

Breeze

브리즈 Life & Beauty Magazine | BREEZEKOREA.COM

CMN Cosmetic Marketing News



ISSN 2092-5875

2018. OCTOBER

Vol. 158

2018 상반기
**KOREA
BEST
COSMETIC**

좀 진해져도 괜찮아
가을이니까!

How to get coveted hair

V-LINE
FACE LIFT

*Daily
Skin Care
Time*

셀프 뷰티에 대한 Q&A

롯데 매뉴얼 아트 프로젝트 '화제'

**Special affinity
for Autumn**

*Airy
Innocent
Chic*

- 뷰티아니 모델 김다예 -



perfect serum

머리끝까지 빛나게 나만의 스타일을 연출하다
7가지 오일각테일의 손상케어 효과

미장센 퍼펙트 세럼



mise
scène
미장센



축제처럼 다가오다 October Beauty Festa

계절이 바뀌고 있음이 가장 빠르게 반영되는 것이 패션 의류와 화장품 매장. 늘 항상 빠르게 변화를 받아들이는 얼리어답터들은 무더위가 가시자마자 부드러운 질감의 매트한 베이스에 다소 강렬한 컬러 플레이에 빠져들었다. 굳이 얼리어답터까지는 아니어도, 하늘이 이토록 맑고 화사한 계절에 그에 맞는 화장과 패션으로 같이입는 것은 당연지사. 특히 올가을에는 자연광처럼 빛나는 누드 메이크업에 음영 펠의 반짝임. 다채로운 빛의 움직임을 반영한 광학 소재의 컬러들이 어우러진 섹시하면서도 엘레강스한 룩이 어울린다. 오일이나 펠 파우더 등을 사용해 인위적으로라도 반짝반짝 빛나고 싶어지는 날. 마침 스트리트에서는 대담한 컬러와 로고들로 개성을 한껏 강조하는 스타일들이 가득하다. 풍요로움은 아직 시작도 안 했는데, 벌써부터 패션계에서는 내년 봄여름 트렌드를 위한 디자이너들의 컬렉션이 개막된다. 10월은 그렇게 아름다운 축제의 모습으로 다가오고 있다.

편집장 유수연

1. 2018 FW 헤라서울패션위크 헤라 체험존
2. 미샤 2018 FW 투명광 룩
3. 2018 FW 헤라서울패션위크 헤라 체험존
4. 뉴욕패션위크 컨셉코리아 S/S 2019 라이 컬렉션
5. 베네피트 차차틴트 6. 컬러랩 2018 FW

볼 때마다
새로운 화장품 정보가 있다
m.cmn.co.kr



CMN Cosmetic Marketing News



- 07 — **FOCUS**
Airy Innocent Chic
추동 메이크업 'Fun & 樂'
- 12 — **REVIEW**
2018 상반기
KOREA BEST
COSMETIC
브랜드 충성도·가성비가 시장을 이끈다
- 24 — **BEAUTY SOLUTION**
How to get coveted hair
- 26 — **GET THE TIP**
Daily Skin Care time!
셀프 뷰티에 대한 Q&A
- 30 — **NEWS**
Beauty / Brand & News
Event / New & Hot / Fashion News
- 40 — **CULTURE REVIEW**
롯데 애뉴얼 아트 프로젝트
Boundless Closet '화제'
- 43 — **BEAUTY PLUS**
V-Line Face Lift
- 44 — **CULTURE**
Special affinity for Autumn
- 46 — **HOROSCOPE**
No sweat, No sweet!



려
呂
Ryo

자양윤모

탈모증상케어
샴푸

Hair Loss Care
Shampoo

식약처
보고
기능성화장품

GinsenEX™ 기술
인상에서 빛은
독자적 탈모증상케어 기술



지성 두피용 5無

두피피지케어 (For Oily Scalp)



식약처
보고
기능성화장품

두피의 운명을 바꿀 45년 두피과학의 결정체

려 자양윤모 탈모증상케어 샴푸

볼 때마다
새로운 화장품 정보가 있다
m.cmn.co.kr



CMN Cosmetics Marketing News

Vol. 158

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. OCTOBER

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 국장 김민수 Min-Soo, Kim

HR & ADMINISTRATION DEPT.

부국장 조은선 Eun-Sun, Cho

PUBLISHING DEPT.

라이프 & 뷰티 매거진 브리즈 Breezekorea.com

ADDRESS

150-103 서울시 영등포구 선유로 146 E&C 드림타워 1110호(양평동 3가)
(주)주간신문 CMN

편집문의 02-2628-5454

광고문의 02-545-5454

인쇄 (주)태신인팩 www.inpack.co.kr

Breeze 2018년 10월 1일 발행 통권 158호
 등록일 2005년 3월 8일 등록 등록번호 영등포 라 00036
 Breeze는 한국간행물윤리위원회의 윤리강령 및 실천요강을 준수합니다.

Copyright ©Cmn.All Right Reserved.

TONYMOLY®
street culture



All New Cover

토니모리 더블 커버 파운데이션



뷰티강국 일본의 저력 Learn from Traditional

아주 오래전 할머니가 머리카락을 모으는 것을 본 적이 있다. 청소를 하든 머리를 빗든, 빠진 머리카락을 하나하나 정성껏 모아 뭉쳐 두던, 기괴하다면 살짝 기괴한 모습이었다. 왜 저런 행동을 하는 건지, 한쪽에 고이 뭉쳐 놓는 머리카락 뭉치에 대해 항상 의문이었지만, 할머니가 돌아가시면서 모든 것은 다 기억의 저편으로 사라졌다.

그런데, 얼마전 '2018 한일축제 한마당'서 열린 일본 전통메이크업과 헤어스타일 시연행사를 보면서, 그 옛날 할머니의 그 무심한 행동에 대한 의문이 풀렸다. 맛있는 뭉치, 정수리에 인조 머리카락을 넣어서 말아 양옆으로 넣으면 꽃장식도 꼽을 수 있을만큼 볼륨감 넘치는 헤어스타일이 가능한 전통 머리. 지체가 높으면 높을 수록 더욱 필요했을 머리카락뭉치, 말하자면, 그 머리카락 뭉치는 할머니의 헤어 소품이었던 것이다.

물론, 묶음 머리카락이나 올림머리에 사용하는 이른바 '뽕뽕'이나 볼륨 가발 등을 몰랐던 건 아니었지만, 인조 헤어 뭉치를 머리에 대고 올림머리를 하는 일본의 전통 헤어메이크업 방식을 보면서, 할머니의 행동을 이해하게 될 줄은 진짜 몰랐다.

아무튼, 그래서 더욱 유심히 보게 된 것이 그들의 화장법, 화려한 머리장식에 기모노, 그것을 살려주는 버건디 컬러의 포인트 아이메이크업이 눈에 띈다. 사실, 빨간색으로 아이브로우와 아이라이너에 포인트를 주는 이런 기법은 일본에서 게이샤(藝者) 수업을 받는 마이코(舞子)들의 메이크업이라고 한다.

원래 붉은 색은 악을 물리친다는 컬러로, 일본에서는 게이샤들의 눈화장으로 많이 사용됐는데, 점점 게이샤의 경력이 높아질수록 붉은색은 줄어들어 마치 포인트 컬러처럼 사용하게 됐다는 것이다. 현대에서는 전통 행사나 이벤트 등이 있을 때 사용된다는데, 그리고 보니 눈썹과 아이라이너에 들어가는 붉은색은 전위적이기도 하지만, 요염하기도 하고 하얀 얼굴에 꽃이 핀 듯 고풍적이다.

그런데 재미있는 것은 10대나 20대들만이 사용할 수 있을 법한 이 아이 메이크업이 한껏 기모노를 차려입은 중년 여성들의 눈썹과 아이라이너에서도 보였다. 처음에는 그 모습이 살짝 당황스러웠지만, 그들에게 있어 이 화장법은 '전통 메이크업'의 일종. 기모노를 입은 사람들은 이 레드 메이크업도 자연스럽게 할 수 있는 것이다. 그런데, 그것이 '부러워 보인다'는 건 또 무슨 감정일까...?

아무튼, 서울의 한 복판에서 한껏 부풀려 올린 일본식 전통 머리, 그위의 꽃 장식, 거기다 형형색색 요란한 유카다와 게다, 일본식 메이크업을 하고 활보하며 인증샷을 찍고 있는 사람들을 보면서, 패션이나 메이크업은 순간을 즐기는 것. '상식'과 '비상식'이라는 것은 없다는 생각을 잠시 했다.

100년 후, 후손들은 지금의 무엇을 기억하고 즐기게 될지. 그런 호기심으로 패션과 메이크업을 흥미진진하게 즐겨보고 싶은 가을이다.

편집장 유수연



메이크업 'Fun & 樂'

Airy Innocent Chic

가을 메이크업 패턴중 가장 주목되는 단어는 내추럴. 공기와 같이 부드러운 질감의 피부, 자연광 속에 빛나는 여성스러움은 트렌드라기보다는 진리다. 무엇보다도 중요한건 화장이 즐거워야 인생도 즐겁다. 가을을 더욱 빛나게 해주는 것은? 에디터 유수연

Luxury Autu



계원희 2018 FW 헤라서울패션위크

맑고 투명한 색상으로 수채화 메이크업을 선사하는 페이스 디자인 블러셔, 헤라

로열 컬러가 돌아왔다. 그것도 클래식함이 어울리는 깊고 풍부한 느낌으로... 품위있게 변신한 로열 빈티지와 뉴트럴계열을 중심으로 한 내추럴 클래식 무드가 세련미를 더한다. 과감한 장식보다는 상반된 이미지와 컬러의 믹스 매치까지 차분하게 표현된 크로스 코드 센스가 절실 할 때, 단순하면서도 미묘하게 느낌이 가득한 오버 사이즈 룩에 깊숙이 빠져볼 것!

FW MAKE-UP



좀 진해도 괜찮아!
가을이니까!

Shocking Vivid

놀라운가? 가을이라면 전혀 놀랍지 않다. 무개감을 전혀 의식하지 않고 비비드한 컬러를 고수하고 싶은 사람들은 화려한 아이메이크업을 지우고, 분위기 반전으로만 만족할 것

컬러를 억제하면서 고급스럽게 보이는 것이 메이크업의 FW 정석. 새빨간 립스틱을 바르거나 눈가에 강한 컬러로 포인트를 주거나 축축한 고발색의 메이크업으로 가을 분위기를 물씬~

Lip | 레드는 언제나 유효!

매혹적인 컬러의 여왕 레드가 단색 혹은 콤비로 다시 돌아왔다. 블랙 다크 브라운, 러스티한 황갈색의 컬러들을 더욱 돋보이게 하는 컬러로 완벽한 루부탱 레드를 창조하기 위한 맞춤 컬러로 레드 만한 것이 없을 정도. 빨간 입술은 나이들어 보인다는 편견을 깨고 공기같이 맑은 피부에 선명하게 발린 레드 립스틱은 경쾌하면서도 섹시하다. 클래식할기 보다는 생기있고, 걸리시 하기 까지 한다. 입술중앙에 레드컬러를 살짝 올려 놓은 후 바깥쪽으로 얇게 퍼발라 입술 가운데를 도통하게 보이는 입체적 표현도 컬렉션 무대에서 소개 됐다.

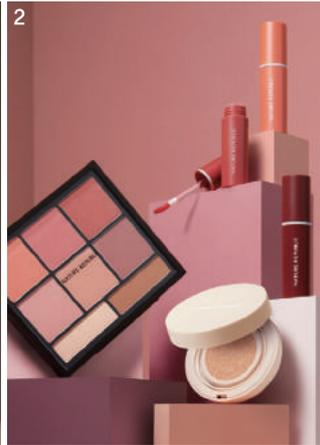
과즙이 터지듯 생생한 컬러와 유리알처럼 탱글탱글한 광택이 특징인 과즙 탕트, 여쭈



지나치게 복고처럼 보이지 않고 싶다면 라이너를 생각하고 입술라인을 살짝 번지게 하는 느낌으로! 단, 립밤 등을 너무 많이 바른면 립스틱이 밀릴 수 있다.

mn Look

Airy·Natural·Brilliant
가볍게, 더욱 빛나게



아이메이크업이 차가운 느낌이라면 립메이크업은 캐시미어처럼 따뜻하고 부드러운 컬러로 표현해야 조화를 이룰 수 있다. 입술 각질 등으로 들뜸이 없으면서도 보습이나 피부 보호 기능이 뛰어난 립스틱 등은 머스트 해브.

ROSISH, MLBB로 즐긴다

피부표현뿐만 아니라 입술도 반짝임보다는 무광이 대세로 자리 잡을 것으로 보인다. 울가울 우아함을 극대화하는 립 메이크업의 핵심은 무광의 매트한 질감! 각 브랜드마다 말린 장미 색상부터 깊이 있는 짙은 레드 장미까지 다양한 로즈 빛 컬러의 립스틱의 퍼레이드. (주)아모레퍼시픽의 '라네즈' '마몽드' '설화수' '아이오페' '헤라'에서는 모든 피부 톤에 자연스럽게 어울리는 신개념 MLBB '으깬장미' 콘셉트의 립 컬러를 새롭게 선보였다. LG생활건강의 색조 전문 브랜드 'VDIVOV'의 립스틱도 MLBB가 기본이다.

Rosish Look 맑고 깔끔한 피부에 살짝 상기된 치크, 핑크빛도 이제는 계절이 없다. 만져보고 싶다는 생각이 저절로 들 정도로 잘 정리된 베이스에 고급스럽지만 부담스럽지 않은 색조가 더해진 메이크업. 내추럴 하면서도 여성스러운 매력과 사랑스러움이 담겨 있다면 금상첨화.

1. 툇다운된 베이비 핑크부터 버건디 레드까지 트렌드 컬러를 담아 포근한 장미빛이 얼굴을 발그레하게 물들이는 2018 F/W 메이크업 컬렉션. 네이처리퍼블릭 3. 에뛰드하우스 퀵앤이지 4. 신개념 MLBB '으깬장미' 콘셉트의 립 컬러 캠페인 Color Autumn (컬러어뎀). 아모레퍼시픽 5. 타투처럼 오래 지속되며 선명하고 생생한 컬러의 입술을 선사하는 립제품. 라네즈 타투 립 틴트

• HOW TO •

- 1 매트한 느낌이 중요하므로 벨벳, 텍스처 등을 선택해 얼룩없이 매끈하게 바르기~!
- 2 볼터치와 아이섀도도 최대한 심플하게!
- 3 글로시한 입술을 표현하려면 크리미한 립라이너로 라인을 잡아준후 입술에 립스틱을 직접 대고 발라줘 보다 도톰하고 포근한 느낌으로~!





Cheek

달콤 화사한 '메이플 치즈'

인위적으로 강조하는 볼터치 보다는 피부를 발그레 물들인 듯한 수줍은 소녀 풍이 주목된다. 로즈와 코랄 빛 치크는 활동적이면서 소녀적인 느낌. 치크가 드러날 듯 말 듯 보여야 보송하고 뽀얀 피부가 살아난다.

1. 인주처럼 욱신하고 말랑한 텍스처가 특징인 치크젤리블러셔. 투쿨포스쿨
2. 수채화처럼 맑고 투명한 생기를 물들어주는 NEW 프레쉬 쿠션 블러셔. 슈에무라

Nail

체크 & 레오파드

올 가을은 지난해에 이어 체크 패턴의 유행이 이어질 전망이다. 마크 제이콥스와 베르사체의 18 FW 런웨이에에서도 볼 수 있듯이, 평기한 레드 타탄 패턴보다는 클래식한 체크 패턴이 많이 보인다. 프로 퍼셔널 아티스트 브랜드 JINSOON도 이러한 트렌드를 반영하여 2018 가을 믹스 앤 매치 체크 패턴을 추천하고 있다. 강한 메이크업이 싫다면 뉴트럴 톤의 네일 컬러와 손끝에도 매트한 기운을 더해줄 톱 코트 등의 활용하면 된다. 특히 컬러부터 패턴까지 빈티지한 감성을 담은 아트들이 주목을 받고 있다. 반디는 레오파드 패턴을 도트 패턴과 함께 레이어드 하여 세련되면서도 빈티지한 느낌으로 표현한 팁들을 제안했다.



1. Jinsoon 2018 FW 믹스앤매치 체크 아트
2. 가을의 대표적인 패턴인 레오파드에 빈티지한 감성을 담은 레오파드 도트, 반디

Eye

스모키와 메탈릭의 공존

올시즌의 아이메이크업 트렌드는 새로운 블랙 컬러인 그레이를 이용해 약간 스모키 하게 표현하거나 메탈릭한 텍스처 두세가지를 믹스해 깊고 은은한 음영 눈매를 표현하거나, 레드와 블루를 사용하는 쇼킹 비비드, 어느 것이라도 좋다. 뉴트럴한 톤을 사용하면서도 맛있게 보이지 않게 연출하는 것이 중요하다. 톤만 잘 선택하면 90%는 성공이다.



르네상스 시대의 우아하고 화려한 컬러를 구현한 2018 F/W 크로마 퓨전 아이샤도우 리미티드 컬렉션. 메리케이

가을에는 블랙 & 화이트의 영향을 받아 메이크업 역시 무채색의 다스 차갑고 시크한 이미지의 포인트 메이크업도 어울린다. 같은 무채색이라도 아이라이너 펜슬을 위주로 세련된 눈매 연출에 집중할 것!



초콜렛을 연상시키는 아이샤도우 팔레트에 카카오 성분의 함유로 부드럽고 촉촉한 초코 모노팜 아이즈, 더 페이스샵



특수한 프리즈마 공법으로 탄생한 더페이스샵 프리즘 큐브 아이샤도우 & 프리즘 큐브 블러셔, 더페이스샵



스킨큐어의 프리미엄
기능성 화장품 셀큐어
(CELLCURE), 모델 김태희

한여름의 자외선도
피부를 상하게 하지만,
가을 겨울의 건조하고 거친 바람
또한, 피부 노화를 앞당기는
주요 원인이다. 더 이상 지체하지
말고 집중보습 체제에
돌입할 것!

가을 필수템 '멀티밤'

활용법

- 1 건조한 입술 보습, 윤기를 주거나 입술 라인 정도 혹은 글로시 효과를 줄 때 필요하다.
- 2 각질이 일어나는 팔꿈치나 발꿈치에 일시적 각질 정돈효과를 준다. 바디 스크럽으로 각질제거후 바르면 깊은 보습감을 준다. 또한 발꿈치 등에 바르고 양말을 신고 자면 갈라짐 완화 효과도 있다.
- 3 손톱에 보습감을 부여하고 큐티클 정리 효과가 있다.
- 4 눈썹 정돈시 자극없이 케어가 가능하다.
- 5 건조하고 당기는 볼 피부에 고보습 효과를 주며 내추얼 광채 메이크업도 가능하다.
- 6 기타 : 건조해 가려움증이 느껴지는 부분에 바르면 진정효과를 준다. 각종 자극 피부 진정효과와 가벼운 메이크업시 소프트한 리무버 효과도 얻을 수 있다.

Natural Light

자연광을 살려내는 누드 메이크업의 힘

생기있는 피부와 함께 결점없이 깔끔한 모던 누드 페이스로 보는 사람에게 거부감을 주지 않는 자연스럽고 편안한 텍스처의 표현이 특징이다. 다양한 질감의 파운데이션과 컨실러, 파우더를 믹스해 티나지 않게 질감을 커버하고 매트함과 투명한 기운이 공존하는 피부표현으로 깔끔하면서도 공이 많이 들어간 귀족적인 페이스의 연출이 마크되고 있다. 베이스를 얇게 바른 피부에 잘 밀착된 파운데이션을 얼굴 전체에 고루 펴바르고 브러이셔로 마무리해 실키하면서도 볼륨감 있게 연출해 주는 것이 포인트. 얇은 화운데이션을 겹쳐서 화장이 전혀 두껍지 않으면서도 자연광을 살려내는 화장법이 중시되고 있다.

자연광 피부는 건조해 보이지 않는 매트한 피부에 자연스럽게 윤기를 더하는 것. 말하자면 란제리 같이 매끄러운 실크 패부에 청순함과 섹시함이 공존하는 누드 메이크업이다. 섹시한 매력을 두드러지게 하기 위해서는 음영과 필의 반짝임 등, 다채로운 빛의 움직임을 반영한 광학 소재 컬러도 한몫을 한다. 고급스럽고 매끄러운 피부 표현은 빛나는 립 컬러와 조화를 이루어 환상적이고 신비로운 느낌을 더욱 강조한다.

누드 메이크업 HOW TO

- 1 파우더로 눈가의 칙칙함이나 유분기를 가볍게 커버한 후 볼락을 비롯한 스모키 컬러의 아이 펜슬로 평소보다 두껍게 아이라인을 그린후 번지듯 그라데이션 한다.
- 2 스모키 컬러 아이펜슬로 언더라인의 점막을 채워되 눈꼬리로 갈수록 음영을 주듯 라인을 그린 후 눈꼬리 부분을 기점으로 위아래 라인이 자연스럽게 이어지도록 한다.

Advice

- 1 한가지 톤만 사용해 브러시 대신 손가락으로 피부위에 부드럽게 음영을 주며 번지도록 펴발라준다.
- 2 인위적으로 경계를 구분하기 보다는 약간 미완성인 듯 불규칙한 느낌으로 바를 것.

2018 상반기
대한민국 베스트 화장품
빅 브랜드, 시장 장악력 재확인
색조부문 수입브랜드 강세 여전



화장품 마케팅 신문 CMN과 글로벌 조사 전문기업 칸타월드패널이 2018 상반기 베스트 화장품을 공동 조사 발표했다. 올 상반기 화장품 소비 동향은 대형 브랜드들의 무차별 공세 속에서 색조 브랜드 부문에서의 순위 다툼을 위한 다변화 현상이 두드러지고 있다. 기초 화장품 부문에서는 국내 브랜드에 대한 충성도는 여전하지만, 색조 부문에서의 해외 브랜드의 강세도 만만치 않다. 2018년 상반기 대한민국 베스트 화장품을 알아본다. 에디터 유수연

다우스·아리따움·해피바스·세타필·려·TS삼푸·미장센

CMN-칸타월드패널 대한민국베스트 화장품 공동 조사 발표



KOREA COSMETIC BEST BRAND



MARKET TREND REVIEW

브랜드 충성도·가성비가 시장을 이끈다

상반기 대한민국 화장품을 움직이는 주역은 역시 대형 브랜드. 소비자들의 신뢰와 그에 맞는 가성비와 공약으로 모든 소비자층들의 지지를 받고 있음이 명확히 나타났다. 특히, 오프라인 매장과 온라인몰 고객 정보 및 쇼핑 체험을 융합해 통일된 상품과 서비스를 제공하고 통합 마케팅을 실시하는 업체들의 옴니채널 등이 본격화되면서, 소비 규모는 더욱 확대되고 세분화되고 있다. 온라인과 오프라인 모바일 등 다양한 쇼핑 채널을 유기적으로 연결해 소비자가 어떤 채널을 이용하든 동일한 매장을 이용하는 것처럼 활용되는 유통환경에서 빅브랜드의 시장점유율은 더욱 확대될 것이 전망된다. 광고보다는 입소문을 더 믿는다는 요즘 세대들의 특성으로 인해 홈쇼핑과 온라인을 통한 시장 진입의 성공 사례가 가시화되고 있으며, 특히 메이크업, 색조 분야에서의 브랜드숍 브랜드들이 세어를 넓혀가고 있는 양상을 보이고 있다.

본지-칸타 월드패널 공동조사 2018 상반기 베스트 화장품 어떻게 선정했나?

- **대상 및 방법** : 칸타 월드패널 9,700명
(전국 15~65세 여성 패널리스트)의 화장품 구매 조사
- **조사 기간** : 2018년 1월 1일~2018년 6월 17일까지.

선정 기준

국제적인 신뢰도를 갖춘 다국적 조사 전문기업 칸타월드패널이 제공하는 데이터에 근거했다.

진행 방법

주간 단위로 작성된 칸타 월드패널 다이어리 구매 기록 분석
⇒ 동일 소비자 구매 행위 관련 정보 산출 ⇒ 제품 구매 채널, 구매액 등 집계 ⇒ 유형별 판매액 기준 1위 선정(본인 사용 목적의 직접 구매 결과 + 선물용, 단, 크림과 더마 유형의 경우 모두 '직접구매(선물/사은 제외)' 한 경우만을 기준으로 산출.)

채널 구분

● **전체 채널** : 백화점, 방판, 화장품 전문점, 드럭스토어, 원브랜드숍, 멀티 브랜드숍, TV홈쇼핑, 통신판매, 인터넷 쇼핑몰, 대형 할인마트, 편의점, 슈퍼마켓, 약국 기타 화장품 구매가 가능한 유통 전체 포함.

부문 유형

● **전체** : 기초 토털, 색조 토털
● **아이템 별** : ▲스킨 ▲로션 ▲크림 ▲에센스 ▲한방 ▲더모 ▲자외선 차단제 ▲비비&씨씨 ▲파운데이션 ▲쿠션 ▲파우더 ▲립 메이크업 ▲아이샤도 ▲마스카라 ▲아이라이너 ▲아이브로우 ▲네일 ▲클렌징 ▲팩 ▲바디 세정 ▲바디 보습 ▲샴푸 & 린스 ▲탈모샴푸 ▲염모제.

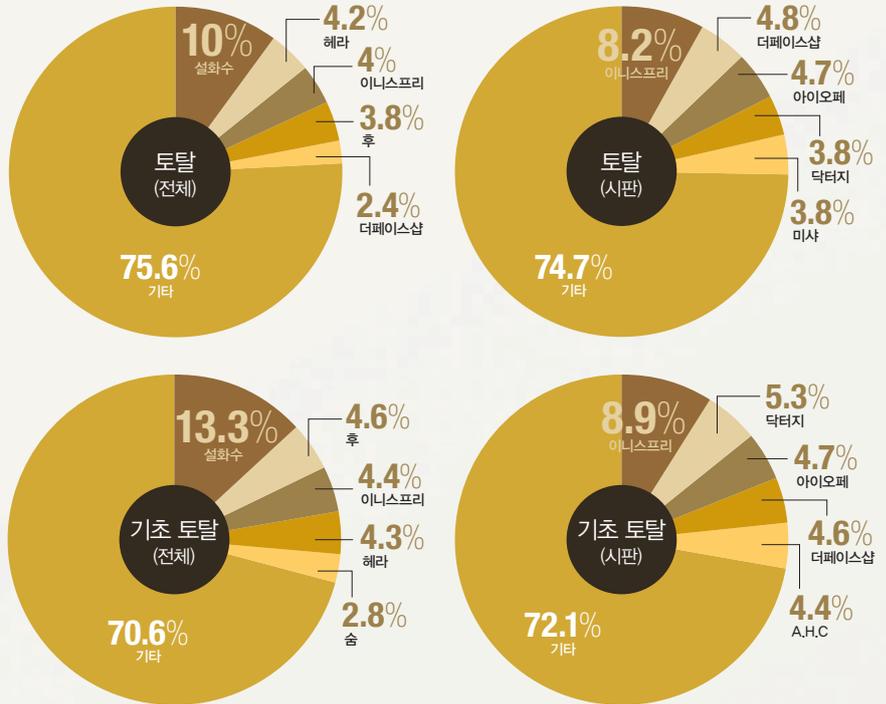
2018 상반기 베스트 (시판 채널)

유형	브랜드
스킨	이니스프리
로션	
크림	
에센스	
클렌징	
팩	
자외선차단제	
한방	수려한
더모	피지오겔
비비/씨씨	미샤
파운데이션	에이지투웨니스
쿠션	아이오페
파우더	이니스프리
립메이크업	페리페라
마스카라	키스미
아이샤도	에뛰드하우스
아이라이너	키스미
아이브로우	이니스프리
네일	아리따움
바디클렌저	해피바스
바디보습	세타필
샴푸/린스	려
탈모샴푸	TS샴푸
염모제	미장센

2018 상반기 베스트 (전체 채널)

유형	브랜드
스킨	설화수
로션	
크림	
에센스	이니스프리
클렌징	
팩	설화수
자외선차단제	헤라
한방	설화수
더모	차앤박
비비/씨씨	미샤
파운데이션	에이지투웨니스
쿠션	헤라
파우더	설화수
립메이크업	맥
마스카라	키스미
아이샤도	에뛰드하우스
아이라이너	키스미
아이브로우	슈에무라
네일	아리따움
바디클렌저	해피바스
바디보습	세타필
샴푸/린스	려
탈모샴푸	TS샴푸
염모제	미장센

2018 상반기 베스트 화장품 톱 5로 본 KOREA COSMETIC MARKET TREND

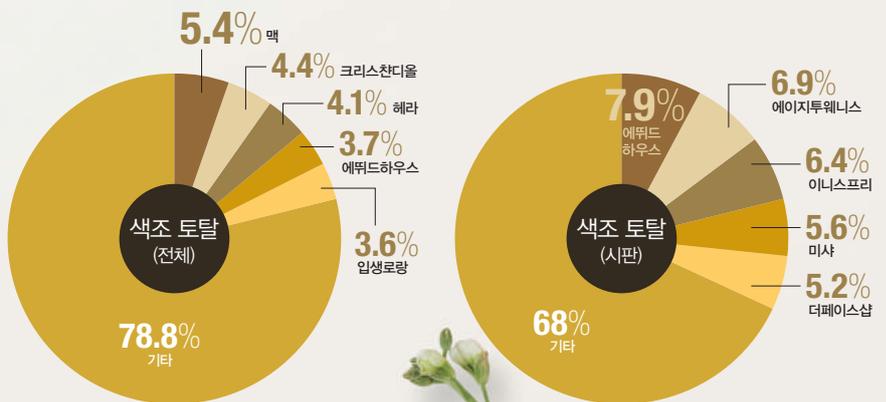


기초부문 천하무적 '기염' 설파수 & 이니스프리 각 부문서 1위

올 상반기 화장품 소비 동향은 대형 브랜드의 초강세속에서 군소 브랜드의 출몰이 두드러지는 군웅할거의 시대의 양상을 보였다. 화장품 전 분야의 시장 세어 부문에서 크게 달라진 점 없이 대형 브랜드들의 공격과 수비가 더욱 가속화되는 양상을 띠고 있다. 토털, 기초 토털, 스킨, 로션, 크림, 에센스, 한방 등 6개 부문에서 1위를 차지하고 있는 설파수가 기초 토털 부문에서 13.3%의 시장규모로 1위를 기록했으나, 이는 한창 각축전을 보이고 있는 후(4.6%)와 이니스프리(4.4%), 헤라(4.3)를 모두 합한 수치와 같이 눈길을 끌고 있다. 그러나 이들 3개 브랜드는 작년 상반기에도 2위와 공동 3위를 차지하는 등, 명실공히 대한민국을 대표하는 톱 5 브랜드들이다.

색조만큼은 '해외 브랜드'? 발색력·컬러 다양성 우세

색조 부문 전체 채널에서는 '맥'이 토털 색조부문 1위, 크리스찬 디올이 그 뒤를 잇는 등, 해외 브랜드의 강세가 이어졌다. 마스크라, 아이라이너는 일본 브랜드인 '키스미'가 강세였고 아이브로우 역시 슈에무라가 두 자릿수 점유율로 시장을 점유했다. 색조부문에서의 수입 브랜드 강세 역시 여전하다. 맥을 위시한 크리스찬 디올, 헤라, 에뛰드하우스, 입생로랑 순으로 부침을 거듭하고 있는 가운데, 브랜드 숨인 에뛰드하우스가 전체 채널 4위를 기록하고 있다. 자유롭게 컬러를 즐길 수 있도록 컬러의 배리어이션을 높인 것이 강세의 주요한 요인으로 꼽히고 있다.



C
C
C
R
E
A
M



부문별 대한민국 베스트 브랜드 5

자연주의 & 헬스 뷰티 강세
수퍼브랜드들의
거침없는 '하이킥'

전체 시장 독점율은 축소진행 중

화장품 마켓
세분화 전문화 다양화 가속
시작된 'New & Hot'의 역습

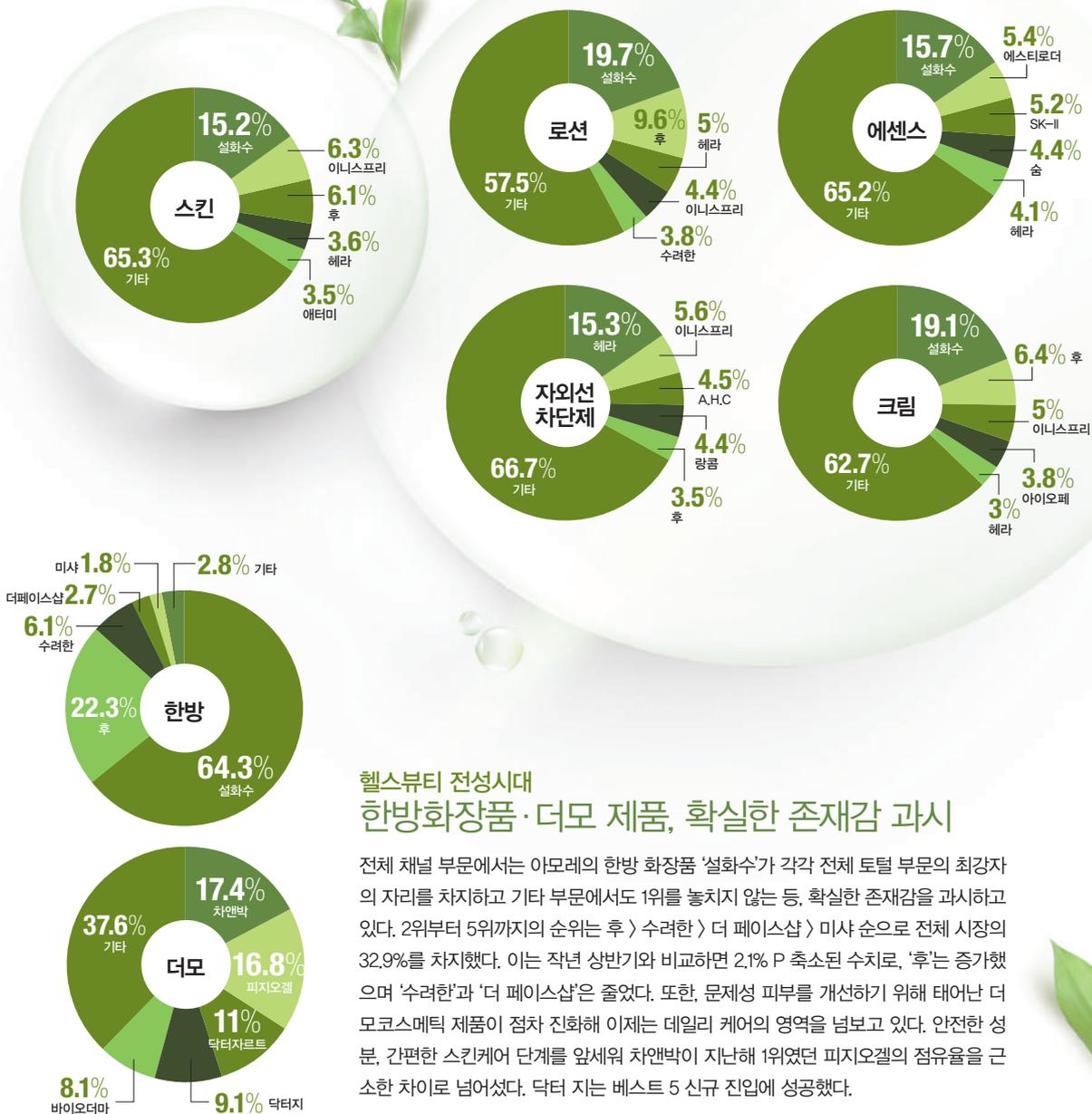


Skin

사용 빈도수·유형 변화 조짐 스킨보다 로션에 더 투자

기초화장에서 주로 한 세트로 사용하는 스킨과 로션의 경우, 스킨보다는 로션 부문의 점유율이 훨씬 높은 것으로 보여, 소비자들의 사용빈도수에 차이가 있음을 알 수 있다. 예를 들어 상반기 전체 채널 스킨 부문과 로션 부문에서 1위를 차지한 설화수의 경우, 로션 부문 점유율은 스킨 부문보다 훨씬 높은 19.7%, 스킨 부문의 시장 점유율이 설화수(15.2%)>이니스프리(6.3%)>후(6.1%) 순이고, 로션 부문은 설화수(19.7%)>후(9.6%)>헤라(5.0%) 순으로, 로션 부문의 시장 점유율이 훨씬 높아 소비자들이 스킨보다 로션에 더 의미를 둔 것으로 분석된다는 것. 이와 관련, 이니스프리는 로션 부문 4.4%로 4위였다. 5위 애터미(3.9%)를 포함한 로션 톱 5 브랜드의 점유율은 총 42.5%였다. 이는 스킨 부문 톱 5의 34.4%의 규모보다 7.8% 앞서는 수치다.

〈전체 채널〉



헬스뷰티 전성시대 한방화장품·더모 제품, 확실한 존재감 과시

전체 채널 부문에서는 아모레의 한방 화장품 '설화수'가 각각 전체 토털 부문의 최강자의 자리를 차지하고 기타 부문에서도 1위를 놓치지 않는 등, 확실한 존재감을 과시하고 있다. 2위부터 5위까지의 순위는 후 > 수려한 > 더 페이스샵 > 미샤 순으로 전체 시장의 32.9%를 차지했다. 이는 작년 상반기와 비교하면 2.1% P 축소된 수치로, '후'는 증가했으며 '수려한'과 '더 페이스샵'은 줄었다. 또한, 문제성 피부를 개선하기 위해 태어난 더모 코스메틱 제품이 점차 진화해 이제는 데일리 케어의 영역을 넘보고 있다. 안전한 성분, 간편한 스킨케어 단계를 앞세워 차안박이 지난해 1위였던 피시오겔의 점유율을 근소한 차이로 넘어섰다. 닥터 지는 베스트 5 신규 진입에 성공했다.



2018 상반기 대한민국 베스트 화장품 소비자가 사랑한 슈퍼셀러

시판 베스트 : 기초 토털·스킨·로션·에센스·크림
파우더·자외선 차단제·팩·클렌징·아이브로우

이니스프리

피부에 친절한 '제주 천연원료'
기초 토털 포함 10개 부문서
시판채널 연속 1위

2018 상반기 시판부문 대한민국 베스트셀러 대상은 자연주의를 콘셉트로 제주의 천연 원료를 활용한 다양한 제품을 내놓은 이니스프리에 돌아갔다. 제주 원료 생녹차수 사용을 중심으로 유수분의 밸런스를 맞춰주는 등, 피부에 친화력이 뛰어난 제품들로 무려 기초 토털·스킨·로션·에센스·크림·파우더·자외선 차단제·팩·클렌징·아이브로우 10개 부문에서 1위를 차지했다. 명실공히 기초부문의 최강자의 자리를 연속 차지한 것. 이니스프리는 2008년 제주 녹차를 활용한 '그린티 퓨어' 라인을 처음 선보인 후 녹차, 미역, 화산송이, 감귤, 푸른 콩, 유채꽃, 동백, 비자, 꽃자왈 피톤치드, 청보리, 풋감, 제주 한란, 제주 탄산 온천수, 제주 용암해수, 제주조릿대, 꽃송이버섯, 생강 등 총 17가지 제주 원료를 화장품으로 재탄생시킨 자연주의 브랜드다.



그린티 씨드 세럼
더블 스퀴즈 추출법으로 부드러운 그린티 생엽의 영양성분을 그대로 짜낸 생녹차수 2.0™, 근본부터 새로워진 생녹차수를 사용한 수분영양세럼.



비자 시카 스킨
글리세린, 스쿠알란, 판테놀 등을 함유해 피부 속과 겉은 유수분 밸런스를 일정하게 맞춰 건조로 인해 발생하는 트러블을 케어해 주는 제품. 속 건조가 느껴질 때 여러 번 겹쳐 사용하기 좋다.



그린티 밸런싱 로션
16가지 아미노산이 기존 대비 3.5배 고농축 된 '뷰티 그린티' 성분이 말라버린 피부의 수분 길을 열어 촉촉하고 맑은 피부로 바꿔주는 수분 로션. 부드럽고 끈적임 없는 텍스처가 특징.



마이 메이크업 클렌저-미셀라 오일 워터
미셀라 워터에 오일 드롭층을 더한 이중의 분리 구조로 클렌징 워터의 산뜻함과 클렌징 오일의 세정력의 장점을 갖췄다. 눈물에 가까운 중성 pH로 찬한 눈가 메이크업도 눈물 없이 순하고 부드럽게 클렌징할 수 있다.



수퍼푸드 블루베리 리밸런싱 워터리 선크림 SPF37 PA++++ -9
물방울이 터지는 듯한 풍부한 수분감의 물리적 자외선 차단제. '워터 스프래쉬'라고 불리는 워터리 한 신제형. 피부에 닿았을 때 끈적임이나 답답한 느낌 없이 쿨링감을 선사하는 신개념 무기자차 선크림.



수퍼 화산송이 모공 마스크 2X
이니스프리의 베스트셀러인 모공 마스크가 한 차원 더 업그레이드된 10 in 1 클레이 마스크. 기존 제주 화산송이™ 원료 대비 2배 더 강력해진 피지 흡착력의 제주 화산송이 스피어™를 함유했다.



더마 포뮬러 토닝 세럼
제주 푸른 콩 히알루론산과 다섯 가지 비타민 유도체가 피부의 수분 길을 열어주는 세럼. 수분 길을 따라 수분 캡슐이 톡톡 터지며 티 없이 빛나는 광채를 피부에 부여하고, 오래도록 촉촉함을 유지시켜 준다.



한란 인리치드 크림
기존보다 더 고농축 된 안티에이징 유효 성분 오키멜릭서 2.0™을 함유한 고탄력 안티에이징 크림. 탄력, 주름, 피부톤, 건조, 모공까지 한 번에 케어해준다.



노세범 미네랄 파우더 -12
'국민 파우더,' '세범'이라는 애칭으로 불릴 정도로 여성들에게 인기가 높은 기름종이 파우더. 얼굴의 유분을 잡아주는 용도뿐만 아니라 드라이샴푸, 프라이머, 데오도란트 등 멀티 용도로 활용할 수 있는 스티디 셀러.

납작 아이브로우 펜슬
넓은 타원형 심이 있는 납작 펜슬로 넓은 면적과 섬세한 라인을 동시에 그릴 수 있는 아이브로우. 부드러운 터치감으로 눈 주위 자극 없이 자연스러운 윤곽을 표현할 수 있다.

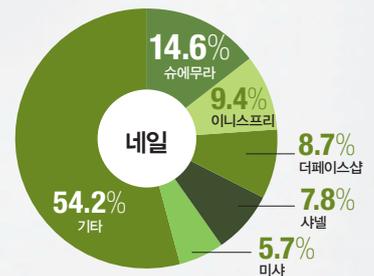
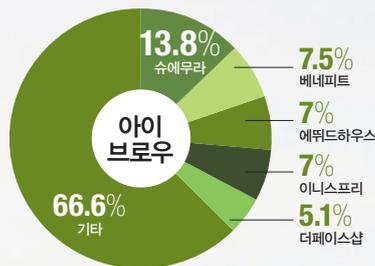
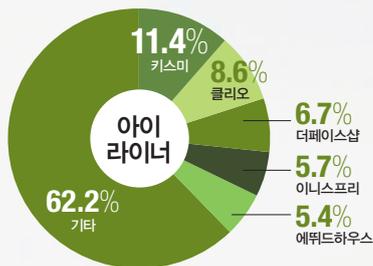
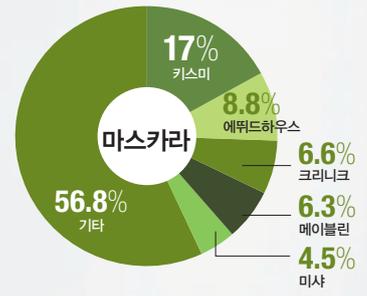
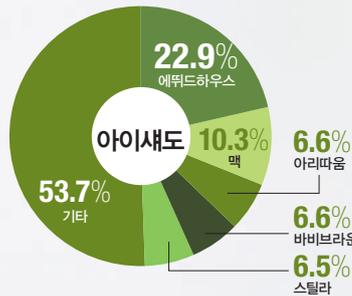
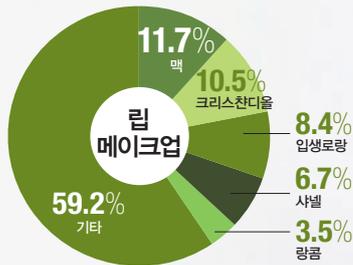
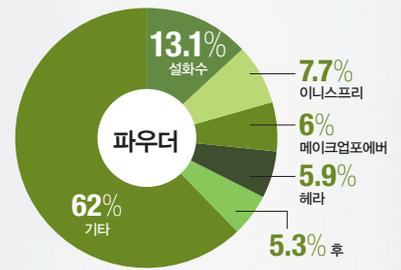
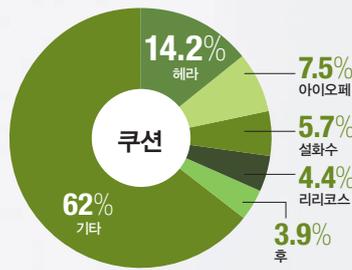
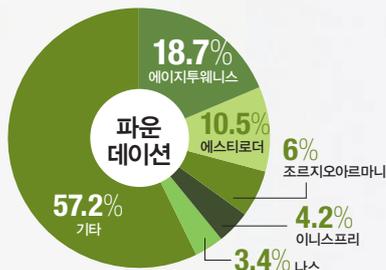
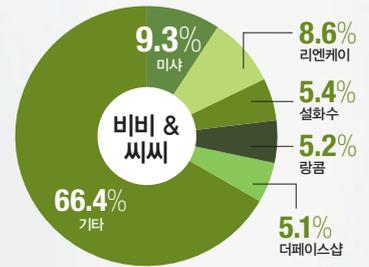
Make up

립스틱 부문 해외 브랜드 초강세 색조시판, 브랜드숍들의 역습

전체적으로 수입 브랜드가 강세를 보인 가운데 브랜드숍 브랜드들이 각축을 벌인 구도로 분석됐다. 1-2위를 차지한 로레알코리아의 슈에무라와 LVMH 코스메틱스의 베네피트의 두 브랜드의 점유율만 21.3%였다. 국내 브랜드숍 브랜드인 에뛰드하우스, 이니스프리, 더페이스샵의 점유율은 19.1%이었으며, 전체 톱 5 브랜드 점유율의 40.4%를 차지한 수치다. 색조화장품 분야에서는 특별하게 선호하는 브랜드의 성향을 뚜렷하게 나타냈다. 특히 립 메이크업 부문에서의 수입 브랜드의 강세는 확연하다. 맥(11.7%), 크리스찬디올 (10.5), 입생로랑(8.4), 샤넬(6.7), 랑콤(3.5%)이 차지하여 전체 시장의 40.8%를 차지하는 기업을 토했다. 반면 아이섀도 부문에서는 에뛰드 하우스가 전체 채널과 시판 부문 모두 1위를 차지하는 등 가성비 높은 국내 색조 화장을 찾는 소비자들의 경향을 나타냈다. 아이섀도우 부문에서는 아리따움과, 미샤, 더 페이스샵의 활약이 두드러진다. 마스카라와 아이라이너 부문에서는 일본 브랜드인 '키스미'의 전체 채널, 시판 채널 동시 1위를 차지하는 기업을 토했다. 그 뒤를 에뛰드하우스와 클리오 등 국내 브랜드들이 바짝 추격하고 있지만, 키스미의 약진이 두드러지고 있다.



〈전체 채널〉





2018 상반기 대한민국 베스트 화장품 소비자가 사랑한 슈퍼셀러

시판 베스트 : 파운데이션

AGE 20's

파운데이션 시장의 '답. 정. 너'
홈쇼핑서 오프라인까지
소비층 전연령 흡수 '모녀 팩트'로도 입소문

상반기 대한민국 베스트 화장품 파운데이션 부문에서 3년 연속 1위를 차지한 애경 AGE 20's. 2위부터 5위까지 점유율을 합친 것보다 훨씬 높은 32.2%의 시장점유율을 기록, 국내 파운데이션 시장의 '답정너'의 자리를 과시했다.

특히, AGE 20's의 대표 제품인 에센스 커버 팩트는 탁월한 기능성을 가미한 뛰어난 제품력으로 2013년 홈쇼핑에서 오프라인까지 진출하여 '인생 팩트', '모녀 팩트', '완판 팩트' 등 수많은 애칭을 얻으며 '에센스 팩트'라는 카테고리를 탄생시킨 슈퍼 베스트셀러 제품이다.

특히 사용 연령의 폭이 넓다. 또한, 에센스 성분이 다량 함유돼 촉촉하면서도 커버력이 우수한 고체형 파운데이션으로, 사용도 간편해 연령대와 상관없이 사용할 수 있다 해서 모녀가 함께 쓰는 팩트, 모델 견미리의 이름을 따서 견미리 팩트로도 입소문이 났다. 견미리 팩트는 대부분의 홈쇼핑에서 10위 안에 이름을 올리는 베스트브랜드이다.

독자적인 '에센스 포켓 기술'로 고체 파운데이션 안에 수분 에센스가 함유된 차별화된 제형에 촉촉함과 커버력을 모두 갖춘 제품력이 소비층 전 연령의 마음을 단번에 사로잡은 비결로 꼽힌다. 탁월한 가성비에도 다른 제품을 사용했다 다시 돌아온다는 의미의 '부메랑 팩트'라는 애칭까지 추가하며, 대한민국 파운데이션 베스트 브랜드의 자리를 굳혔다.

1. AGE 20's의 대표 제품인 에센스 커버 팩트는 연령대와 상관없이 사용할 수 있다 해서 모녀가 함께 쓰는 팩트, 모델 견미리의 이름을 따서 견미리 팩트로도 입소문이 나기도 했다.

2. 독자적인 '에센스 포켓 기술'로 고체 파운데이션 안에 수분 에센스가 함유된 AGE 20's 에센스 커버 팩트. 탁월한 가성비에도 다른 제품을 사용했다 다시 돌아온다는 의미의 '부메랑 팩트'라는 애칭까지 추가하며, 대한민국 파운데이션 베스트 브랜드의 자리를 굳혔다.





에뛰드하우스 모델 레드벨벳 아이리



2018 상반기 대한민국 베스트 화장품 소비자 사랑한 슈퍼셀러

시판 베스트 : 색조 토털·아이샤도·마스카라

에뛰드하우스

톡톡 튀는 K-BEAUTY Play Color 스위트 에너지에 SNS세대 열광

K-뷰티 트렌드를 이끄는 메이크업 브랜드 에뛰드 하우스는 색조 토털 아이샤도 마스카라 등에서 종합 1위를 차지했다. 트렌디하고 톡톡 튀는 아이디어로 뷰티 마니아는 물론, 화장을 좋아하는 여성들의 즐거운 화장 놀이 문화를 전파에도 한 역할을 하고 있다. 특히 에뛰드 하우스의 주요 고객들인 SNS에 익숙한 세대와의 커뮤니케이션에 적극적인 만큼 국내를 포함해 진출한 전역의 국가에서 페이스북과 인스타그램을 통해 수십만 명의 팬들과 브랜드와 제품, 메이크업에 대해 활발한 소통을 하고 있어 향후 확대세가 주목되고 있다.



2018년
베스트
색조 제품

에뛰드하우스 플레이 컬러 아이즈 부드럽고 밀착력이 우수한 베이스로 뭉침과 가루 날림 없이 오랜 시간 선명한 발색과 팔감이 우수한 10가지 컬러 구성의 아이샤도 팔레트



에뛰드하우스 플레이 컬러 멀티 팔레트 11색의 컬러 구성으로 아이와 체크 메이크업을 한 번에 완성할 수 있는 멀티 팔레트



더블 래스팅 파운데이션 & 더블 래스팅 세럼 파운데이션 단 한 번의 터치로도 더블 커버 효과를 부여해 결점 없이 깨끗한 피부를 완성해주고, 자석처럼 피부 굴곡을 따라 얇고 빠르게 밀착되어 무너짐 없이 24시간 동안 처음 화장을 유지해주는 파운데이션. 기존 베스트셀러 제품인 '더블 래스팅 파운데이션'에서 촉촉함을 더해 피부 안팎으로 맑고 투명한 윤기를 전해주는 건조한 가을, 겨울에도 부담 없이 사용 가능하다.

매트 시크 립라커

에뛰드하우스의 '매트 시크 립라커'는 풍부한 컬러 피그먼트가 입술에 얇고 고르게 퍼져 번들거림 없이 매트하고 시크한 립 메이크업을 완성할 수 있는 제품. 빠르게 스며드는 퀵 픽싱 오일로 입술에 얇은 픽싱 막을 씌워 컬러가 쉽게 묻어나지 않는다. 매트한 립 제품을 사용할 때 흔히 느낄 수 있는 건조함과 뻣뻣한 사용감을 최소화하고 입술에 착 감기는 밀착감과 보습력은 강화하여 출시됐다.



Life

생활용품, 국민 브랜드 위상 굳건 New & Good 약진 두드러져

브랜드 충성도가 가장 많이 좌우하는 기초용품에서는 국민 브랜드들의 순위 다툼이 거의 의미가 없다고 할 정도로 굳건한 위상을 과시하고 있다. 트렌드보다는 매일 쓰는 일상용품으로서의 신뢰감이 더욱 중요한 부문으로 대형 브랜드들이 강세를 보이고 있기 때문. 바디 세정 분야에서는 해피바스가, 바디 보습 분야에서는 세타필, 부동의 전체 채널 1위를 차지하여 국민 브랜드로서의 기염을 토했다. 샴푸 & 린스 분야에서는 한방 제품 등 탈모 예방 등, 특화된 기능성 샴푸에 대한 수요 급증으로 인해 TS와 닥터 그루트 등이 새롭게 도약하고 있는 모습을 보이고 있다. 염모제 부문은 젊은 층들의 멋내기 염색부문과 새지 염색의 컬러의 다양화와 함께 패션성을 부각하고 홍보활동을 한 미장센이 단연 1위 자리를 고수하고 있으며, 그 뒤를 리엔, 그리고 순수더 살롱컬러와 퀴즈헤나 등이 새롭게 베스트 5 순위 안으로 들어왔다.

〈전체 채널〉





**2018 상반기 대한민국 베스트 화장품
소비자가 사랑한 슈퍼셀러**

시판 베스트 : 바디 보습

세타필

70년 피부 건강 과학, 통했다
구매 후기와 입소문만으로 슈퍼 베스트셀러

피부 전문 제약기업 갈더마코리아의 저자극 보습 케어 전문 브랜드 '세타필 (Cetaphil)'은 '2018 상반기 대한민국 베스트 화장품' 바디 보습 부문 1위에 선정되며 다시 한번 바디 보습 분야의 넘버원 브랜드로서의 기쁨을 토했다. 수많은 바디 보습 제품들이 생겨나고 사라지는 가운데 올해에도 경쟁 제품들과 격차를 보이며 동일 분야에서 1위 자리를 수성해 온 것. 화려한 광고와 모델도 없이 소비자들의 제품력에 대한 신뢰를 바탕으로 한 구매 후기와 입소문만으로 슈퍼셀러 반열에 올랐다. 병의원, 피부과, 약국 판매 중심의 유통 채널을 넘어서 대형 할인 마트와 각종 온라인 채널, H&B스토어까지 발을 넓혔다.

국내에서 세타필을 바디 보습 넘버원 브랜드의 반열에 오르게 한 주역인 '세타필 모이스춰라이징 로션'과 '세타필 모이스춰라이징 크림'은 70년이 넘는 시간 동안 세계인의 피부 건강을 연구해 온 세타필의 연구 결과가 집약된 보습 포물러다. 더욱 가벼워진 텍스처가 뛰어난 발림성과 흡수력으로 피부에 깊고 빠른 보습 효과를 선사해 피부를 부드럽고 촉촉하게 가꿔준다. 피부 자극을 최소한으로 줄이기 위해 향료 성분을 배제했으며, 면포를 유발하지 않아 얼굴을 포함한 전신에 사용 가능한 것이 특징. 최근 피부에 자극을 주지 않는 건강한 클렌징, 보습 클렌징에 대한 관심이 대두되면서 '세타필 클렌저'에 대한 관심도 증가하고 있다.

더욱 가벼워진 텍스처로 뛰어난 발림성과 흡수력은 물론 피부 자극을 최소한으로 줄이기 위해 향료 성분까지 배제한 세타필 모이스춰라이징 로션 & 세타필 모이스춰라이징 크림.



시판 베스트 : 탈모

TS샴푸

두피 고민 해결에 도전, 하루 매출 30억 기록
자연 유래 성분 추가 업그레이드 '초미관심'

TS트리리온의 TS샴푸가 '2018 상반기 대한민국 베스트 화장품' 탈모샴푸 부문 1위에 선정되며 타의 추종을 불허하는 탈모샴푸 브랜드에 올랐다. 특히 최근 출시한 올뉴플러스 TS샴푸는 상반기 매출 상승의 견인차 역할을 했다. GS홈쇼핑 첫 방송에서 총 3만 8,000 세트를 판매해 8월 12일 하루 매출액만 30억 원을 달성했으며, CJ홈쇼핑 첫 방송에서는 2만 9,000세트를 완판해 하루 매출액 20억 원을 달성하기도 했다. 이런 판매 호조를 기반으로 현대홈쇼핑에서도 TS샴푸를 론칭했다. 올뉴플러스 TS샴푸는 자연 유래 성분 32가지와 단백질 성분 4가지를 함유했으며, 라벤더 오일과 로즈메리 잎 오일, 유칼립투스잎 오일을 추가해 산뜻한 향과 청량감을 더했다. 기존 올뉴 TS샴푸보다 12가지 새로운 자연 유래 성분이 추가됐다.

여세를 몰아, TS샴푸는 배우 차인표, 송지효에 이어 배우 이장우를 새로운 모델로 발탁해 젊은 층 소비자를 겨냥, 국내외 중화권, 해외에서 온라인 모델로 본격 활동을 진행할 예정이다.



Demand

여름에 염색과 파마를 반복해서 그런지, 머리카락이 가늘어지고, 드디어 하나둘씩 낙엽처럼 빠져나가고 있어요. ㅠㅠ

Solution

여름의 뜨거운 햇살에 시달린 모발은 기본적인 케어는 물론, 모발과 두피 깊숙한 곳까지 보습과 영양을 줘야 해요. 인삼에 유익균을 제품은 모발에 영양은 물론 수분을 되찾아주어, 머리카락이 빠져나가는 것을 막아줘요.

How to get coveted hair

찰랑찰랑 탐스러운 가을 머릿결의 비밀

꿀처럼 촉촉하고 건강하고 탄력 있는 머릿결은 아름다움의 상징이자, 건강의 척도. 우아한 펌이나 염색으로 분위기와 스타일도 마구마구 바꾸고 싶은 계절, 푸석푸석 손상되어 속절없이 빠져나가는 머리카락에 걱정이 이만저만이 아니다. 청명하게 빛나는 햇살아래서도 풍성하게 존재감을 드러내는 탐스러운 머릿결의 비밀.

발효로 인삼의 영양을 빈틈없이 전하다! 려(呂), '생발효 인삼 샴푸' 출시

아모레퍼시픽 한방 프리미엄 샴푸 브랜드 려(呂)는 인삼에 유익균을 넣어 생생하게 발효시켜 모발과 두피에 풍부한 영양을 효과적으로 전달해주는 '생발효 인삼 샴푸'를 새롭게 선보였다. 발효 인삼성분으로 두피 장벽 강화는 물론, 진센 엑스 기술을 적용하여 탈모 증상을 케어 한다.

●생발효 인삼 샴푸

려만의 엄선된 9가지 균주 조합을 37도에서 216시간 동안 발효 숙성, 최적의 발효 조건을 거쳐 두피와 모발에 좋은 유효성분을 담아낸 려 자임™ 발효를 적용했다. 이 발효 과정에서 영양 성분이 저분화되면서 두피와 모발에 더욱 효과적으로 전달되고 두피 장벽을 강화하여 외부 스트레스로부터 두피를 방어한다.

저온에서 장시간 발효된 인삼 성분이 담긴 제형으로 잔여 감 없이 깔끔한 클렌징은 물론 두피와 모발에 밀착감 있게 감기는 거품으로 두피 각질 및 과다 피지 케어가 가능하다. 또한 아로마틱 허벌 계열의 향으로 세련되고 유니크한 프리미엄 인삼향이 고급스럽다.

성분 ▶	발효 인삼	+
	영지버섯 추출물	+
	황금추출물	+
	진센 엑스(GinsenEX™) 기술	

발효 인삼 외에도 두피 모발에 영양을 공급하는 영지버섯 추출물, 두피에 탄력을 주는 황금추출물이 들어 있어, 모발이 자라는 토양부터 튼튼하게 케어해 준다. 또한, 귀한 한방 성분과 수년간 연구 개발된 아모레퍼시픽의 독자적인 탈모 증상 케어 기술인 진센엑스(GinsenEX™) 기술이 적용됐다.

●진센엑스(GinsenEX™) 기술이란?

아모레 퍼시픽의 독자적 탈모 증상 케어 기술로 모근 강화 및 보호 기능과 함께, 두피에 영양을 공급하여 탈모 증상까지 토달 케어가 가능하다. 7無 처방 및 민감 패널 대상 두피 테스트를 실시하여 편안한 저자극 두피케어가 가능한 점이 특징이다.

▶7無 : 실리콘 오일, 동물성 원료, 광물유, 합성색소, 트리에탄올아민, 이미다졸리디닐우레아, 폴리리크릴아마이드 성분을 함유하지 않은 것을 의미한다.



■ 용량/가격 : 400ml / 39,500원



피부는 투자한 만큼 얻는 것이라고 해도 과언이 아니다. 고기능의 기기를 사용하고, 편리하게 서비스를 해주는 전문샵은 피부 관리에 대한 만족도도 높여주지만 스트레스도 말끔하게 해소해 줄 수 있다. 그러나 여러 사람들이 같은 도구를 이용해 관리를 받는다는 것에 대해서 민감한 반응을 일으키거나 심지어는 피부 질환 및 세균 감염을 호소하는 사람들도 늘고 있는 요즘, 스스로의 문제점을 스스로 파악하고 개선할 수 있기 위한 Q&A.



Daily Skin Care time!

셀프 뷰티에 대한 Q&A

여름 내내 혹사당한 피부가 반란을 일으키는 계절, 따가운 햇살에 노출되었던 피부들이 날씨가 건조해지면서 여기저기 시위에 나섰다. 각질과 여드름, 각종 트러블로 시달리는 피부를 위해 어떤 방법으로든 결단을 내려야 한다. 굳이 피부 관리실이 아니라도 매일매일 에스테틱 샵에서 받는 것만큼 예뻐질 수 있을까?

“ 집에서 에스테틱이 가능하다고?
조금만 부지런하면 못 이룰 꿈은 아니다.”

Q1 조금만 건조해지면 바짝바짝 마르는 입술이 고민이에요. 바셀린이나 글리세린 등을 자주 찾게 되는데, 모처럼 공들였던 립스틱도 다 지워지는 등 악순환이 계속돼요.

A 입술에 침을 바른다고 촉촉해지거나 각질이 없어질 수 없어요. 사용하고 있는 크림을 이용해 각질을 잠재우고 수분과 영양을 미리미리 공급해 주면 좋아요. 바셀린이나 글리세린 같은 것을 그냥 발라주는 사람들도 있는데 입술도 이제 전용 제품으로 케어해 주세요. 천연제품으로 관리를 할 수 있다면 스팀 타월로 입술에 대고 각질을 충분히 볼러 준 다음 흑설탕과 크림을 1:1로 섞어 발라주고 입술을 살살 문질러 주세요.



Q3 바람이 불기 시작하면 거칠거칠 잘 트는 악성 건조 피부예요. 뭘 발라도 곱도는 것 같은 느낌인데 어떻게 관리를 해야 할까요.

A 피부가 유달리 거칠거칠하고 건조하게 느껴지는 날에는 시중에 판매하는 마스크용 시트지에 수분 크림을 듬뿍 발라 팩을 해 보면 좋아요. 수분 크림을 그냥 피부에 바를 때와는 달리 오랫동안 수분도 유지될 뿐 아니라 흡수도 훨씬 잘되는 효과가 있어요. 특히 메마르기 쉬운 환절기에 활용하면 피부 수분 보유력이 높아지는 특징이 있죠. 또한 매끄럽고 윤이 나던 피부결이었는데, 어느 날 거칠게 느껴지기 시작했다면 스페셜 케어가 필요한 시점이에요. 이때 크림에 오일을 한방울 섞어 부드럽게 마사지하듯 바르면 페이스 오일이 피부에 보습 막을 만들어 주어 촉촉함이 오래 유지되는 것은 물론 피부에 윤기와 활력이 더해져 한결 더 건강해 보여요.

Q2 전문 관리실에서 하고 싶지만, 비용이나 시간 면에서 각질 제거 정도는 집에서 하고 싶은데, 안전할까요?

A 시중에 판매 중인 필링 제품의 80% 정도는 집에서 사용해도 큰 위험이 없는 AHA 10% 이하의 제품들이에요. 농도가 높을수록 효과가 좋다는 인식 때문에 최근에는 10% 이상의 고농도 제품들의 판매도 늘었지만, 피부과 의사들은 필링 가이드라인을 통해 집에서 필링제를 사용할 때는 AHA %~10% 이하의 제품 사용을 권고하고 있어요. 각질 제거는 '관리'가 중요해요. 약초필링 같은 강한 각질 제거 후에는 피부를 보호하던 방어막도 없어져 빨갱게 변하고 나중에는 까맣게 올라오거든요. 따라서 필링을 한 후에는 충분한 보습으로 피부를 안정시켜주고 곧바로 외출할 때에는 선크림을 발라주는 등, 사후관리에 더욱 신경을 써주세요.

Q4 다이어트에 스트레스 받고 있어요. 슬리밍 제품을 사용해 보고 싶은데, 정말 살이 빠지나요?

A 슬리밍 제품은 피부결을 비롯해서 근육의 상태에 정돈해 주어 탄탄하게 보이는 효과가 있는 제품이에요. 통 허리가 개미허리가 되는 효과라기보다는 좀 더 탄력 있고 유연해지게 하는 것이 포인트죠. 따라서 슬리밍 제품들은 평소에 자신의 몸에 대한 관심을 갖고 습관의 개선과 함께 사용하면 보다 더 효과를 볼 수 있는 제품이에요. 예를 들어 잘 붓고 퍼지는 종아리는 샤워 시 아래에서 위로 마사지해주는 습관을 갖고, 시간 날 때마다 다리를 V자로 편 후 의자에 앉은 상태로 발끝 부분에 손이 닿도록 스트레칭해주면서 슬리밍 제품을 사용하면, 몸이 가뿐해지는 효과를 얻을 수 있어요. 아무것도 안 하고 제품만 바르다고 단숨에 살이 빠지거나 예뻐진다는 생각은 옳지 않아요.

Q5

트러블이 자주 일어나는 피부인데, 집에서 셀프케어가 가능할까요?

A 트러블이 어느 정도의 트러블인지는 알 수 없지만, 무언가를 발라서 민감하게 반응하는 피부라면 자신이 더욱 잘 알고 있지 않을까요? 일상적 관리가 아닌, 어떤 목표를 달성하기 위한 목표 지향적 관리를 할 때는 피부의 특징 및 고민 분야에 대해 정확하게 파악한 후 시행하는 것이 필요해요. 자신이 특수 피부라고 생각하면 전문가에 맡기는 쪽이 오히려 더 돈도 아끼고 효과적이 아닐까요?



Q7

피부 자체에 탄력이 떨어진 데다 모공이 넓어서 칙칙해 보여요. 데일리 케어를 알려주세요.

A 체계적이고 꾸준히 관리를 받아야 하는 피부인 만큼, 자신의 의지가 어느 정도인가에 따라서 다르다고 생각해요. 그러나 아침저녁 스킨케어 사용 후 보습 전용 에센스와 리프팅 크림으로 케어해 주는 습관부터 시작하는 것은 어떨까요? 피부 모양을 결정하는 콜라겐이나 엘라스틴을 강화해 주는 성분이 함유된 탄력 전용 제품도 좋아요. 피부가 거칠다면 울무팩을 이용하고, 화장품은 문지리지 말고 두드려 흡수시켜주세요. 기초화장 후 양 손바닥을 볼에 대고 힘 있게 눌러 혈액 순환운동을 하면 피부 붉어짐을 예방할 수 있어요.

Q9

요즘에는 피부관리를 위한 편리한 디바이스들이 많이 나오는데, 그냥 손으로 마사지를 하는 것과 많은 차이가 나나요?

A 피부에 어떤 기계나 기구를 사용하여 관리하는 것은 전문 병원이나 에스테틱의 영역일 경우가 더 많지만, 보다 영양이 잘 흡수되고 손으로 하는 것보다 청결하다는 장점이 있죠. 그러나 스킨케어 전문가들은 크림 하나를 발라도 원가 다르다고 하잖아요. 손의 온도와 롤링을 하는 강도, 그리고 피부 굴곡에 따른 각도 등의 섬세함에 있어서는 손을 따라갈 수 없다는 의견들이 많아요. 그래도 최근의 제품들은 효과면에서 거의 차이가 없거나 더욱 효과가 있다는 말들도 있으니 개인적인 취향에 따라 다른 거 아닐까요?

Q6

유기농 제품의 적정 사용기간은 얼마나 되나요?

A 화장품의 적정 사용기간은 개봉 후를 기준으로 대부분 2년 정도라고 해요. 이는 방부제 성분을 함유하고 있기에 오랜 기간 사용해도 화장품의 변질을 막을 수 있는 시간이기도 해요. 따라서 피부 트러블이 일어나는 사람은 화학 성분이 함유된 제품은 사용하지 않는 것이 좋아요. 유기농 화장품의 유통기한은 보통 개봉 후 6개월에서 짧을 경우 3개월인 제품도 있어요. 유통기간이 짧다는 것은 그만큼 천연 원료 함유량이 많다는 증거가 되니 참조하세요. 피부가 민감하고 알레르기가 있는 사람들이라면 파라벤 계면활성제, 실리콘, 합성색소 방부제 등 합성 원료가 함유되지 않은 천연 유기농 제품을 선택하는 것이 지혜로운 방법이에요.

Q8

전문샵에서 스킨케어를 할 때 브러시를 사용하는데, 평상시 사용해 보면 어떤 장점이 있을까요?

A 물론이죠. 메이크업이 아닌 스킨케어에도 브러시를 사용하죠. 피부 에너지가 떨어져 스킨케어 흡수력이 떨어진 상태라면 손의 열기를 이용해 바르던 크림의 온도만 올라가 텁텁하게 느껴지고 손을 대면될수록 흡수되지는 않고 걸돌 수가 있어요. 이럴 때 파운데이션을 바를 때 사용하는 납작한 브러시에 크림을 묻혀 피부 결을 따라 발라주면 밀림 없이 일정한 두께로 고르게 발리는 것은 물론 피부도 한결 촉촉해지는 효과가 있어서 많이 사용하죠.

Q10

여드름 피부라서 화학제품 말고, 천연제품으로 케어 하고 싶은데, 전부 유기농으로 써야 할까요?

A 피지 분비가 과다해서 쉽게 얼굴이 번들거리거나 뽀루지가 생기는 여드름 피부의 경우에는 피부 청결에 가장 신경을 많이 써야 합니다. 아무리 좋은 화장품을 발라도 세균에 자주 노출되거나 지지부한 환경에서는 여드름이 더욱더 성하게 되니까 그 점을 가장 신경 써서 정리해주세요. 클렌징만큼은 안티 박테리아 클렌저 등으로 부드럽게 세안해 준 후 화장 솜에 약간의 알코올이 함유된 저 자극 토너를 묻혀 피부결을 잘 정돈해 주는 것이 포인트. 세안만으로 제거되지 않는 피부 속 노폐물을 제거하려면 얼굴에 스팀을 쏘여 모공을 열고 피지 흡수력이 뛰어난 쌀겨, 머드, 녹두 등이 함유된 천연 팩으로 사용해 주는 것이 좋아요.



가을 미백에 대한 알.쓸.신.잡!

Seasonless Whitening

가을인데, '자외선 차단'이 필요하다고?

이목구비는 평범해도 피부가 흰 사람은 미인의 절대 필요조건을 충족한다. 미백 기능 이외에 톤업 베이스로 사용할 수 있는 제품까지 화이트닝 제품이 절정기를 맞고 있는 요즘, 새삼스럽게 자외선 차단제를 바를 필요가 있을까? 그러나 자외선 차단에 대한 필요성은 오존층 파괴라는 지구 환경문제 등으로 인해 이전보다 훨씬 더 필요한 머스트 아이টে็ม으로 부각되고 있다. 가을에도 자외선으로부터 피부를 보호하는 것은 미백 케어의 기본이다

UV에 대한 오해와 진실

잔서와 함께, 관심이 사라져 가는 자외선 차단제. 그러나 Stop! 어느새 일 년 내내 머스트 해브가 되어버린 차단제와 화이트닝에 대한 오해와 진실.

1 UV 차단제는 여름에만 사용한다 (X)

한여름에는 물론이고, 자외선이 다소 약하게 느껴지는 가을이 오히려 자외선이 더 강할 수 있다. 특히 자외선이 가장 먼저 닿는 눈 밑 광대뼈 부분과 입술 등에 더욱 신경 써줘야 한다.

2 UV는 시력에도 영향을 미친다 (O)

자외선은 시력약화에도 영향을 미치지만 눈동자가 착착해지는 등 나이가 들어 보이게도 한다. 환절기 자외선은 의외로 강하므로, UV컷 안경이나 선글라스, 눈약 등을 사용해서 자외선을 막아주는 것이 좋다.

3 머리카락도 UV 차단이 필요하다 (O)

머리카락과 두피는 얼굴의 5배 이상의 자외선의 피해를 받는다. UV 스프레이 등을 사용하면 건조함과 푸석거림, 갈라짐 등을 예방할 수 있다.

4 기능이 높거나 SPF 수치가 높은 미백제품은 피부에 부담을 준다 (Δ)

SPF 수치는 피부에 미치는 영향과는 많은 관계는 관계없고, 워터프루프 등 기능성을 높인 제품은 피부에 부담을 줄 수 있다. 민감한 피부는 테스트를 해보고 바르는 것이 좋다.

5 햇볕에 자주 노출되면 늙는다 (O)

자외선의 95%는 A파이며 자외선 A파는 창문 유리까지 통과한다. 피부 깊숙이 도달해 콜라겐과 엘라스틴 등을 손상시켜 주름과 노화를 유발한다.

6 UV 차단제는 베이스 메이크업을 대신할 수 있다 (X)

메이크업 마무리에 차이가 있기에 자외선 차단제와 베이스 메이크업의 목적은 다르다. 차단제에는 피부 정돈 효과는 없다. 그러나 베이스 메이크업에 UV컷 효과가 있으면 차단제를 따로 바를 필요는 없다.

7 메이크업위에 UV차단제를 덧바르지 않아야 한다 (X)

메이크업이 지저분하지 않다면, 계속 덧발라 주는 것만으로도 좋다. 스틱 타입이나 스프레이 밤 타입의 제품은 수정용으로 사용하면 좋다.

8 SPF 수치는 무조건 높은 것이 좋다 (X)

미백제품은 SPF 수치가 높을수록 보습력이 떨어질 수 있다. 피부가 약한 사람은 SPF 30 전후의 보습력이 높은 제품으로, 레저시에는 무조건 SPF 50 이상의 제품을 사용하는 것이 좋다.

9 기능성 제품은, 더블 클렌징해야 한다 (O)

자외선 차단제의 수치가 높을수록 기능이 높아진다. 무엇이든 기능이 높은 제품은 피부에 부담을 주기 쉬우므로 깨끗하게 더블 클렌징하는 것이 좋다.

10 자외선은 무조건 피부에 해롭다? (Δ)

자외선 자체가 무조건 나쁜 것은 아니다. 하루 20분씩 햇볕을 쬐고 항산화 식품 섭취를 늘리는 것이 피부를 보호하는 가장 좋은 방법이다.

11 실내에서도 미백제품은 바른다 (Δ)

생활 자외선은 햇볕을 쬐면서 노출되는 자외선과는 비교가 되지 않을 만큼 미약하다. 다만, 피부 시술을 했거나 민감한 피부는 극도의 소량의 자외선에도 영향을 받을 수 있다.



Beauty



인투스킨 × 배우 공다임

배우 공다임이 코스메틱 브랜드 인투스킨 전속 모델로 발탁, 뷰티 업계에 새롭게 떠오르는 뮤즈로 각광받고 있다. 공다임의 깨끗하고 맑은 이미지와 방송을 통해 선보인 밝은 이미지가 인투스킨 제품의 이미지와 함께 시너지 효과를 낼 수 있을 것으로 판단했다는 것이 인투스킨의 발탁 배경.



플레드뽀 × 배우 장쯔이

명품 화장품 브랜드 '플레드뽀(Cle de Peau Beauté)'가 중국의 명품 여배우 장쯔이(章子怡)를 글로벌 브랜드 홍보대사에 위촉했다. 이에 따라 장쯔이는 올가을 '플레드뽀' 제품의 우수성을 전형적으로 보여주는 아이콘 격 제품이라 할 수 있는 '라 크림'(La Creme)의 새로운 캠페인에 출연하게 된다. 전설적인 여배우와 전설적인 브랜드 제품의 만남으로 벌써부터 관심을 끌고 있다.



코엘시아 × 배우 박주현

청순한 페이스와 밝고 건강한 이미지의 배우 박주현이 화장품 브랜드 코엘시아의 광고 모델로 선정됐다. 또렷한 이목구비와 하얀 피부의 배우 박주현은 다양한 광고에 출연하며 광고계의 블루칩으로 성장하고 있다. 또한 한국예술종합학교 출신의 준비된 신인으로 여러 독립영화와 연극 활동으로 연기 실력을 쌓고 있는 재원이다.

메디큐브 × 방송인 유재석

메디큐브가 방송인 유재석과 재계약 했다. 반듯하고 유쾌한 이미지로 대중들의 선호도가 높은 방송인 유재석의 이미지가 브랜드와 제품에 대한 좋은 반응을 이끌어내고 있는 것. 신뢰와 정직을 모토로 하는 메디큐브는 성실의 아이콘으로 손꼽히는 유재석의 재계약을 크게 환영했다고.



키엘 × 가수 황치열

가수 황치열이 뉴욕 코스메틱 브랜드 키엘의 모델로 발탁, 국내를 비롯해 중국어권 등 전 세계 모델로 활약한다. 황치열은 브랜드 이미지를 대표하는 글로벌 홍보대사이자 글로벌 모험가로서 키엘과 함께 브랜드 캠페인 및 다양한 마케팅 활동을 진행할 예정이다. 황치열은 공식 팬클럽 '치어리더'를 대상으로 한 단독 팬미팅을 개최하고 팬들과 만나는 등 활발한 활동을 개시했다.

벨라수 × 양혜지

종근당건강이 화장품 브랜드 벨라수 광고모델로 배우 양혜지를 발탁했다. 종근당건강 측은 "배우 양혜지의 깨끗한 피부와 순수한 이미지가 건강한 아름다움을 추구하는 벨라수 콘셉트에 부합해 발탁했다"며 "광고와 마케팅 활동을 펼쳐 긍정적이고 신뢰 가는 벨라수 이미지를 구축할 것"을 밝혔다.



Model



피플앤코 × 배우 한은정

현대홈쇼핑에서 신규 론칭한 화장품 브랜드 피플앤코의 신제품 모델로 배우 한은정이 발탁됐다. 한은정은 직접 많은 시간과 노력을 기울여 피플앤코 제품의 기획, 연구, 개발, 디자인 등 제품 개발에 적극 참여했다. 한은정은 현재 방영 중인 SBS 주말 특별기획 '그녀로 말할 것 같으면'에서 역대급 악녀 캐릭터로 분해 열연을 펼치고 있다.



L2P × 배우 나혜미

배우 나혜미가 화장품 브랜드 기업인 엘투피코퍼레이션(L2P)의 전속 모델로 발탁됐다. 엘투피코퍼레이션측은 순수하고 깨끗한 이미지의 나혜미는 순수 자연주의 레시피로化妆품을 개발하는 기업 엘투피코퍼레이션의 추구하는 자사의 이미지와 일치한다고 밝혔다. 나혜미는 피부 최적의 온도인 31도씨를 연구하는 피부과학 신개념 뷰티 디바이스 브랜드인 '31° SKIN LOVE FACE-MIST'의 광고 모델로 활동할 예정이다.



컬러어뎴 × 가수 헤이즈

가수 헤이즈가 아모레퍼시픽 '컬러어뎴' 캠페인 모델로 발탁됐다. MLBB 으갠 장미 콘셉트의 립 컬러 출시를 기념 한 헤이즈의 메이크업 화보도 캠페인 사이트와 SNS 채널을 통해 공개됐다. 이번 화보는 다양한 제형의 제품으로 출시되는 MLBB 립 컬러를 4가지 콘셉트에 맞춰 헤이즈만의 매력을 담았다.



뷰디아니 × 배우 김다예

주말연속극 '아버지가 이상해'와 '당신이 잠든 사이'에서 인기를 모은 배우 김다예가 패밀리 에스테틱 브랜드 뷰디아니의 뮤즈로 발탁됐다. 뷰디아니가 공개한 브랜드 영상에서 김다예는 맑고 깨끗한 피부로 시선을 사로잡으며, 청초한 분위기를 자아내는 신비스러운 매력과 순수한 눈빛을 보여주며 존재감을 드러냈다.

On Air

브이티 코스메틱, 방탄소년단 TV광고 공개

브이티 코스메틱(VT COSMETICS)의 신규 TV광고에 방탄소년단이 출현했다. 브이티 코스메틱은 "TIME TO SHINE"이라는 브랜드 슬로건을 전속 모델 방탄소년단과 함께, 전 세계 동시 온에어 했다. 한편, 코스닥 상장사 지엠피의 자회사 브이티 코스메틱은 중국, 태국, 베트남, 일본, 미국 등을 중심으로 글로벌 브랜드로의 행보를 이어가고 있다. 중국 최대 온라인 쇼핑몰 티몰(Tmall)이 육성하는 한국 대표 기업으로 선정되었으며, 올 초 출시한 시카 라인인 인기를 끌고 있다.





Company & Brand



Award

2018 베스트 오브 뷰티 어워드 쏘내추럴·NR

뷰티&라이프 스타일 매거진 '얼루어 코리아'의 '2018 베스트 오브 뷰티 어워드'에서 네이처리퍼블릭과 쏘내추럴이 각각 수상했다. 쏘내추럴은 진정 크림 부문 어워드 워너 센텔 플러스 겟백 크림과 리퀴드 아이라이너 부문 에디터스 픽 '쏘 픽스 2 라이너'로 2년 연속 수상했으며, 네이처리퍼블릭은 극세사 슬림핏 아이라이너 등 기초와 색조부문 2개 부문에서 '워너 (WINNER)'와 '에디터스 픽(EDITOR'S PICK)'으로 8년 연속 수상했다.



Good

한국콜마 × 커버코리아

화장품 연구개발 전문기업 한국콜마와 커버코리아가 함께 개발한 미백, 주름개선용 화장품 조성물이 특허청으로부터 특허(출원번호 10-2017-0155637)를 취득했다. 천연 유래 제품에 대한 소비자 니즈를 반영해 안전한 천연성분을 주성분으로 하면서 뛰어난 피부 개선 효과를 내는 화장품을 개발하게 된 것. 이번 특허 조성물은 단삼 뿌리 추출물 '살비아놀릭산'과 딸기 꽃받침 추출물 '올레아놀릭산'을 주성분으로 하는 천연 유래 기능성 화장품이다.

Company



로레알코리아, 시티즌 데이

로레알코리아가 창립 25주년을 맞아 자선 바자회를 개최했다. 로레알 그룹의 전 세계 사회봉사의 날인 '시티즌 데이(Citizen Day)'의 일환이다. 이번 자선 바자회는 비영리법인 아름다운가게와 함께 나눔 문화를 확산하고 고객들과 더욱 가까이 소통하기 위해 마련됐다. 바자회에서는 로레알코리아 임직원들이 기부한 다양한 물품과 로레알코리아의 특별한 화장품 패키지가 판매될 예정이며, 수익금은 전액 소외이웃에게 기부될 예정이다.



아미코스메틱, 왕홍 누적 20억 뷰 돌파

아미코스메틱의 더마테크놀로지 브랜드인 BRTC(비알티씨)와 CLIV(씨엘피)는 진행한 왕홍 방송을 통해 약 1억 4천만 뷰잉 수를 기록하며 중국에서 론칭 1년 만에 왕홍 누적 20억 뷰를 돌파했다. 아미코스메틱은 이번 왕홍 마케팅에서 BRTC의 브랜드 모델인 김중국과 CLIV의 중국 브랜드 모델인 송지효를 통해 브랜드 행사 및 브랜드 홍보 영상을 공개해 중국 고객들과 소통했다.



애경산업, 자회사형 장애인 표준사업장 오픈

애경산업은 한국 장애인 고용공단과 함께 추진한 자회사형 표준사업장 '주식회사 모두락(樂) 애경산업'을 통해 'Cafe Fourteen'을 오픈했다. '모두락 애경산업'은 홍대에 위치한 애경그룹 신사옥 '애경타워' 7층 그룹 공용공간에 위치하며, 임직원과 방문객을 위한 커피 등 음료를 유료 서비스한다. Cafe Fourteen은 청각, 지적, 자폐 등의 장애인 10여 명의 바리스타를 채용해 운영을 시작했고 향후 사업 확장에 따라 장애인 고용을 확대할 예정이다.

홍대 AK '애경 시그너처 존'

애경산업이 AK&홍대 2층에 애경산업의 다양한 특징을 엿볼 수 있는 공간 'AEKYUNG Signature Zone'을 선보였다. 사옥 이전과 함께 새로운 홍대 시대를 맞아 젊은 소비자와의 밀접한 소통을 강화하고자 애경 시그너처 존을 마련했다. 애경 시그너처 존은 애경산업의 대표 브랜드와 주요 특징을 볼 수 있는 세 가지 공간으로 구성됐다. △생활용품과 화장품의 이야기와 브랜드 소개를 담은 'Alive AEKYUNG' 존 △애경산업의 대표 화장품 브랜드 'AGE 20's' 플래그십 스토어 △스킨케어 브랜드 'FFLOW' 플래그십 스토어 등이다.



프리메라 플래그십 스토어 리뉴얼 오픈

발아식물 화장품 브랜드 프리메라가 명동 플래그십 스토어가 리뉴얼 오픈했다. 연평균 10만여 명의 국내외 고객들이 방문하는 프리메라의 대표 매장으로, 이번 리뉴얼을 통해 프리메라의 철학, 원료 등 브랜드 스토리를 전달하고, 고객 동선을 고려한 제품 진열과 서비스로 편리한 쇼핑 경험을 선사하는데 중점을 두고 있다. 한편, 프리메라 플래그십 스토어에서는 특별한 날을 준비하는 고객을 위해 포장지, 리본, 카드 디자인을 선택할 수 있는 맞춤형 랩핑 서비스를 무상으로 제공한다.

임블리, 신주쿠에 1호점

패션&뷰티 브랜드 '임블리'가 일본 신주쿠에 위치한 루미네 2에 오프라인 매장을 오픈했다. 20~30대 여성들이 선호하는 다양한 브랜드가 입점돼 있는 루미네는 저가 브랜드부터 고가 브랜드까지 다양한 가격대의 아이템을 갖춘 일본의 주요 쇼핑센터. 임블리가 론칭한 코스메틱 브랜드 블리블리는 면세점 판매 베스트 1위, 국내 1위 인터넷 검색 포털에서 여성리뷰, 화장품 쇼핑 검색어 1위를 차지하면서 글로벌 시장에서도 지속적으로 러브콜을 받고 있다.



Make up Artist
고영애

Make up Artist
최사노

Photographer
목경우

Make up Master
이진우

Pro Make up Artist
이세원

Pro Make up Artist
윤경수

What Do You Want To Be?
Professional?
Be an Expert

Find Here!
Studio Make up Course

Make up Artist
이혜연

What Do You Want To Be?
Professional?
Be an Expert

Find Here!
Brand Artist Course

Brand Artist
이민호

아모레 뷰티칼리지 과정 개설

아모레퍼시픽이 국내 최고의 메이크업 전문가를 육성하는 '아모레 뷰티 칼리지' 과정을 오는 10월 새롭게 개설한다. 아모레퍼시픽 뷰티아카데미팀과 유명 메이크업 아티스트들의 기획으로 실시되며, 다양한 K-뷰티 현장에서 멀티태스킹이 가능한, 국내 최고 실력의 메이크업 전문가를 발굴하고 양성하는 과정이다. 교육 프로그램은 단순한 이론 교육이 아니라 현장 경험으로 습득 가능한 메이크업 분야의 실무 노하우를 바탕으로 스튜디오 메이크업 과정과 브랜드 아티스트 메이크업 과정으로 나눠 개설된다. 강사진은 K-뷰티 업계 각 분야의 최고 전문가들의 구성됐다.



선리, 글로벌 브랜드 도약

패션 뷰티 브랜드 '선리(ShionLe)'가 아스트로를 뮤즈로 발탁한 이후, 순항하고 있다. 특히 얼굴 천재 차은우의 인기와 함께, K-Beauty의 중심 명동에 전격 진출하며 국내 시장은 물론, 중국을 비롯한 해외 진출에 가속이 붙었다. 면세점에서는 아이, 립, 치크를 한 번에 완성하는 3in1 립스틱 '핑크 코디 크레용'을 비롯해 투명 메이크업의 필수품인 '초크 톤업 베이스', 7일 5 록 마스크 등을 포함한 전 제품이 인기를 모으고 있다.



Event & Campaign

Event

한울, 2018 자연여행 성료

한국적 자연주의 브랜드 한울이 브랜드 모델 김소현과 고객들이 함께하는 2018 한울 "자연 여행" 행사가 성료 됐다. 일상을 벗어나 편안한 휴식을 즐기는 '산책'을 콘셉트로 한울의 원료가 자라나는 자연 속에서 브랜드 스토리를 오감으로 체험하는 프로그램. 올해는 한울 '쌀 진액 스킨'의 주원료인 '여주 쌀'의 재배지인 여주를 방문해 김소현의 오디오 가이드를 들으며 눈을 걸어보는 시간으로 진행됐다.



토니모리, 불타는에디션 : 화끈한 콜라보

토니모리가 공식 유튜브와 SNS 채널 등을 통해 개그맨 이용진과 불닭볶음면 대표 캐릭터 호치가 등장하는 티저 영상이 화제다. 불닭볶음면과 이색 콜라베이션을 예고하는 티저 영상 '불타는에디션 : 화끈한 콜라보'는 삼양식품 불닭 시리즈의 특징과 토니모리의 독창적인 감성을 결합한 △ 커버쿠션 △ 블러셔 △ 립 틴트 △ 립밤 등 한정판 제품으로 많은 사람들에게 유쾌한 호기심을 불러일으키고 있다.

러브스 코리아 수분 크림 한정판



뉴욕 코스메틱 브랜드 키엘이 한국에서만 만날 수 있는 '키엘 러브스 코리아' 울트라 웨이셜 크림 한정판을 출시한다. 키엘은 매년 세계 주요 도시의 랜드마크를 디자인에 담은 제품을 해당 지역에서만 선보이는 '키엘 러브스 프로젝트'를 진행한다. 올해는 경북공, 이순신 장군, 해태 등 한국을 상징하는 요소들이 있는 일러스트로 '키엘 러브스 코리아' 수분 크림 한정판을 국내 매장 한정판으로 선보인다.

Campaign



에스티라uder 필란트로피 컬렉션 '립베일'

멸종위기 동식물을 제품들 각인해 알리는 사회공헌 캠페인 '필란트로피 컬렉션' 중 멸종위기종인 코끼리를 각인한 립스틱. 판매 수익금 중 일부를 코끼리 보호활동에 앞장서는 아프리카 비영리단체 스페이스 포 자이언츠에 기부한다. 핵심 성분도 공정 거래 인증을 받은 짐바브웨의 바오밥나무에서 수확한 바오밥 오일을 담았다.



트로이아르케 × 뷰티 유튜버 에드워드 아빌라

에스텍틱 처방 스킨케어 브랜드 트로이아르케가 뷰티 유튜버 에드워드 아빌라와 손을 잡고 기부 캠페인을 전개한다. '더 좋은 세상, 더 아름다운 피부 만들기 (Better Life & Better Skin)'을 슬로건으로 트로이아르케가 '도네이션 쿠폰'을 개발해 판매 수익금의 일부를 피부질환을 앓고 있는 환우들의 치료를 위해 기부하는 형식이다.

려(음), 론칭 10주년 기념 '두피과학 콘퍼런스'

한방 프리미엄 샴푸 려(음)는 브랜드 론칭 10주년을 기념해 '두피과학 콘퍼런스'를 개최했다. 이 자리에는 100여 명의 국내 미디어 및 중국, 대만 미디어와 아모레퍼시픽 임직원 등을 비롯해 려(음) 모델인 배우 박신혜와 배우 양쯔, 박서준이 참석했다. 이번 콘퍼런스는 '더 시그널'이라는 타이틀 아래 10년간 려가 담아온 브랜드 스토리와 제품, 기술에 대해 공유했다.



라비오프 X 뉴이스트 W 팬사인회

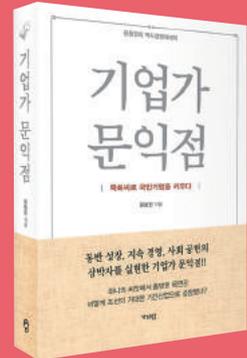


뉴이스트 W 공식 팬클럽 '원우'의
 일정이
 8/17(일)~10/17(수)
 20층/10/18(목)

라비오프, 뉴이스트 W 팬사인회 응모 이벤트 진행

라비오프가 플로랑스 림 컬러 사인 출시를 기념해 팬사인회 응모 이벤트를 진행한다. 라비오프의 시그니처인 차별화된 패키지 제품으로 꽃송이 모양의 틸트 제품, 구매 후 응모가 가능한 라비오프 온-오프라인 동시에 진행된다. 응모자 중 추첨을 통해 선정된 100명은 뉴이스트 W 팬 사인회에 초대한다. 10월 17일까지.

Book



기업가 문익점 : 목화씨로 국민기업을 키우다

윤동한 (한국콜마 회장) 지음

역사 경영 에세이 '기업가 문익점'은 목화를 이 땅에 들여온 문익점의 삶을 위대한 기업인으로서 조명하는 책이다. 화장품과 제약 업계에서 굴지의 기업으로 성장시킨 한국콜마의 창업주인 윤동한 회장은 조선은 유교 중심의 문화로 인해 상업을 천시했던 나라로, 기업인의 역사가 늘 아쉬웠다" 라고 발간의 이유를 밝혔다. 저자는 백성들에게 목화씨를 무료로 나누어 주고 재배 기술과 생산기술 등의 정보를 대가 없이 공유한 기업가로서의 문익점을 바라보는 시각이 흥미롭다.



제9회 K-뷰티아트페어 공모전

(사)한국메이크업전문가직업교류협회가 제9회 K-뷰티아트페어 공모전을 진행한다. 이 공모전은 메이크업, 뷰티일러스트, 네일, 헤어 등 총 4개 종목으로 진행된다. 이번 공모전이 뷰티를 배우고 있는 많은 사람들이 실력을 마음껏 발휘할 수 있는 좋은 계기가 될 것이라고 밝혔다. 지난 8회 공모전에는 120여 명의 학생 및 일반 선수가 참가해 다양한 작품을 출품했다. 출품기간은 10월 5일~31일까지며, 경연대회는 11월 3일.

2018 뷰티 MASK PACK 홍보영상 공모전

메디컬랩의 RE·Mask와 MISSFILL+ mask의 장점을 살린 마스크팩 홍보영상 공모전이 실시된다. 누구나 참여 가능하며 개인 또는 3명 이하의 팀으로 참여할 수 있으며 총상금 1000만 원에 8 작품을 선발하며 10월 14일까지다. RE·Mask를 대표하는 4가지 키워드 '재생, 보습, 진정, 민감'을 살린 제품의 홍보영상으로, '우리 모두 사용하지만 특별해지는 나 자신을 만날 수 있다'는 주제의 참신한 아이디어 영상 콘텐츠가 대상이다.

2018 뷰티 MASK PACK 홍보영상 공모전
 총 상금 천만원의 기회!

Re·Mask, MISSFILL+ mask 제품들만 공모전
 접수 기간: 9월 17일(화) ~ 10월 14일(일) 09:00~18:00
 대상: 전국민 누구나 (개인 또는 팀 3명 이하) 참여 가능

공모주제: "RE·Mask 또는 MISSFILL+ mask" 제품들만 사용 가능
 주제: "우리 자신을 특별하게 만드는 특별한 마스크팩" (개인 또는 팀 3명 이하) 참여 가능

공모방법: 1. 주제에 맞는 영상을 제작한다. 2. 영상은 1분 이내로 제작한다. 3. 영상은 1080P 해상도 이상으로 제작한다. 4. 영상은 1080P 해상도 이상으로 제작한다. 5. 영상은 1080P 해상도 이상으로 제작한다.

심사기준: 1. 영상 내용 2. 영상 제작 기술 3. 영상 연출 4. 영상 연출 5. 영상 연출 6. 영상 연출 7. 영상 연출 8. 영상 연출 9. 영상 연출 10. 영상 연출

시상내역(총 상금 1,000만원, 8명 수상)

순위	이름	상금	비고
1위	김민준	100만원	개인
2위	김민준	50만원	개인
3위	김민준	30만원	개인
4위	김민준	20만원	개인
5위	김민준	10만원	개인
6위	김민준	10만원	개인
7위	김민준	10만원	개인
8위	김민준	10만원	개인



두피과학보고서 아모레퍼시픽 두피과학연구소 펴냄

아모레퍼시픽 두피과학연구소는 한방 프리미엄 샴푸 브랜드 려(음)와 함께 지난 45년간의 두피 모발 연구사를 정리한 '두피과학보고서'를 발간했다. 1973년 한방 샴푸인 '진생 삼미' 출시 이후 45년간 두피 모발 연구를 이어온 아모레퍼시픽 두피과학연구소의 연구 역사와 성과, 탈모 증상 케어 기술에 대한 정보를 담았다. 또 지난 8년간 한국, 중국, 싱가포르, 베트남, 인도, 인도네시아 등 아시아 6개국 여성 3만여 명의 두피 모발을 조사한 데이터도 수록했다.



New

지방시 뷰티 핑크 컬렉션

프랑스 럭셔리 꾸뛰르 브랜드 지방시 뷰티(GIVENCHY BEAUTY)가 피부 속부터 빛나는 광채, 동안 피부를 위한 혁신적인 멀티 제품 '지방시 뷰티 핑크 컬렉션 (GIVENCHY BEAUTY PINK COLLECTION)'을 출시했다.

지방시가 새롭게 선보이는 '핑크 컬렉션'은 피부를 속부터 케어해 장미빛 핑크 광채를 부여하는 멀티 케어 제품으로, 제품력부터 패키지 디자인까지 혁신적인 핑크 컬렉션으로 구성되어 있다.

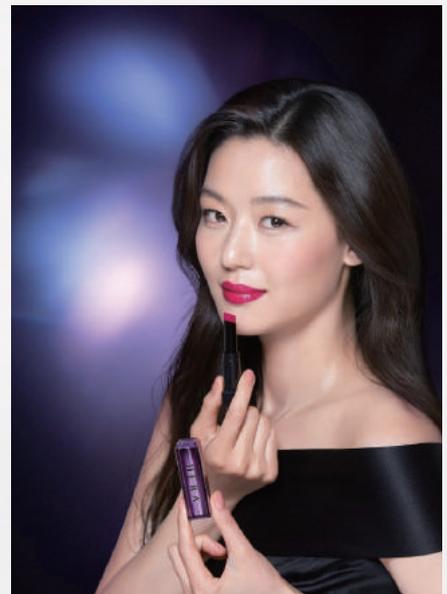
에스쁘아, 유스 바이브 컬렉션

에스쁘아는 현재 지향적인 삶의 태도가 뚜렷한 밀레니얼들이 보여주는 메이크업에서 영감을 받은 컬러와 텍스처를 바탕으로 한 시즌 한정 컬렉션을 '유스 바이브 컬렉션'을 출시했다. 시크하고 바이브 넘치는 라이프 스타일과 밀레니얼의 감성을 담아낸 심플 하면서 감각적인 패키지가 소장 가치를 더했다.



안나수이 코스메틱, 크림 타입 메이크업

안나수이는 20주년 컬렉션의 일환으로 크림 타입 메이크업 제품 3종을 출시했다. 뚜껑에 내장되어 있는 전용 퍼프를 제품에 돌려 문힌 후 피부에 굴리고 두드리는 방식으로 사용하는 방법이 특화되어 있다. 특히 '크리미 치크 컬러'는 공기처럼 가벼운 텍스처의 수채화 발색으로 '퐁퐁 치크'라는 애칭으로 인기를 얻고 있다.



헤라, 립 젤크러쉬

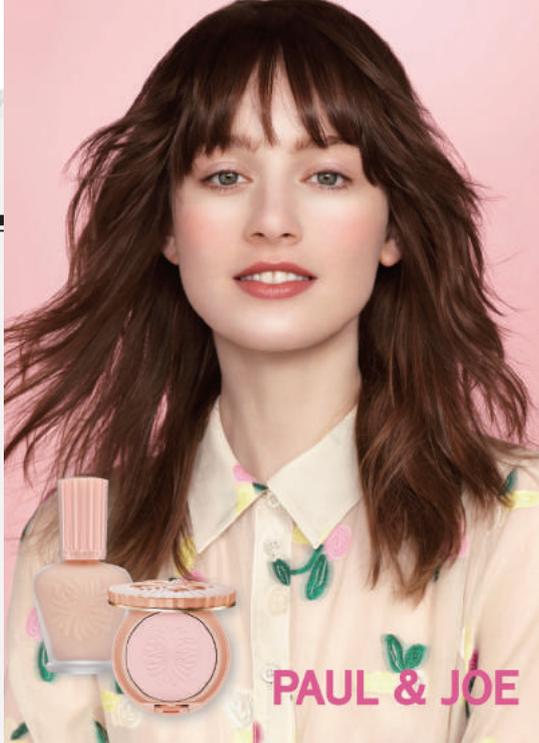
입술에 미끄러지듯 부드럽게 밀착되는 멜팅 젤 텍스처와 워터 오일이 포함된 제형으로, 탑 코트를 바른 것처럼 반짝이는 고풍택 가을 립 제품. 수분을 끌어당기는 워터 오일 제형과 오랜 시간 립 메이크업을 유지해도 당기거나 건조하지 않은 편안함이 특징이다.

Hot



리더스코스메틱, 양세종 수분 팩 '인기'

SBS 월화드라마 '서른이지만 열일곱입니다'에 등장해서 눈길을 모으고 있는 아이템. 일명, '양세종 수분팩'으로 불리는 리더스코스메틱 '메디유 아미노 더블 모이스처 마스크'는 스테디셀러 '메디유 아미노 모이스처 마스크'에 앰플을 추가해 보습 기능을 강화했다. 사용 전 마스크팩에 달린 앰플을 티트러 쓰는 블렌딩 마스크. 천연 아미노산 콤플렉스를 17가지 함유했다.



PAUL & JOE

플앤보메, 세팅 파우더

가볍고 실크처럼 부드러운 자연스럽게 윤기 나는 피부 표현을 선사하고 메이크업 고정력을 높여주는 제품. 프라이머의 명가 플앤조의 파운데이션 프라이머와 사용 시 더욱 효과 있는 아이템이다. 부드러운 파우더와 오일이 함유되어 마치 탐코트를 얹은 듯 촉촉한 피부를 연출해 주어 '탐코트 파우더'라는 별칭으로 불리기도 한다.



헤라 2018 핑크리본 리미티드 에디션

핑크리본 캠페인의 주요 후원 브랜드인 헤라의 2018 리미티드 에디션. 올해는 메이크업 스테디 셀러 제품 중 매직 스타터 이호 로즈, 루즈 홀릭 112호 킬링 핑크, 센슈얼 틴트 104호 텐더 로즈 3가지 제품 패키지에 핑크리본의 디자인을 입혀 새롭게 선보였다. 판매 수익 일부를 여성의 건강한 삶을 위해 한국 유방건강 재단에 후원한다.



송학, 멜로우 톤업 크림 '멜로멜리'

송학이 맞춤형 톤업 크림 '멜로멜리 (meloMELI)'가 새롭게 선보였다. 건조한 피부, 칙칙한 피부, 붉은 기가 심한 민감성 피부 등 다양한 피부 톤 고민을 해결할 수 있다. 특히 마쉬멜로우처럼 부드럽고 폭신평신했던 제형이 가볍고, 뭉침 없이 피부에 밀착되며 백탁 현상이나 밀림 없이 자연스럽게 생일 피부를 연출해준다. 7가지 식물 추출물로 이루어진 '진정 특허성분'이 함유돼 피부 진정, 유·수분 밸런스 효과에 도움을 준다.

숨 37°, 디어 움브 올인원 크림 이중석 에디션

LG생활건강은 자연·발효 화장품 뷰티 브랜드 숨 37°에서 푸석거리고 거칠어진 남성 피부 고민을 덜어주는 '디어 움브 올인원 크림 이중석 에디션'을 출시했다. 화장품 사용에 대한 남성들의 바람을 담아 에멀전과 에센스, 크림을 하나로 결합시킨 크림 타입의 올인원으로, 매일 반복되는 먼도, 스트레스 등에 의해 피부가 쉽게 지치는 남성들을 위한 제품이다.



Launching



헤지스, 남성 화장품 론칭

라이프스타일 전문기업 LF의 의류 브랜드 헤지에서 남성 화장품 '헤지스 맨 스킨케어 룰429'를 출시했다. LF에 따르면 헤지스 맨 스킨케어 룰429는 남성 피부 특성과 생활 방식을 분석해 탄생했다. 숫자 '429'는 29세, 42세 전후 남성들을 상징하며, 이들에게 헤지스만의 관리법을 제시하겠다는 의미를 담았다. 상쾌한 시트러스 향 탑 노트와 묵직하면서도 진하지 않은 풀임 향이 베이스 노트로 깔려있는 향과, 헤지스 맨 스킨케어 룰 429엔 영국 바버샵(아발스) 비법도 담긴 것이 특징.



Fashion News

Styling



트레이닝 슈트와 함께 스트리트 무드 연출한 비투비(BTOB)의 2018 FW. TBJ



익숙함에서 오는 편안함을 보다 다르게 편집한 뉴 베이식 라인과 티에이저들의 감각적인 취향을 반영한 유스 컬처 룩을 제안한 유니섹스 캐주얼 라인. FRJ

2018 F/W 시즌을 겨냥해 트렌디한 심벌 장식이 강조된 'SBBS(Simple But Big Symbol)' 라인. 어떤 코디에도 무난하게 잘 어울리는 데일리 숄더백 4종. 루이까뜨즈.



발렌티노의 크리에이티브 디렉터인 피엘파올로 피츨리의 지휘 아래 몽클레르가 완성한 윈터 콜라보 아이템. 국내에서는 갤러리아 백화점과 신세계 백화점 강남점의 부티크에서 판매 개시됐다. 몽클레르



이 시대 남성들이 추구하는 이상적인 라이프 스타일과 애티튜드를 담은 어번 라이프스타일. 모델은 벨기에 출신의 하네스 고베인(Hannes Gobeyn). 티아이포맨



강력한 스트레치성과 레깅스 같은 편안한 360진 '라인업 라인' 데님. 시각적으로 몸매를 보정해 주는 효과를 자랑한다. 2018 미스 에프알제이 미(美) 김계령. FRJ



국내 힐링 산책로 10곳의 소개와 함께 20, 30대 여성들이 즐길 수 있도록 제안된 여행 스타일링 룩. 빈폴 레이디스



Collaboration

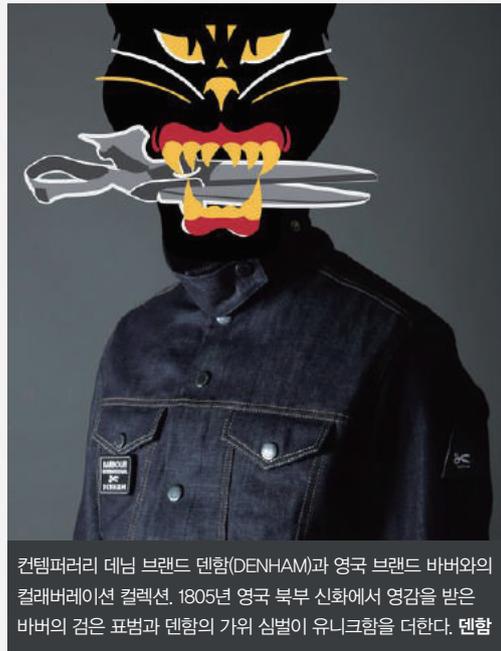


'윈드브레이커' 웹툰 작가 조용석과 모델 장용석과 함께 콜라보레이션으로 진행된 남성복 지이크 파렌하이트 2018 F/W 룩. 지이크 파렌하이트



톤 다운된 바디 컬러에 그와 대조되는 컬러의 벨벳 보우 장식이 어우러진 플랫폼슈즈. 솔트앤초콜릿

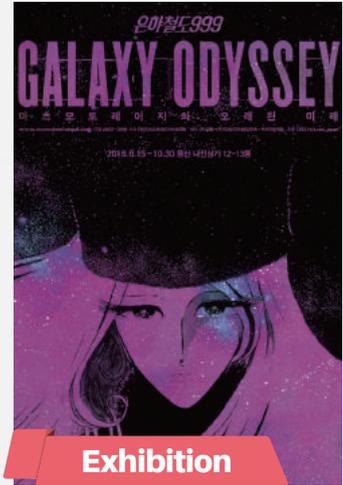
기본에 충실한
우아한 실루엣과
편안함을 강조하는
프렌치풍의 컨템퍼러리
클래식 감성 2018
FW 컬렉션. 브로이어



컨템퍼러리 데님 브랜드 덴함(DENHAM)과 영국 브랜드 바버와의 콜라보레이션 컬렉션. 1805년 영국 북부 신화에서 영감을 받은 바버의 검은 표범과 덴함의 가위 심벌이 유니크함을 더한다. 덴함



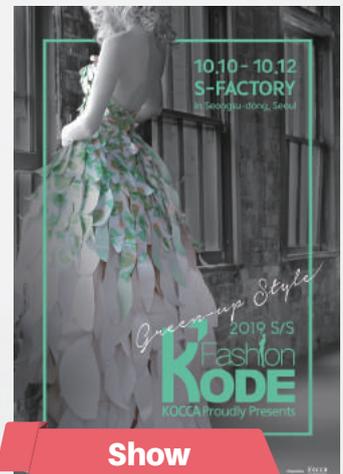
부드러운 소가죽에 시즌 무드가 표현된 트위드 소재가 잘 어우러진 콤비 스타일의 트위드 에디션. 핸드백 브랜드 '쿠론'과 영 캐릭터 캐주얼 브랜드 '럭키슈에프'의 다섯 번째 협업 라인. 럭키슈에프



Exhibition

테이트, 멀티미디어 아트 전시회

캐주얼 브랜드 테이트(TATE)가 '은하철도 999, 갤럭시 오디세이 : 마츠모토 레이지의 오래된 미래 전시회와 함께 특별 이벤트를 진행한다. 시각과 공간감을 모두 느낄 수 있는 멀티미디어 아트 전시회로 과거와 현재, 미래를 초월하는 감각적 라이프 스타일을 제안한다. 오는 10월 30일까지 서울 용산 나진상가 (12-13동).



Show

패션코드 2019 S/S 개최

문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 패션문화마켓 '패션코드 2019 S/S'를 10일부터 사흘간 서울 성수동 에스팩토리에서 개최한다. 이번 시즌 패션코드는 드레스업(Dress-up)과 그린(Green)의 합성어 '그린업스타일 (Green-up Style)'을 슬로건으로 선정했다.



ANDRÉE KIM

ANDRÉE KIM 06 25 21 0



한국 패션 역사에 대한 오마주 앙드레김 vs 이신우

패션큐레이터 김흥기 씨에 의하면 '앙드레김'과 이신우 씨는 동시대의 디자이너였지만, 패션을 보는 관점은 완전히 달랐다. 남성 디자이너 앙드레김은 순백의 컬러로 가장 여성스러운 오토쿠튀르(고급 맞춤복)를 지향했는가 하면, 여성 디자이너인 이신우는 '아름다움은 독점의 권리를 벗고 공유되어야 한다'며 패션의 민주화를 외치는 기성복의 옹호자였다는 것이다. 실제로 이신우 씨는 자신의 생각을 이질적인 재료와 방법을 결합해서 표현하는 것을 선호했으며, 남성복 디자인에 그대로 투영됐다.

트렌드를 쫓기보다 한국의 전통적 토대 위에서 스타일과 삶을 조화시킬 수 있는 옷을 만들고 싶어 했던 두 명의 디자이너. 특히 이신우 씨는 90년대 중반에 이미 의류 제조 과정에서 폐기물을 남기지 않는 '제로 웨이스트' 방식을 적용하는 기도했다. 이번 전시는 패션을 위해 실험했던 코코넛과 특수 처리한 한지 등 다양한 재료들과 재단법에 이르는 이신우씨의 선진적 생각들을 찾아볼 수 있었다는 점에서 의미가 남다르다. 아울러 프랑스를 거점으로 전 세계 다양한 미술 프로젝트에 활발하게 참여하고 있는 작가 김태곤 씨는 이번 전시에서 특별히 이신우의 대표적인 드레스를 오마주한 신작을 발표하여 눈길을 모았다.

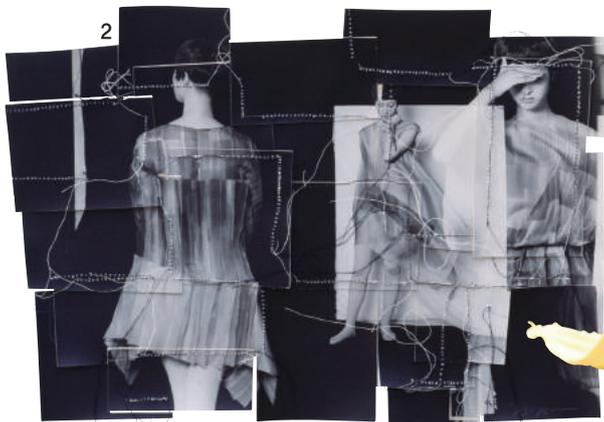
국내 최초로 설치된 김태곤의 이 광섬유 드레스는 롤랑 바르트의 '낭만적 연설의 단편'에서 영감을 받아 제작된 것으로 '사람 사이의 관계'라는 의미를 담고 있다. 광섬유에 반영되어 변화하는 드레스의 색은 인간의 희로애락을 의미하며 단순한 '옷'을 넘어 '감정의 파고'를 보여주는데 충분했다.



앙드레김 Photo by 스튜디오 1 조성재



1. 이신우, 실크 오간자에 붓터치가 들어간 튜닉형 원피스, 90년 초 도쿄컬렉션, photo by 장 루이볼프
2. 김태곤, Dress1, 390x166x160 cm(length-Height guide over 200cm), 2013



이신우 90년대 컬렉션 Photo by 정복우미



秋 秋 香

추

추

향

가을의

가을의

향기

자색 고구마 브래드



코칩 블렌디드



코칩 라떼



스카치캔디 블렌디드



스카치캔디 라떼



* 상기 이미지는 실제 제품과 다를 수 있으며, 판매 제품은 점포별로 상이 할 수 있습니다.

V-Line Face Lift

작고 날렵한 턱선, 습관 따라 달라진다

보름달처럼 동그란 얼굴이 복스럽다는 말은 옛말. 미인의 기본요인은 귓볼 밑에서 턱선까지의 날렵하게 빠진 하트라인의 턱선. 그게 미인의 기준이라면 어찌할 건가. 따르는 수밖에



나이가 들수록 턱과 목을 연결하는 선에 살이 붙어 둥글둥글 해져서 부드럽게 보인다는 말은 의례적인 말. 날렵하고 슬림한 이미지가 사라지면 피곤해 보이고, 통명스럽게 보이기도 한다. 누구나 V라인을 갖고 태어나는 것은 아니지만, 꾸준한 페이스라인 관리와 잘못된 생활 습관을 바로 잡는 것만으로도 가름해 보일 수 있다.

산뜻한 V라인 리프팅 HOW TO

STEP 1 피부 탄력 저하

STEP 1

탄력이 떨어진 피부는 얼굴이 크게 보인다. 냉장 보관한 차가운 거즈를 얼굴에 15분 정도 올려두어 피부를 수축 긴장시켜주는 냉찜질을 자주 해준다. 집에서 사용 가능한 리프팅 팩을 쓰는 것도 좋은 방법이다.

STEP 2 붓기가 있는 얼굴

STEP 2

얼굴이 잘 붓는 체질이거나 붓기가 잘 빠지지 않는 얼굴의 경우 옥수수 전분 팩이 효과적이다. 쫄쫄한 질감의 팩을 얼굴에 도포하고 몇 분 지나면 얼굴이 한층 조여진 느낌을 받을 수 있다.

STEP 3 턱선 근육 탄력

STEP 3

예쁜 턱선을 만들고 싶다면 턱의 근육을 풀어주고 아래쪽 림프선을 자극해 노폐물을 배출하는 마사지가 필수적이다. 볼살이 고만일 경우 볼의 지방 분해를 촉진하는 마사지로 조금이나마 수축 효과를 볼 수 있다.

STEP 4 치아교정

STEP 4

큰 얼굴을 교정하기 위한 방법으로 대부분 양악수술을 생각하지만, 80~90%는 치아가 돌출된 경우라 치아 교정만으로도 치료가 가능하다. 턱 뼈에 문제가 있는 경우가 아닌 치아 자체가 튀어나온 경우라면, 치아를 안으로 밀어 넣어 정상 위치에 자리 잡도록 돕는다.

STEP 5 양악수술

STEP 5

본래 양악수술은 턱관절 이상 증상을 치료하는 수술이다. 아래턱이 길게 자란 주걱턱과 반대로 아래턱이 작고 뒤로 밀려있는 무턱, 안면 비대칭 등 턱의 위치와 모양이 다를 경우 바로잡기 위해 시행되는 수술인 만큼 미용을 목적으로 하기에는 위험성이 높은 방법이다.

볼 지방 촉진 마사지

- ① 양쪽 손바닥을 볼에 대고 20초 동안 지그시 눌러준다.
- ② 광대뼈에 대고 앞뒤로 10번씩 원을 그리듯 돌려준다.
- ③ 양쪽 손가락을 벌려 볼에 댄 다음, 손가락으로 양볼을 두드려 준다.
- ④ 볼 안쪽에서 바깥쪽으로 사선 방향으로 살짝 두드려 준다.
- ⑤ 주먹을 쥐고 손가락 둘째 마디로 턱밑에서 입술 끝까지 끌어올리듯 마사지해준다.
- ⑥ 턱 중앙으로부터 바깥쪽으로 4등분 하며 반복해 준다.



Special affinity for Autumn

시간이란 한번 가버리면 다시 돌아오지 않는 것. 지금 하고 싶은 일을 자꾸 뒤로 미루면 인생에 선물은 없다. 최선을 다해 느끼고 사랑하며 살아가야 함을 새삼 깨닫게 되는 가을. 브리지가 추천하는 10월의 공연.

Theater

러브 스코어

상명아트홀 1관 | 2018. 06. 29. ~ 2018. 10. 14.

Theater
1



'러브 스코어'는 한때 최고의 아이돌 그룹의 리더였던 재준과 음악을 위해 제주에서 상경한 오름이 음악을 매개로 사랑에 빠지는 감성 로맨스 연극이다. 우연히 한 집에 살게 된 너무 다른 두 남녀가 '음악'을 통해 사랑에 빠지는 따뜻한 이야기를 담은 작품으로, 인물들은 매 순간 음악으로 서로와 소통한다. 서로에게 들려주고 싶은 음악을 떠올리기도 하고 함께 음악을 만들어 가며 사랑을 싹 틔운다.

synopsis | 한 때는 대한민국 최고의 아이돌 그룹 리더였지만 돈도, 사랑도 모두 잃고 가진 거라곤 자존심밖에 남지 않은 재준. 어느 날, 친구 동철의 아버지 명의로 된 아파트에 얽혀살고 있던 재준에게 날벼락같은 일이 생긴다. 바로 제주도에 살던 동철의 사촌동생인 오름이 아파트에 오게 된 것. 오갈 데 없는 두 사람은 불안한 동거 생활을 시작하고, 재준의 옛 연인인 유나가 재준을 찾아오게 되는데...

시간을 파는 상점

파랑씨어터(구.도함아트홀) | 2017. 06. 17. ~ Open Run

Theater
2



'제회 자음과 모음 청소년 문학상'에서 대상을 수상한 동명소설이 원작으로 시간이라는 소재로 한 소녀가 성장하는 이야기를 풀어냄으로 우리나라 청소년 문학을 한 단계 끌어올린 힘을 가진 작품이라는 극찬을 받으며 각종 공모전에서 상을 받은 작품이다. 특정 소재와 주제에 편중되었던 최근 대학로 작품의 한계를 벗어나 청소년기의

의 갈등 속에 시간이라는 인문학적 소재를 유쾌하고 재치 있게 풀어내어 아이에서 어른까지 관람할 수 있다.

synopsis | 연극 '시간을 파는 상점'은 주인공 온조가 자신의 시간을 파는 상점을 오픈하면서 시작된다. 남들을 위해 항상 희생한 소방대원인 아버지의 뜻을 따라 온조는 시간을 파는 상점을 통해 손님들의 어려운 일을 해결해 준다. 그러던 어느날 MP3 도난 사건이 학교 내 큰 사건으로 떠오르자 위기가 찾아온다. 시간을 파는 상점의 주인장 크로노스의 정체가 온조라는 것을 아는 친구들이 등장하고, MP3 도둑은 자살을 시도한다. 예상치 못한 상황 속에서 온조와 친구들은 어떤 선택을 하게 될까?

Concert

플라시도 도밍고 내한공연

잠실실내체육관 | 2018. 10. 26. ~ 2018. 10. 26.

Concert
1



현존하는 20세기 마지막 테너, 플라시도 도밍고가 10월 내한 공연한다. 뛰어난 음악성과 카리스마와 개성 넘치는 연기력으로 관중을 움직이는 이 시대 최고의 테너이자, 전 세계 최고의 오페라 극장에서 수십 년간 최고의 테너로 대활약 중인 플라시도 도밍고, 나이와 암을 이겨내며 LA 오페라를 최고의 극단으로 이끈 그의 에너지는 우리에게 깊은 울림과 평화와 희망의 메시지를 전해줄 예정이다.

존 카메론 미첼 내한공연

세종문화회관 대극장 | 2018. 10. 05. ~ 2018. 10. 07.

Concert
2



한국 최고의 스테디셀러 뮤지컬 '헤드윅'의 원작자 존 카메론 미첼이 내한한다. 호주 4개 도시 투어로 첫 선을 보인 이번 콘서트에서 미첼은 탁월한 보컬리스트이자 퍼포밍 아티스트로 활약하는 엠버 마틴과 협업해 한층 더 풍성하고 색다른 무대를 선사한다. 특히 이번 무대는 뮤지컬 <헤드윅>의 제작 과정을 한 번에 알 수 있는 '스페셜 에디션' 같은 공연이다. 작품의 모티브가 된 자전적 경험부터 작곡가 스티븐 트래스크와의 우연한 만남, 운명처럼 사랑에 빠진 연인에 관한 추억까지, 존 카메론 미첼이 직접 전하는 뮤지컬 '헤드윅'의 탄생 비화가 강력한 로큰롤 사운드와 함께 공연장을 가득 채울 예정이다.

Forever H.O.T.

서울 잠실 종합운동장 올림픽 주경기장 | 2018. 10. 13~14.

Concert
3



H.O.T.가 'Forever H.O.T.'라는 타이틀로 10월 13, 14일 서울 잠실 종합운동장 올림픽 주경기장에서 공연을 펼친다. 이번 공연은 2001년 2월 27일 잠실 종합운동장 올림픽 주경기장에서 열렸던 마지막 콘서트 이후 약 17년 만이다. 1996년 데뷔한 H.O.T.는 문희준, 장우혁, 토니안, 강타, 이재원의 총 5명으로 구성된 아이돌 그룹으로, 다섯 장의 정규 앨범 모두가 100만 장 이상의 판매고를 기록하는 인기를 끌었다. 또한 공식 팬클럽 Club H.O.T. 는 10만 명이 넘는 규모다.

Musical

바넘 BARNUM : 위대한 쇼맨

충무아트센터 대극장 | 2018. 08. 07. ~ 2018. 10. 28.

Musical 1



휴 잭맨 주연의 뮤지컬 영화 '위대한 쇼맨'의 원작이자 1980년 성공적인 초연 이후 현재까지도 공연되고 있는 불후의 명작 뮤지컬 '바넘 : 위대한 쇼맨'이 10월 28일까지 충무아트센터 대극장에서 개최된다. 뮤지컬 '바넘 : 위대한 쇼맨'의 국내 프로덕션은 바넘이 만나는 인물, 그들과 있었던 에피소드들을 드라마틱하게 표현했다. 더불어 한 번 들으면 기억에 남을 밝고 유쾌한 음악, 실제 서커스단의 곡예와 볼쇼, 객석을 나는 앵무새 그리고 양상불의 칼 군무와 합창을 더해 관객들의 눈과 귀를 즐겁게 한다.

synopsis | 19세기 중반 미국에서 '쇼'가 삶의 전부이자 스스로를 '사기꾼'이라 칭하는 피니어스 테일러 바넘. 그는 젊은 사업가 야모스 스커더와 함께 아메리칸 뮤지엄을 운영하며 세상에서 가장 나이 많은 여자 조이스 히스와 세상에서 가장 작은 남자 톰 뎀을 대중에게 선보인다. 이후 스웨덴 출신의 오페라 가수 제니 린드와 함께 전국 투어 공연을 하며 큰 성공을 거두지만, 바넘은 그의 아내 채어리 바넘을 위한 삶을 살아가기로 결심하면서 돌연 은퇴를 선언하는데...

너에게 빛의 속도로 간다

JTN 아트홀 1관 | 2018. 08. 24. ~ 2018. 10. 07.

Musical 2



1994년 세계 청소년 야구 선수권 대회에 한국 대표로 출전해 우승 트로피와 MVP를 거머쥔 투수 김건덕의 실화를 바탕으로 한 국내 최초 야구 뮤지컬이다. 삶의 고난에도 자신의 꿈을 찾아가는 젊은 청소년들의 성장기를 야구에 녹이내면서 관객들의 공감을 이끌어냈다. 신재범은 극 중에서 청소년 야구 국가 대표팀 주전이자 '제2의 선동열'이라고 불리는 천재 투수 김건덕 역을 맡아, 첫 공연에서부터 캐릭터를 섬세하게 표현해 냈다. '2014 한국문화예술위원회 우수공연', '2015 한국문화예술위원회 우수 재공연', 그리고 '2018 올해의 레퍼토리'에 잇달아 선정되면서 평단과 관객의 끝없는 관심을 받아 온 작품이다.

synopsis | 승엽과 건덕은 1994 세계 청소년 야구 선수권 대회의 우승 주역이자 절친이다. 언젠가는 빛의 속도로 던질지 모르다며 열광하는 스카우트들의 러브콜에도 불구하고, 건덕은 승엽과 함께 프로 입단을 미루고 대학에 진학하기로 한다. 누구보다 밝고 미래에 대한 희망으로 가득한 19살 건덕. 하지만, 불운한 어깨 부상에서 이어 재할까 포기하고 승엽과 건덕은 맞붙게 되는데...

매디슨 카운티의 다리

샤롯데씨어터 | 2018. 08. 11. ~ 2018. 10. 28.

Musical 3



미국 아이오와주의 한 시골 마을에서 평범한 삶을 살고 있던 이탈리아 출신 이민자 프란체스카와 사진 촬영을 위해 마을에 온 내셔널 지오그래픽 사진작가 로버트 킨케이드의 이룰 수 없는 애절한 사랑을 다룬 작품. 토니상, 드라마 데스크상, 외부 비평가상 등 세계 최정상 뮤지컬 시상식의 음악상을 석권한 감미롭고 서정적인 음악, 감성적인 연출, 아름다운 무대 미학이 한데 어우러진 명품 로맨스 뮤지컬이다.

synopsis | 2차 세계대전 중 이탈리아에 파병 온 버드와 결혼하여 고향을 떠나 미국 아이오와 윈터셋에서 평범한 삶을 살고 있는 프란체스카. 어느 날, 남편과 아들, 딸이 일리노이 주의 박람회 참가하기 위해 여행을 떠난다. 홀로 남게 된 프란체스카와 매디슨 카운티에 있는 '로즈먼 다리를 찍기 위해 온 내셔널 지오그래픽의 사진작가 로버트 킨케이드가 운명처럼 만나게 되고...

천사에 관하여 : 타락천사 편

DCF대명문화공정 2관 라이브웨이홀 | 2018. 09. 04. ~ 2018. 11. 18.

Musical 4



2016년 초연 당시 뮤지컬 마니아들의 반복 관람을 이끌어내며 많은 사랑을 받았던 뮤지컬. 독특하고 감각적인 소재는 물론, 중독성 강한 리듬과 락 장르를 활용한 넘버들로 공연에 대한 깊은 찬사를 남겨 공연이 끝난 지금까지도 여전히 공연 마니아들 사이에서 회자되고 있는 작품이다. 천사 루카와 타락천사 발렌티노, 레오나르도 다빈치와 그의 조수까지, 실태처럼 얽혀있는 네 사람의 이야기가 흥미진진하게 펼쳐진다.

synopsis | 1495년경, 이탈리아 밀라노. 신의 영광을 드러낼 예술가를 찾아 지상에 내려온 천사 루카와 인간을 사랑해 버린 죄로 신에게 버림받은 타락천사 발렌티노. 단 한번, 인간에게 모습을 드러낼 수 있는 천사 루카. 어느 날 그는 엉뚱하게 레오나르도의 조수인 자코모에게 자신의 모습을 드러내게 되고, 신에 대한 반항심으로 사사건건 루카를 방해하던 발렌티노는 루카의 실수 덕에 손쉽게 다빈치와 만나게 된다.

오디너리 데이즈

대학로 자유극장 | 2018. 09. 08. ~ 2018. 11. 04.

Musical 5



오디너리 데이즈는 '뉴욕 드라마티스트 매거진'의 '주목할 만한 50인 작곡가'로 선정된 아담 그완의 작품으로, 총 21곡의 넘버로 노래로만 전체의 스토리가 구성된 송스루 뮤지컬이다. 2008년 영국 오프 웨스트엔드를 시작으로 미국 오스트레일리아 일본 프랑스 브라질 등 유럽과 미국을 넘어 5 대륙에서 200회 넘게 자국 언어로 상연됐다. 제작사 플레이헤움과 컬처마인이 2018년 국내 단독 라이선스 계약 체결해 9월부터 공연 중이다.

synopsis | 뉴욕을 배경으로 4명의 뉴욕거, 무명의 예술가 워렌(Warren)과 줄업을 앞두고 있는 데브(Deb) 그리고 클레어를 사랑하며 결혼을 꿈꾸는 제이슨(Jason)과 제이슨을 사랑하지만 과거 상처로 인해 결혼을 두려워하는 클레어(Claire)의 일상을 보여준다. 무한한 가능성이 펼쳐진 미래를 걱정하고 의심하며 살아가는 젊은 날의 모습을 그리며 현대에 젊은이들이 공감할 수 있는 메시지를 담고 있다.

2018 October Lucky Keyword

No sweat, No sweet!



물병자리(1월 20일~2월 18일)

순리를 따르세요

장기간 추진해 왔던 일이 구체적인 목표로 보이기 시작했어요. 다만, 결과를 염두에 둔 나머지 너무 재거나 따지다가 계산적으로 변한다면 정작 당신을 행복하게 만드는 일상의 여유를 놓칠 수 있으니 주의하세요. 순리에 따라 차근차근 움직이는 것이 무작정 덤비는 것보다 훨씬 나아요. 뭔가 거창한 것도 좋지만 행복은 소소한 것임을 잊지 마세요. 호감 가는 사람이 있다면 그의 장점을 한껏 PR 해 보세요.



물고기자리(2월 19일 ~3월 20일)

사랑 때문에 웃을 수 있어요

고진 감래라는 말의 의미를 실감할 수 있는 한 달이에요. 난관이 조금씩 풀리며 당신을 기쁘게 할 일이 무르익어요. 새로운 것에 대한 호기심이 커지고 배우의 욕심도 커지고요. 특히 짝사랑을 하고 있다면 그 사랑의 결말로 웃을 수 있어요. 줄다리기를 하지 말고 그냥 기쁘게 웃어주세요. 커플은 상대방에게 아무렇지 않게 선물해 보세요.



염소자리(12월 22일~1월 19일)

처세와 수완에 따라 달라져요

사람들과 소통할 때 많은 매력을 발휘할 수 있지만 주위 사람들에게 많은 신경을 써야 하는 달이네요. 이런 시기에는 말수는 줄이고 상대방의 말을 끝까지 들어 보려는 자세가 필요해요. 당신보다 연상이나 상사들의 눈치를 잘 살피며 행동한다면 의외로 혜택을 볼 수 있으니 수완을 발휘하길. 직장에서는 늘 미소를 띠세요. 강력한 무기가 될 거예요. 커플은 짜증 부리지 말고, 솔로는 쉽게 포기하지 마세요.



양자리(3월 21일~4월 19일)

행운은 가까운데 있어요

앞만 보고 달려가다가 큰 코 다칠지 몰라요. 목표가 확실한 건 좋지만, 다 신중해야 해요. 사람들과의 만남이 긍정적인 결과를 가져올 테니 그룹으로 움직여 보는 것도 좋아요. 주위 사람이 다소 부족해 보이더라도 가르치려 드는 태도는 버리길. 평소엔 전혀 상관없다고 생각했던 사람이 귀인이 될 수 있으니 주변을 잘 관찰해 보세요. 커플은 애교도 노력임을 기억하세요. 솔로는 관심사를 공유하길.



황소자리(4월 20일~5월 20일)

당신이 먼저 양보하세요

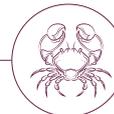
관대한 자세는 좋지만 미처 세세한 부분을 살피지 못해 실수하는 일이 없도록 조심하고 꼼꼼한 사람으로부터 조언을 얻으세요. 사실 모든 걸 다 내려놓고 보면 초라한 것일 때가 많아요. 너무 욕심내지 말고 양보를 하면 더 많은 것을 얻을 수 있어요. 내편이 될만한 동료와 상사들을 많이 찾아보세요. 커플은 여행을 떠나는 것도 좋아요. 솔로는 보다 솔직해 지길.



쌍둥이자리(5월 21일~6월 21일)

파이팅이 넘치는 한 달이에요

희망이 넘치고 의욕이 솟구치는 한 달이에요. 너무 파이팅이 넘쳐 건강에 소홀해질 수 있으므로 무리한 야근이나 연구 및 공부 등은 피하고 제시간에 잠자리에 드는 등 건강관리에 주의하세요. 단, 연인관계는 조그만 실수로도 관계가 냉랭해질 수 있어요. 작은 선물이나 문자 메시지 등, 잔잔한 애정표현을 할 수 있도록 하세요. 직장에서는 책상 주변을 화사하게 꾸며주세요.



게자리(6월 22일~7월 22일)

스스로를 정비하고 때를 노리세요

매사에 자기중심적이지 않도록 주의하세요. 주관이 확실한 것과 고집이 센 것은 다르거든요. 억울하다고 무조건 남 탓으로 돌리는 것도 금물이에요. 모든 감정을 버리고 다소 무료할 수 있겠지만 자신을 정비하고 때를 노리세요. 다른 사람은 무심코 지나치는 것에 특유의 배려심을 발휘한다면 좋은 평가를 받을 수 있어요. 커플은 결정권을 상대방에 넘기세요.



사자자리(7월 23일~8월 22일)

노력의 결실이 기대되네요

진행해 왔던 일이나 공부가 보상을 받아 학교, 직장, 가정에서 당신에 대한 신뢰와 믿음이 상승하고 재운도 따를 수 있는 달이네요. 조금 거슬리는 말을 하는 사람이 있다면 질투심 때문이니 신경 쓰지 말길. 냉정하다는 얘기를 들어도 작은 부분까지 확실하게 고려해 계산을 끝내세요. 어설픈 동정이나 위로보다 꼭 부러진 일처리가 당신과 주변을 위해서도 좋아요. 커플은 미래에 대한 얘기를 꺼내보는 게 어떨까요?



처녀자리(8월 23일~9월 22일)

대책 없이 뛰어드는 건 금물이에요

호기심이 지나치면 관심을 안 갖느니만 못한 일이 벌어져요. 호기심에 못 이겨 앞뒤 생각 없이 덤비면 창의성을 잃고 낭패를 보는 수가 있어요. 어떻게 해야 할지 모르겠다면, 기다리는 것이 낫다는 말을 기억하세요. 투잡에 대한 기회가 생길 수도 있는데 물질적인 이익보다 배운다는 자세로 임하면 예상외의 만족감을 느낄 수 있어요. 직장에서는 화려한 액세서리를 하면 강한 인상을 줄 수 있어요.



천칭자리(9월 23일~10월 23일)

주변 사람들의 의견을 들어 보세요

이번 달은 천칭자리에게 무엇이든 능률이 오르고 원활하게 될 때네요. 이 기회를 잘 활용해보세요. 꼭 부러져 딱딱한 인상을 심어주지 않고, 고상하고 품위 있는 모습을 살려보세요. 작은 아이템 하나도 신경 써서 고르세요. 사람들과 공평하게 의견을 나누되, 당신의 주장은 은근히 내세우면 좋은 결과를 얻을 수 있습니다. 주변과의 조율이 집중하고, 직장에선 상사와 후배 사이에서 균형을 잘 잡으세요.



전갈자리(10월 24일~11월 22일)

때로는 잘난 척도 도움이 돼요

이번 달에는 한턱 쓰는 것이 좋겠네요. 약간의 잘난 척을 하더라도 사람들은 긍정적으로 받아들일 테니 자기 PR에 힘써주세요. 남에게 선행을 베푼 것이라도 티 내 보는 게 좋을 정도예요. 보답이 많은 달인 만큼, 항상 입던 옷보다는 세련된 옷차림도 중요하고 직장에서는 미처 챙기지 못한 사람이 없는지도 살펴보세요. 커플은 새로운 데이트 코스에 도전하고, 솔로는 호감 가는 대상과 관심사를 공유해보세요.



사수자리(11월 23일~12월 21일)

고생 끝에 낙이 보이네요

이달은 상황에 이끌리지 않고 자신 있게 능동적으로 대처하다 보면 두 마리 토끼든 세 마리 토끼든 모두 잡을 수 있어요. 그동안 주변의 눈치를 보느라 펼치지 못한 뜻을 맘껏 펼쳐 볼 수 있는 최고의 찬스이기도 해요. 확고한 소신을 바탕으로 추진력을 발휘하면 일에서도 연애에서도 당신의 운은 상승세를 타겠네요.



작품명 | 작별

Copyright©esUN All Rights Reserved.
 •Instagram.com/esun-eunsun •www.grafolio.com/esunc

ICE GLITTER TUMBLER

탐앤탐스 아이스 글리터 텀블러 18,000원



BLUE
Tumbler



PINK
Tumbler

• 본 이미지는 연출된 이미지이므로 실제와 다를 수 있습니다.

TOM N TOMS COFFEE

European Blending Formula
200 years / 200 ans
Le Marche
THE THERAPY

물처럼 가볍게 스며드는 첫 단계 안티에이징
더테라피 퍼스트 세럼

새로운 안티에이징의 시작을 경험하세요. 세안 후 첫 단계부터
미세한 크리스탈 입자가 영양을 촘촘히 채워 건강한 피부를 완성합니다



더테라피 퍼스트 세럼

안티에이징, 보습 효과, 각질 정돈까지
피부 컨디션 상승에 도움을 주는
첫 단계 세럼

The Therapy is an anti-aging cosmetic line (except some products) that embodies blending formula.
La gamme de cosmétiques anti-âge The Therapy (à l'exception de certains produits) est issue d'une formule mélangée.

THE FACE SHOP



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