일단 마음을 진정시키고 꼭 필요한 물건인지 한 번 더 생각한 후 결정하는 것이 좋아요. 사소한 일로 흥분해서 품위를 떨어뜨리지 않도록 조심하고요. 누군가로 인해 흔들린다면 외부 탓이 아니라, 당신 자신 때문임을 기억하세요. 직장에서는 전문 영역을 확보하도록 노력하길. 커피는 너무 자기 의견만 강하게 주장하지 말고 솔로는 이것저것 재며 따지지 않도록 주의하세요.



처녀자리(8월 23일~9월 22일)

이달의 미션 '침묵은 금'

이것저것 생각하지 말고, 주위 사람들과 함께 하세요. 전에는 느끼지 못했던 친구들의 힘을 경험할 테니까요. 또한, 불편한 상황에서는 가까운 이의 도움을 얻어 지혜롭게 피해갈 수 있도록 하세요. 마찬가지로 누군가가 자신의 고충을 토로하면 현실적인 조언보다는 다정하게 들어주는 것이 좋아요. 평소 말을 잘하는 편이라도 지금은 침묵이 금. 먼저 말하지 않은 것이 다행이라고 생각할 일이 많을 거예요. 커피는 연인을 장점으로 보도록 노력하고 솔로는 호감 가는 사람에게 은근한 제스처를 취하는 게 유리해요.



천칭자리(9월 23일~10월 23일)

눈에 띄는 행동을 자제하세요

피곤하고 건강중에 이것저것 잘 잊게 되지만 이런 때일수록 바쁘게 움직이고 스스로에게 긍정적인 메시지를 심어주세요. 귀찮게 하던 일들이 해결되거나 실마리라도 찾을 수 있어요. 다만 남보다 튀고 싶은 마음에 오버하면 잘난척한다는 평가를 받을 수 있으므로 주의하길. 액세서리나 화장은 적당히 화려한 것이 좋습니다. 직장에서는 불편한 상사의 명령을 적당히 넘기는 노력 하세요. 커피는 더블데이트를 하면 즐거운 시간을 보내겠네요. 솔로는 낯선 곳에서 인연을 만날 수 있으니 부지런히 돌아다니세요.



전갈자리(10월 24일~11월 22일)

잠시 충전의 시간이 필요해요

메사에 열정적인 전갈자리이지만 4월은 노력에 비해 성과가 약한 시기예요. 직장에서는 버거운 목표를 세우더라도 그 압박감을 긍정적으로 살려보세요. 직장에서는 상사가 뭐라 해도 당신의 주관을 지켜 나갈 필요가 있습니다. 커피는 극단적인 결정을 내리지 않도록 조심하세요. 솔로는 호감 가는 사람과 확실한 결론을 내리겠다는 마음가짐으로 움직여 보길. 보고 싶었던 영화나 공연을 관람한다면 평소 기보고 싶었던 여행지에서 잠깐이나마 머리를 식히고 오느 등 외부 활동으로 지친 심신을 달래 보세요.



사수자리(11월 23일~12월 21일)

추진력을 발휘해 보세요

이번 달에는 당신이 원하는 방향으로 밀어붙이는 추진력을 발휘해 보세요. 다만 나 혼자 잘났다는 식으로 말하고 행동하는 건 좋지 않아요. 집안보다는 밖에 나가 활동하면 의욕이 한층 자극될 거예요. 직장에서는 당신의 의견을 프로젝트 형식으로 발표해 보세요. 커피는 당신에 계획한 데이트 코스를 상대방도 마음에 들어하는지 확인하길. 솔로는 마음이 확고하다면 태도 또한 확고하게 취하는 것이 좋다. 술의 힘을 빌려 의사 표현을 하러다가는 망신을 당할 수가 있으니 주의할 것.



나를 위한 하루 한 잔, 100% 착즙음료 4종

FREE

데일리 클렌즈 레볼루션을 드시면
에코컵 드링크자를
드립니다!

DAILY CLEANSE REVOLUTION

비트 파인애플
BEET PINEAPPLE



밀싹 케일
WHEATSPROUT KALE



오렌지 자몽
ORANGE GRAPEFRUIT



당근 사과
CARROT APPLE



₩6,500

· 본 이미지는 연출된 이미지이므로 실제와 다를 수 있습니다.

TOM N TOMS COFFEE



생기 어린 피부를 위한 청춘의 결정적 한방

| 예화담 생기순환 에센스 |

청정한 자연원료와 연꽃, 금은화의 에너지를 오롯이 담아내어 피부에 생기, 활기, 윤기를 더해주는 예화담 생기 순환 에센스로 탄탄하게 깨어나는 생기로운 피부를 만나보세요



半歩千里 한국콜마

좋은 화장품 고르는 방법
체초사를 확인하세요!



당신이 늘 쓰는 것이기에

우수한 화장품을 만드는 기준, CGMP
대한민국 최초 CGMP 1·2호 인증 획득

안전하고 믿을 수 있는 좋은 화장품,
한 걸음씩 우직하게 내딛는 우보천리의 정신으로
한국콜마가 만들어 갑니다.

kolmar
한국콜마