

Breeze

브리즈 Life & Beauty Magazine | BREEZEKOREA.COM

CMN Cosmetic Marketing News



9 772092 587004

ISSN 2092-5875

2018. DECEMBER

Vol. 160

WORK &
LIFE BALANCE

Wannabe Party Queen

2018을 달군 HIT & HOT

*Special
Holiday*

Moisture Layed

자체 발광 이미지 메이크업 연출법

Here
Comes
Innocent
Femme-fatale

- 지베르니 전속모델 소미 -



perfect serum

머리끝까지 빛나게 나만의 스타일을 연출하다
7가지 오일각테일의 손상케어 효과

미장센 퍼펙트 세럼





1



2



3



4



5

로맨틱 '설렘주의!' Winter Holiday Look

두 뺨을 스치는 차가운 바람. 낭만 한 손가락을 녹인 커피처럼 향긋한 12월. 따뜻한 불빛과 달달한 사랑의 말들... 낭만이 절정인 이달을 보다 화려하고 아름답게 마무리 하기 위한 뷰티업계의 움직임이 더욱 빨라지고 있다. 풍요롭고 럭셔리한 메이크업 한정판이 눈과 마음을 호강시키는 이달의 홀리데이 컬렉션. 버건디 컬러의 톤온톤으로 블루 LED 아래 네온 컬러로 체인지되는 컬러들이 솔직하고 당당하다. 패션도 한층 로맨틱하고 시크해졌다. 디테일에 재미를 준 코트와 패딩 점퍼 등, 파티 룩이지만 과하지 않은 스타일링에 심플하면서도 고급스러운 주얼리... 부드러운 눈매 속의 강한 카리스마와 로맨틱한 느낌의 컬러들이 설렘 가득한 연말의 분위기를 더욱 고조시켜 준다.

편집장 유수연

- 1. 셀레브 홀리데이 룩 2. 랑콤 2018 해피니스 스파클 홀리데이 3. 문샷 브라운 아이즈
- 4. 뷰티팩토리 아리얼(Arial) × 배우 김명지
- 5. 오즈세컨 홀리데이 룩 6. 제이에스티나 스페스타



6

볼 때마다
새로운 화장품 정보가 있다
m.cmn.co.kr



CMN Cosmetic Marketing News



- 09 — **TREND**
Here Comes Innocent Femme-fatale
Moisture Layerd
Make-up High-light
- 17 — **HAIR**
Simple but Brilliant
- 18 — **ZOOM**
Special Holiday
따뜻한 연말 뷰티 New & Hot
- 22 — **BEAUTYSOLUTION**
Get Smart by Sleeping Beauty
- 24 — **FOCUS**
Work & Life Balance
- 28 — **TOPIC**
2018을 달군 HIT & HOT
- 30 — **GETTHE TIP**
Wannabe Party Queen
자체 발광 이미지 메이크업
- 34 — **NEWS**
Beauty / Event & Campaign /
Model / New & Hot / Fashion News
- 45 — **BEAUTYPLUS**
S.O.S 아토피!
- 46 — **HOROSCOPE**
Cheer up with happy year!



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. 160

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. DECEMBER

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 12월 1일 발행 통권 160호
 등록일 2005년 3월 8일 등록 등록번호 영등포 라 00036
 Breeze는 한국간행물윤리위원회의 윤리강령 및 실천요강을 준수합니다.

Copyright ©Cmn.All Right Reserved.

100시간
마르지 않는
3중보습



넌이게 필요해

플로리아 뉴트라 에너지 100시간 크림

FLORIA

Nutra Energy
100 Hours Cream

뉴트라 에너지 100시간 크림

CONTAINS ARGAN OIL &
SAFFLOWER EXTRACT

to moisturize skin for 124 hours

TONYMOLY

북경대는 북경에서



동경대는 동경에서



서경대는 서울에서
학생들의 미래를 만들어 갑니다



실용이 최고의 가치다
서경대학교

2018 교육부 대학역량진단평가 '자율개선대학' 선정

2017 교육부 교원양성진단평가 '최우수 A등급' 획득

2018 평창 동계올림픽 '뷰티분야' 공식 후원

**2019 서경대학교
정시 신입생 모집안내**

인터넷 원서접수 기간

2018년 12월 29일(토) ~ 2019년 1월 3일(목) 17:00까지

※ 인터넷 접수만 실시, 자세한 사항은 본교 홈페이지 입학안내 확인

문의처 | 입학관리과 02-940-7019

홈페이지 | <https://go.skuniv.ac.kr>

주소 | 서울특별시 성북구 서경로 124(정릉동)

서경대학교

2019학년도 [정시 다군] 계약학과 채용조건형 특별전형
수능성적 없이 “학생부 + 서류전형”으로 선발, 4년간 등록금 산업체지원 + 졸업 후 채용

모집단위 및 모집인원

대학	학과명	모집인원
미용예술대학	헤어·메이크업디자인학과	20명

지원자격

미용관련 고등학교 또는 학력인정 평생교육시설, 학원 등에서 1년 이상 교육 이수자
국가기술 미용사자격증(일반/피부/네일/메이크업), 이용사자격증 중 1개 이상 소지자

전형방법

학교생활기록부	서류전형	수능최저학력기준	기타
800점	200점	없음	산업체매칭(가/부)

※ “산업체매칭”은 산업체 관계자와 면접실시하여 합격 “가/부” 여부로만 활용

원서접수기간

2018. 12. 29(토) - 2019. 1. 3(목) 17시까지
※ 인터넷접수만 실시(본교 또는 진학사 홈페이지에서 접수)

산업체 지원 및 학생 의무사항

산업체명	교육비지원	취업	의무근무기간
(주)준오뷰티(준오헤어)	50%	졸업 후 즉시 채용	1년

※ 학생 귀책사유에 의한 학업/취업 포기시 지원 교육비 일체 상환 조건

입학전형 안내

산업교육지원과 02-940-7725, 7726
홈페이지 <https://go.skuniv.ac.kr> 또는 <https://ucon.skuniv.ac.kr>

※ 자세한 사항은 본교 홈페이지 입학안내 모집요강 참조





타인을 비추는 거울

White Snow Princess's Mirror

거울아... 거울아.
이 세상에서 누가 제일 예쁘니?
물론, 공주님이시지요!

동화 속 거울은 언제나 정당했다. 그러나 이 대답은 공주 자신에게 했을 때와, 사나운 계모 앞에서 했을 때의 거울의 운명은 천양지차였다. 공주 본인에게는 바른말을 하는 더없이 진실한 보물 일지 몰라도, 계모의 입장에서는 눈치 없고 고약한 유리조각에 불과하기 때문이다. 물론, 만약 계모가 좋은 엄마였다면, 공주의 거울은 백설공주의 미모를 돋보여 주는 역할은 물론, 공주가 본래 가지고 있는 적극적인 소질을 한껏 키워줄 수 있는 존재였을 게다. 그러나 그녀의 계모는 이른바 나르시시즘이 강하고 자기중심적인 인간이었다. 늘 항상 자신이 거울을 들여다보고 있지 않으면 의붓딸을 제거하는 방법을 궁리하고 있었던 그녀가 공주에게 관심을 가질 때는 공주가 자신의 적이라고 느꼈을 때뿐이었다.

이처럼 모든 것을 가졌지만, 늘 항상 '당신이 최고'라고 누군가 확인해 주지 않으면 불안해하는 사람들이 늘어가고 있다. 그러나 자신이 중심이 되거나 스포트라이트를 받고 싶어 하는 이들의 집착과 욕망은 때때로 뷰티산업 발전의 원동력이 되곤 한다. 다시 말해, 동화 속 거울이라는 존재도 신데렐라와 계모

사이에서 끝없이 아름다움에 대한 찬사로 질투를 자극하는 매개체였는지도 모른다.

한 해가 저물어 가는 시점에서, 돌아보면 요즘의 뷰티산업의 기본은 말 그대로 소확행. '소소하지만 확실한 행복'이라는 말 그대로, 나만을 위한 스킨 관리, 나만을 위한 메이크업, 나만의 뷰티 스포츠 등을 통해 스스로의 존재를 확인하고 즐기는 사람들의 움직임이 돋보였던 한 해였다. 이는 사물의 진정한 가치나 진가를 돋보이게 하는 생각과 안목이 그만큼 높아진 결과이기도 하다. 사실, 이런 정서적인 느낌은 쉽게 얻어지는 것이 아니다. 유럽의 귀족들은 진짜를 알아보는 안목과 실력에 대해 '피를 통해 다듬어지는 것'이라 할 정도 였으니, 품위있는 아름다움이란 좋은 환경 속에서 몸으로 익힌 결정체 임이 틀림없다.

결과적으로, 서로 보고 배울만한 지점이 될 수 있는 진짜 거울이 없었다는 것이 백설공주에게 치명타였던 것처럼, 그녀의 거울은 질투심과 함께 욕심에 대한 결말을 암시하는 의미가 크다. 서로를 긍정하는 마음, 즉, 아름다움의 의미를 보다 가치있게 비춰줄 수 있는 '타인을 비추는 거울'의 의미를 생각하게 했던 뷰티업계의 한 해가 또 저물어 간다.

편집장 유수연



달콤 스위트한 그녀들이 왔다

Here
Comes
Innocent
Femme-fatale



한해가 지나가는 길목, 12월이 화려한 것은 새로운 시작에 대한 설렘 때문이다.
수많은 사람들 속에서도 나만의 아우라를 발신할 수 있는 윈터 메이크업.
여전사 같은 강렬함도 좋지만, 빛나는 조명아래 화이트 코트가 어울리는 날,
스윗하면서도 사랑스러운 메이크업과의 랑데부가 시작됐다. 에디터 유수연

수분에 수분을 더하다

Moisture Layerd

요즘 가장 핫한 메이크업 트렌드는 누가 뭐래도 맑고 촉촉하고 윤기가 감도는 로열피부. 반짝이는 거리의 불빛에도 홀리데이 메이크업에도 돋보인다. 연말을 상징하는 실버와 골드, 그리고 레드든 물론, 연말의 모든 반짝임과 어울리는 드라마속 여주인공처럼 우아하고 고풍적으로 피부를 가꾸고 싶은 날!

Winter Daily care

기초관리부터 꼼꼼하게 Cleansing & Double Moisture

건조해지는 공기로 인해 피부 탄력이 떨어져 노화가 진행되는 계절. 피부 탄력은 물론, 건강하고 매끈한 피부를 위한 노력이 필요하다. 탄탄한 피부 장벽 보호로 외부 자극에 굴하지 않고, 무엇보다도 화사하게! 스킨케어 에센스 크림 오일까지 잘 챙겨서 탱탱한 썸얼룩을 자랑하는 것이 겨울철 스킨케어의 기본.



수분만 남기고 뽕송하게 Tone up! Level Up!

얼굴에 각질이 있으면, 아무리 좋은 메이크업을 해도 효과가 없다. 모공이 노폐물로 막혀 있거나 묵은 각질이 쌓여 있는 경우 아무리 크리스마스 전날 보습에 충신했다 해도 다음날 화장이 들뜨거나 거칠어 보이게 마련이다. 피부에 자극을 주지 않으면서 각질을 부드럽게 제거해 주는 필링젤을 이용해 건성피부는 일주일에 1~2번, 지성 및 복합성은 피부 상태에 따라 일주일에 2~3번 각질을 제거해 주는 것이 좋다. 블랙헤드 때문에 지저분해 보이는 코 주위는 히팅 원리를 이용한 블랙헤드 제거용 오일을 이용해 깨끗하게 정리해 준다.

1. 렛미스킨 히비스커스 생기 필링 패드
2. 메이크프렘 라디언스 미 마일드 에센셜 필링
3. 맥스클리닉 레드 프로폴리스 뉴트리션 오일폼
4. 에스쁘아 스킨 글로우 워터

Step 2. 흡수케어

스킨 × 로션 × 에센스
× 수분 크림



유전적 요소로 유난히 피부가 얇고 민감하며 외부 자극에 대해 약한 악건성 피부는 겨울철 극도로 민감하게 반응할 수 있다. 나이를 먹을수록 노화가 빨리 진행되는 경향이 있어 이런 피부의 사람들은 화려한 연말 메이크업에 집착하지 말고 충분한 휴식을 취하면서 보습 관리에 더 신경 쓰는 것이 좋다. 항상 수분이 날아가지 않도록 유의하고, 무엇보다 자극에 민감한 피부를 편안하게 진정시켜 줄 수 있는 제품으로 수분 함유량을 높여주는 것에 집중할 것.

수면 팩을 하고 있는데도 D-day에 피부가 푸석거리다면?

1. 에멀전과 세럼을 1:1의 비율로 섞은 후 얼굴에 발라 흡수될 때까지 가볍게 패딩한다.
2. 건조한 눈가와 입가에는 아이크림이나 인텐시브 세럼을 두 번 덧발라 준다.
3. 보습제품이 완벽하게 흡수됐는데, 건조함이 느껴진다면 미스트를 듬뿍 뿌린 후 톡톡 두드려 흡수시켜 준다.
4. 젤 타입의 보습크림을 다시 발라준다.
5. 헤어에도 충분한 영양을 공급해 주자. 유난히 푸석거리는 모발 뿌리에는 코팅 기능이 있는 헤어 에센스를 살짝 뿌려 마무리 해준다.

예민 피부 고농축 수분크림 + 영양크림

푸석 피부 쿨링 + 수면팩

건조 피부 보습크림 + 리치크림

수분크림을 아무리 발라도 항상 거친 피부는 각질은 물론, 피부를 보호하는 방어막이 깨지고 수분을 빼앗겨 탈수된 피부일 경우가 많다. 화장품은 피부를 치료하는 용도가 아니라, 개선시켜주는 제품이므로, 심각하게 건조에 시달리는 피부라면, 병원에서 원인 진단부터 하는 것이 좋다. 일상적인 피부 케어단계에서의 수분 부족개선 방법은 일단 클렌징 워터로 가볍게 닦아내준다. 예민한 피부는 단단한 밤타입의 보습제가 좋고, 오일이나 크림 등을 사용해 수분이 날라가지 않도록 하는 것이 좋다. 만성 피부는 기본적인 보습 제품에 리치크림을 발라준다. 화이트 크리스마스도 무색할 만큼 투명하고 깨끗한 피부로 이브의 밤을 밝히고 싶다면 D-day 전날만큼 충분한 휴식을 취하는 것이 좋다. 얼굴의 온도를 낮추어 트러블을 예방해 주는 동시에 잠을 자는 동안 독특한 보습효과를 제공해 주는 팩을 활용해 보자. 바르고 자기만 하면 되니, 이보다 더 편할 수는 없다. 은은한 아로마 향을 느낄 수 있는 팩이라면 더욱 기분도 업.



1. 크레모랩 매크로 세럼 마스크
2. 바이애콜 퓨어 카밍 마스크팩
3. 아크웰 감초수 클렌징 토너
4. 이니스프리 진저하니 라인
5. 아이오페 모이스트젠 라인
6. 키엘 히비스커스 오버나이트 탄력마스크





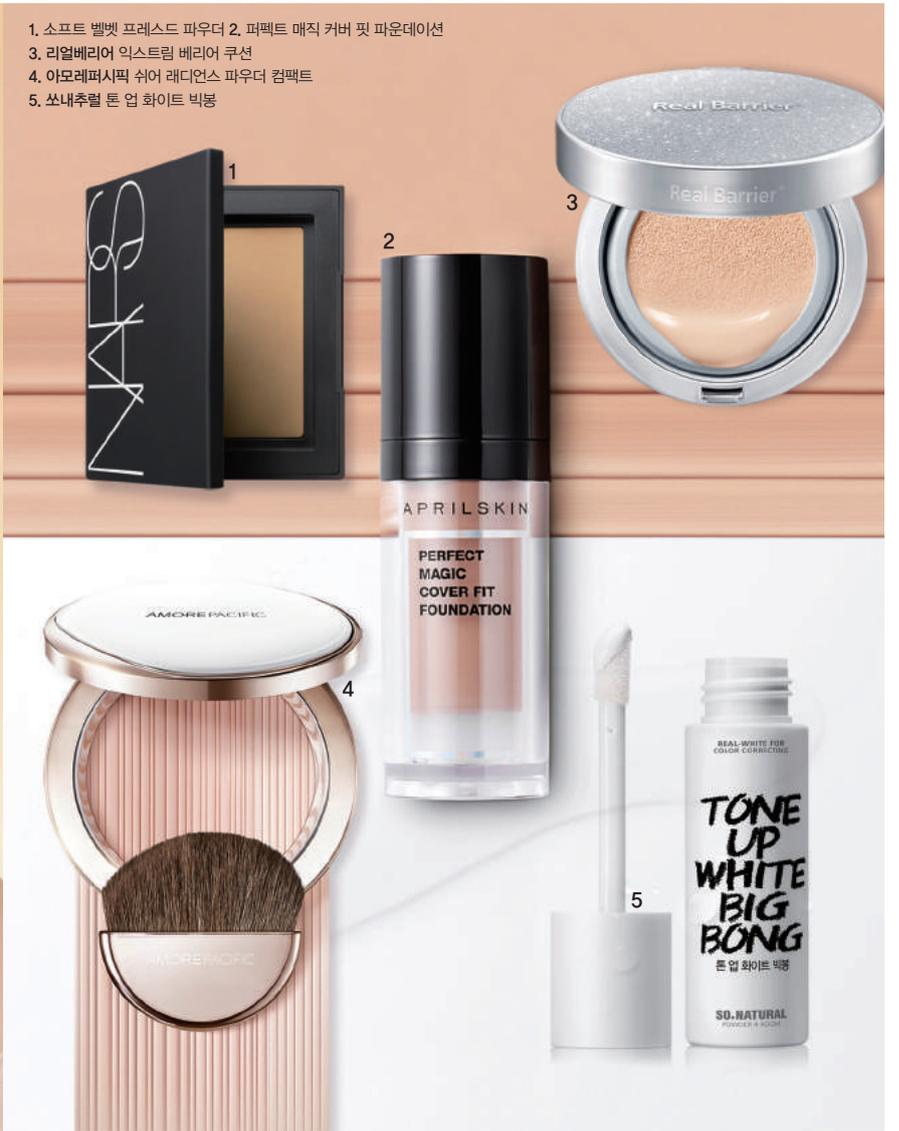
칙칙 피부 브라이팅 베이스 × 톤업 베이스 × (크림 + 파운데이션)

잡티 피부 피부 정돈 × 베이스 레이어드 × 컨실러

내 피부에 맞는 메이크업 베이스와 파운데이션, 쿠션 비비크림 등을 한 번에 듬뿍 바르기보다 퍼프를 이용해 소량을 자주 덧발라 주는 것이 좋다. 일단 브라이팅 베이스를 하이라이트 존에 발라주면 화사한 느낌을 더해 줄 수 있다. 피부가 어두운 편이면 피부 톤보다 한 톤 밝은 베이스를 발라준다. 크림과 파운데이션을 겹쳐 발라주거나 수분크림을 파운데이션과 잘 믹스해서 발라주면 피부의 생기를 부여하는 것은 물론, 즉각적인 커버 효과를 준다. 이후 파운데이션 마지막 단계에서 에센스를 스펀지 등에 이용해서, 애플 존에 발라준다. 비비크림을 발라도 점이나 기미, 주근깨 등이 보여 신경 쓰인다면 자신의 피부 톤보다 한 톤 밝은 컨실러로 고민 부위를 가볍게 터치해 주자. 결점을 커버해야겠다는 욕심으로 너무 두껍게 바르면 그 부위가 오히려 도드라지거나 피부가 부자연스러워 보일 위험이 있으니 주의할 것. 부드러운 솔의 페이스 브러시와 루주 파우더로 번들거리는 부위를 살짝 커버해 주면 좋다.



블리블리 아우라 광채쿠션



1. 소프트 벨벳 프레스드 파우더 2. 퍼펙트 매직 커버 피트 파운데이션
3. 리얼베리어 익스트림 베리어 쿠션
4. 아모레퍼시픽 쉬어 래디언스 파우더 컴팩트
5. 쏘나추렐 톤업 화이트 빅봉

BOURBLE



KYE



CHARMS



2018 FW Designer's Collection MAKE-UP HIGH-LIGHT

시즌을 한 발 앞서 트렌드를 제안하는 디자이너 컬렉션은 패션과 전체적인 이미지 매치에 포커스를 맞추고 있으므로 메이크업 트렌드를 미리 볼 수 있는 중요한 장이다. 지난 봄에 제안한 FW 헤라서울패션위크에서의 메이크업 역시 디자이너에 따라 그래픽적인 터치로 더한 메이크업을 볼 수 있고, 눈매의 구조적인 형태에 주목한 화장법, 혹은 아이홀을 따라 컬러에 포인트를 주기 위한 개성 넘친 화장법도 있지만, 사실 일반적으로 따라 하긴 힘들다. 연말 파티룩을 연출하기 위해서는 재미있지만, 너무 과한 욕심은 금물. 눈꺼풀 윗부분을 살짝 올려주는 레드 포인트나, 점막 라인에 블랙 컬러를 입히고, 그위에 퍼플, 혹은 그린 등의 컬러를 덧발라 두 가지 컬러를 사용하여 아이라인으로 변화를 주는 것이 더 깔끔하고 세련된 느낌을 줄 수 있다. 사진 헤라서울패션위크

MISS GEE COLLECTION

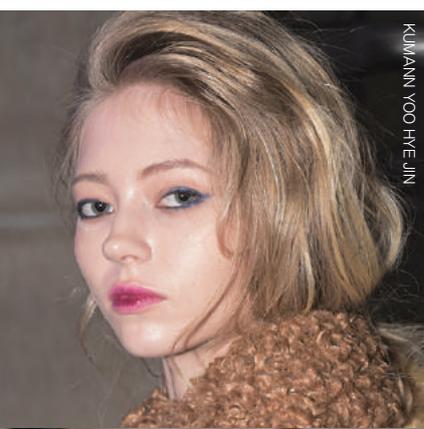


DOZOH



TIBAEG





KUMANN YOO HYE JIN



LIE



JARRET



Enjoy Color Play!



너무 강하고 무거운 스모키 메이크업은 금물. 떨어 가미된 파스텔 계열의 색도로 화사하게 연출하거나 세련된 골드나 브라운 계열의 색도로 따스하고 깊이 있는 눈매를 연출해 주는 것이 포인트. 사실 점막 위에 블랙 라이너를 바르고, 언더라인에 블루와 퍼플 등 컬러 라인을 매치시키는 것만으로 컬러 포인트는 다 준 것이나 마찬가지로, 눈을 강조하는 메이크업에서는 레드 립스틱은 자제하고, 살짝 누디한 컬러의 립스틱을 매치시키면 부담스럽지 않게 즐길 수 있다.



TOLEARYUN (대표)과 김도민 (홍남관)에게



1. 더샘 샘물 싱글 블러셔 4중 2, 메리케이 크로마퓨전 아이 색도 리미티드 컬렉션 3. 메이블린뉴욕 뉴욕시티팔레트 3중 4, 베네피트 베네티 플레어 누드 아이 색도우 팔레트 5. 베네피트 갓 더 프리티 스타티드 6. 셀레뷰 세시 볼륨 마스크라 7. 블리블리 자이언트 볼륨 마스크라 8. 셀레뷰 세시 글림 아이 글리터

Blusher

아이메이크업과 립 메이크업까지 완벽했는데, 여전히 뭔가 허전하게 느껴진다면 그동안 아껴 두었던 화장대 서랍 속의 블러셔와 하이라이터를 과감하게 꺼내 줄 것. 유행하는 인공 주근깨는 인위적으로 내추럴 한 무드를 강조하고 싶을 때 하는 것으로 브라운 세이딩 제품을 큰 브러시에 묻혀 콧등과 광대뼈 위로 가볍게 쓸어주면 더욱 건강하고 내추럴하게 느낄 수 있는 연출법이다. 친구들과의 모임에 장난스럽게 트렌디하게 즐길 수 있는 메이크업. 블러셔를 광대뼈에서 코끝을 향하는 느낌으로 가볍게 터치해 준 후 하이라이터로 콧등과 눈 밑 턱끝 등을 터치해 주면 자연스러운 홍조뿐 아니라, 광택이 도는 것처럼 보이고 훨씬 입체적인 얼굴을 연출할 수 있다.

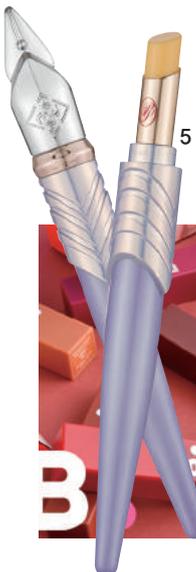
1. 어퓨 꾸뛰르 블러셔 & 하이라이터 2. 이니스프리 마이 체인저블 블러셔 3. 투쿨포스쿨 체크젤리 블러셔
4. 블러블리 촉촉 워터 쿠션 블러쉬



Lipstick

연말 메이크업의 포인트는 립 메이크업! 빨간 립스틱만큼 만큼 연말에 잘 어울리는 메이크업도 없다. 붉은 립스틱은 혈색을 환하게 해 줄 뿐 아니라 블랙이나 네이비 브라운 다크 그레이 등 무거운 겨울 아우터와도 완벽한 매치를 이루기 때문이다. 특히 립 플림퍼는 처음 바를 때에는 민트향과 함께 약간 화한 느낌이 나지만, 플림퍼 안에 함유된 입술을 부풀려 주는 성분이 입술을 자극하여 본래의 입술보다 도톰하게 해주는 효과가 있다. 립글로스의 글로시함과 립스틱의 섹시함을 동시에 연출할 수 있어 편리하다.

1. 정샘물 에센셜 틴티드 립 글로우 뉴 컬러 2. 투쿨포스쿨 글램락 미스티 로즈
3. 메리케이 매트 립스틱 4종 4. 16브랜드 알 유 16 테이스츄 에디션
5. 비브라스 리바이브 미 립스 이탈리아인 키스
6. 시에로코스메틱 멀티 블러셔 & 스피드 플럼퍼 7. 바닐라비 립모션 컬렉션





Long: *Flora*

레이어드 롱스타일을 표현하면서 F/W 시즌에 맞게 라인을 단단하게 잡아 무게감 있게 표현한 것이 특징이다. 발레아주 테크닉을 가미한 후 가을 단풍 느낌을 표현하는 피그먼트로 시술로 모발 손상은 최소화하되 고급스럽고 세련된 칼라 연출을 최대화했다.

Simple but Brilliant

자연과의 융합

올겨울 헤어 트렌드에서 주목되는 것은 단연 커트, 최대한 심플하게 이뤄지지만, 컬러가 화려한 것이 특징이다. VOG(보그) 그룹 포뮬러 아카데미 프랭크쇼케씨의 발표에 따르면, 화려한 칼라라고 해서 많은 색감을 조합하기보다는 깨끗하고 클리어 한 이미지를 살리면서 모발의 손상을 최소화시키는 자연주의적 칼라가 주목되고 있다. 보그 헤어의 이번 컬렉션은 사람과 자연을 콘셉트로 사람에 대한 본성과 자연에 대한 융합을 주제로 내추럴함을 강조한 것이 포인트다.



Medium: *Iris*

클리어한 느낌을 살려 색감은 최대한 배제한 스타일, 발레아주 테크닉을 뿌리부터 넣어 주되 모발 끝 쪽으로 갈수록 옹브레 느낌이 나도록 깨끗한 이미지를 준다. 뿌리 가까이 발레아주와 모발 끝은 옹브레 테크닉으로 점점 밝게 해 주면서 클리어한 이미지를 나타내는 것이 최근의 트렌드. 이렇게 시술하면 색감 표현이 훨씬 더 좋아진다.



Short: *Cloé*

언더라인을 무겁게 잡아 층을 많이 주고 전체 모발에 드라마로 컬을 넣어 주면서 귀엽고 평기한 이미지를 살린 것이 포인트. 컬러 또한, 모발 끝 쪽으로 갈수록 오렌지 색감을 뚜렷하게 표현해 사랑스럽고 귀여운 이미지가 포인트다.

Zoom



리미티드로 돋보이는
따뜻한 연말 뷰티 New & Hot

Special Holiday

해마다 연말이 되면, 거리를 수놓는 화려한 루미나리에 불빛과 크리스머스를 알리는 벨소리,
그리고 빨강과 금빛으로 장식된 선물용품들에 눈길이 간다. 올해도 어김없이 12월은 오고,
한해를 마감하는 아쉬움과 설렘으로 가득 담은 뷰티업계의 리미티드 제품들이 출시가 시작됐다.
두근두근 설레는 연말, 행운을 함께 하는 홀리데이 컬렉션



1



2



3



4



1. 라네즈 홀리데이 컬렉션 마이 네온 사인
2. 설화수 오색향연 홀리데이 컬렉션
3. 안나수이 메이크업 코프레 세트
4. 랑콤 2018 홀리데이 쿠션 컴팩트
5. 키엘×베네커 2018 홀리데이 리미티드 에디션

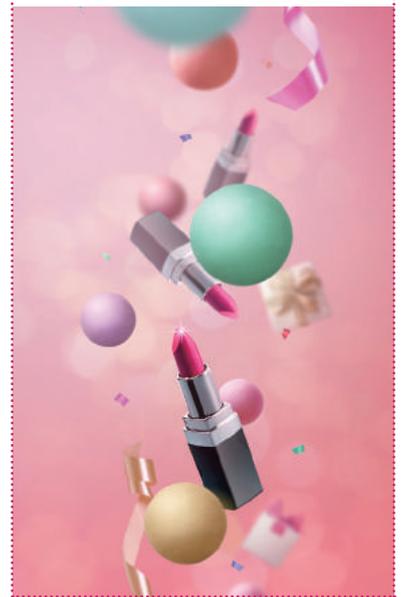
5

Color & Gift

라네즈는 네온사인 특유의 색감과 감성을 담아 자신만을 위한 컬러를 매력적으로 담은 '마이 네온사인 컬렉션을 한정판으로 출시했다. 설화수 역시 한국의 다섯 가지 전통 색감과 다채로운 문양으로 밤하늘의 불꽃을 특별한 패키지에 담은 오색향연 홀리데이 컬렉션을 출시했다. 설화수의 시그니처 제품과 신제품 패키지에 오색 빛깔을 입은 찬란한 불꽃 문양이 더해져 특별하고 아름다운 연말 분위기를 연출한다. 안나수이는 환상적인 밤에 열리는 '스타더스트 나이트 파티'를 테마로 화려한 글리터가 특징적인 '안나수이 메이크업 코프레 세트'를 출시한다. 시그니처 컬러인 레드, 퍼플 컬러 클러치 모양 파우치 속에 반짝이는 별을 연상시키는 '컬러 파우더'와 자 타입의 '립글로스가 내장되어 있다. 한편, 매년 세계적인 아티스트와의 협업을 통해 한정판 홀리데이 에디션을 선보이는 키엘이 올해는 미국 출신 그래픽 아티스트, 앤드류 베네커와 함께 했다. 대담한 그래픽과 선명한 색상과 골드 디테일이 더해져 홀리데이 분위기를 내며 소장가치를 한층 높였다.



팬톤은 올해 가을 겨울 컬러로 켈츠 그린, 레드 피어, 울트라 바이올렛, 실론 옐로 등을 제안했다. 인간적인 감성을 자극하는 자연의 따뜻하고 온화한 컬러 일색이다. 특히 X-MAS 나 연말에 가장 많이 사용되는 레드는 강렬한 이미지지만, 실패할 확률도 그만큼 높은 컬러. 그러나 살짝 채도가 낮은 레드를 사용하되 브라운 컬러와 매치시키면 클래식하면서도 색스한 이미지를 함께 연출할 수 있다. 마른 장밋빛 컬러, 흔히 벚꽃색이라고 하는 차분한 컬러의 레드를 선택하면 묘하게 고풍적이다. 골드와 결합하면 화려하면서도 지적으로 보일 수 있다. 또한, 감각적인 네온 컬러에 미려보여 반짝이는 글리터 디자인 등은 연말의 화려한 파티 메이크업을 완벽하고 극대화해준다.





Gliiter & Sweet

크리스마스 오너먼트를 모티브로 한 리미티드 컬렉션도 눈길을 끈다. 에뛰드하우스 타이니 트윙클 홀리데이 컬렉션은 연말에 시선을 사로잡는 화려한 글리터 아이섀도 제품과 립 컬러 제품들로 구성됐다. 어느 장소, 모임에서도 돋보일 수 있는 다채로운 홀리데이 시즌 메이크업 룩을 제안한다. 베네피트의 '2018 홀리데이 키트'는 즐겁고 유쾌한 브랜드 DNA를 담은 케이크 모양의 패키지로 연말에 스위트함을 더할 수 있는 것이 특징이다. 연말연시 다양한 모임에 맞춰 러블리한 매력부터 화려한 파티룩까지 TPO별 풀 메이크업 세트를 담아 시선을 끌고 있다.

반디의 2018 겨울 리미티드 컬렉션 X-DOLL은 X-MAS와 마트료시카 인형의 합성어로 겨울과 연말 시즌을 겨냥한 트렌드 컬렉션 제품들로 구성됐다. 레트로 무드의 컬러와 홀리데이 시즌에 화려한 포인트가 될 수 있는 글리터 컬러를 중심으로 이루고 있다. 반디가 제안하는 올 겨울 네일 트렌드 컬러는 청록, 버건디, 퍼플, 옐로 등 4가지다.

1. 에뛰드하우스 타이니 트윙클 홀리데이 컬렉션
2. 반디 겨울 컬렉션 3. 룩씨앙 홀리데이 리미티드
4. 베네피트 홀리데이 5. 랑콤 홀리데이 압솔뤼 루즈



Warm & Friendly

스킨케어 제품도 따뜻한 연말 분위기와 환상적인 패키지를 연결, 기프트제품을 중심으로 홀리데이 컬렉션을 준비했다. 아모레퍼시픽 보태니컬 그리밍 홀리데이 컬렉션 아모레퍼시픽 브랜드의 대표적인 4가지 스킨케어 제품으로 구성했으며, '비온드'는 디즈니의 새 영화 '호두까기 인형과 4개의 왕국'의 개봉을 기념해 홀리데이 에디션 6종을 출시했다. '비온드 x 디즈니 호두까기 인형 홀리데이 에디션'은 12월 개봉 예정인 월트 디즈니의 판타지 실사 영화 '호두까기 인형과 4개의 왕국'에서 영감을 받았다. 영화 속 환상적인 스토리와 마법처럼 펼쳐지는 감동을 비온드만의 감성으로 재해석한 것이 특징이며 현대적이면서도 사랑스러운 분위기의 컬러로 연말의 따스함을 표현했다. 아틀리에 코롱 홀리데이 세트도 휴대하기 간편한 스프레이 타입으로 각기 다른 네 가지의 향을 즐길 수 있는 제품으로 출시됐다. 또 화사한 오렌지 컬러와 아틀리에 코롱만의 베네치안 블루 컬러가 어우러진 일러스트 패턴의 패키지는 기프트용품으로 특화됐다.

1. 아모레퍼시픽 보태니컬 그리밍 홀리데이 컬렉션
2. 아틀리에 코롱 홀리데이 세트 3. 옐지 비온디 디즈니 홀리데이
4. 더페이스샵 리플프렌즈 홀리데이 에디션





글로벌 K-BEAUTY의 산실
서경대학교 미용예술대학

학과 간 협업 & 탈경계 수업 '성과'

실무 적응력 향상 위한 학사과정에 역점
수시, 정시 모집서 전국 최상위 경쟁률

최근 대학 사회에 실용학풍에 기반한 특성화 모델 개발과 4차 산업혁명에 대비한 창의·융합형 인재 양성이 요구되고 있는 가운데, 서경대의 변신이 주목된다. 단과대학 규모로는 세계 최초로 신설된 서경대학교 미용예술대학은 다양한 산학협력 체제를 도입해 학생들에게 보다 다양한 학습기회를 제공하고 K-Beauty 프로그램 등 국제적으로 적용 가능한 표준화된 교육시스템과 학사제도의 운영으로, 매년 수시, 정시 모집에서 전국 최상위의 경쟁률을 기록하고 있다.

서경대 예술대학과 미용예술대학 9개 학과의 학과 간 협업과 '탈경계' 수업은 서경대만의 독특한 변화 중 하나다. 특히, 뷰티산업 실무에 탁월한 인재 양성에 최 역점을 두고 있는 미용예술대학은, 실무현장과 동일한 프로덕션 시스템의 교육 과정과 통합형 공연예술 창의인재 양성 프로그램(HUB)을 국내 최초로 도입, 큰 반향을 얻고 있다. 학과 수업 동안 생산된 공연 창작물, 인제 콘텐츠는 공연예술 분야로 진출하는 데 필요한 좋은 조건이자 메리트로 대학 문을 나서기 전에 실무에 완벽히 적용할 수 있는 능력을 갖추게 한다는 점에서 학생에게도 남다른 경쟁력이 되고 있다.

서경대학교 헤어·메이크업 디자인학과(계약학과) 신설
2019학년도 신입학 정시 '다군 계약학과(재용조건형) 특별전형

서경대학교(총장 최영철)는 '(주)준오뷰티(본사)'와 협약을 통해 헤어·메이크업 디자인학과(계약학과)를 신설, 2019학년도 신입학 정시 '다군'으로 20명을 선발한다. 산업체 맞춤형 커리큘럼 개발 및 철저한 운영 준비 등을 통해 론칭한 학과인 만큼 기대해도 좋다. 본 과정은 본과와 별도의 교육과정으로 운영되며, '준오 맞춤형 최고의 헤어 디자이너 양성'이라는 목표 실현을 위해 출석수업 뿐만 아니라 학기 및 방학 중에 기업 현장실습을 실시한다. 계약학과를 졸업하면 본과와 다르지 않은 동일한 총장명의 학사학위가 수여된다.

매 학기 50%를 기본적으로 지원받으며, 다양한 장학제도를 통한 대학 졸업이 가능하다. 실제 현재 운영하고 있는 계약학과(재교육형) 재학생 중 많은 학생이 등록금 100% 감면을 받고 있다. 수능성적과 관계없이, 학생부와 서류전형만으로 선발한다.





Get Smart by SLEEPING BEAUTY

단순히 잠만 자는 것이 아니라 짧은 시간을 자더라도 수면의 질을 높이고 잠자는 동안에도 관리할 수 있는 '일상 속 헬시(healthy)' 제품들이 눈에 띈다. 겨울철 피부를 건강하게 가꿔주는 것은 물론, 수면 중 스마트 케어 제품 해 줄 수 있는 핫 아이템은? 자료제공 아모레퍼시픽



Demand

자는 동안에 뷰티 케어를 해주면 피부관리의 몇 배의 효과를 볼 수 있는데 가장 간단한 방법은?

Solution

밤은 피부 회복에 집중할 수 있는 효율적인 시간이기 때문에 약해진 피부 장벽을 탄탄하게 하고, 피부 보호막을 형성해서 피부 피로를 회복하는 환경을 조성해줘야 한다. 가장 기본적으로는 잠을 잘 때 슬리핑 마스크를 바르면 꼭 잔 듯 생기 있는 피부가 유지될 수 있다.

Night Care Must have

밤, 피부 재생 시간을 활용하라

깊고 편안한 수면은 보약보다도 효과적이다. 그러나 밤사이 피부는 여전히 피곤하다. 낮동안 여러가지 외부 요인에 의해 손상받은 피부를 회복하기 위해 끊임없이 활동하기 때문. 평균적으로 낮보다 피지 분비량은 감소하고 수분 손실량은 대폭 증가하는 밤의 피부. 피부 재생과 정화 능력을 활성화 시키기 위한 슬리핑 뷰티 아이템의 스텝별 활용법은?



멀티밤

하얗게 들뜬 '꿈치' 각질 잠재우기

건조함이 극대화되는 환절기에 피부는 손상되고 거칠어진다. 특히, 양말과 스타킹에 감춰져 관리가 소홀했던 피부 사각지대 발뒤꿈치는 건조와 각질로 굳어지고 당기고 가렵기까지. 멀티 밤을 바른 후 수면양말을 신고 잠자리에 들면 한층 부드러워진 느낌을 받을 수 있다.

① 일리윤 '울트라 리페어 멀티밤'

팔꿈치, 발꿈치, 무릎 등 거칠고 건조해진 피부를 부드럽게 케어해주는 국소 부위용 크림. 쫘쫘한 제형과 부드러운 롤링 감. 부드러운 잔여감이 특징이다. 천연 보습 인자(NMF) 성분 중 하나인 우레아 성분이 각질을 연하게 해 줘 피부 각화증을 완화, 고탐량 판테놀 성분이 피부 스스로 촉촉해질 수 있도록 가꿔준다. 5-free, 피부과 테스트 완료 제품. (50ml/ 9천9백 원 대)



1



2



4



3



슬리핑 팩

푹 잔 듯 생기 있게

피부가 휴식에 접어드는 시간, 22시~2시 사이에 사용해 주면 간편하게 하루 동안 피부에 쌓인 피로를 풀어준다.

① 라네즈 '워터 슬리핑 마스크'

수면 동안 피부를 케어해 주는 집중 수분 수면 마스크. 가벼운 젤 타입 포물러가 거칠어지고 지친 피부를 자극 없이 진정시켜 매끄럽게 정돈해준다. 슬립센트(Sleepscent™) 라벤더 향을 더해 릴렉싱 효과는 덤. (70ml/2만 8천 원 대)

② 한울 '달빛 유자 수면팩'

유자 비타 C 콤플렉스™의 항산화 효과가 하루 동안 쌓인 피부 피로를 해소하고 피부 생기를 충전해준다. 얼굴에 롤링할 때마다 유자 껍질 오일을 함유한 유자 에센셜 비드™가 부드럽게 녹으며 달콤한 유자향과 함께 깊은 보습감을 선사한다. 산뜻한 젤 타입으로 끈적이거나 베개에 묻어나지 않고 부드럽게 케어해준다. (60ml/3만 원 대)



수면 헤어팩 & 슬리핑 크림

손상모 회복도 간단하게

바쁜 일상 속에서 바르고 자기만 하면 행귀내지 않아도 되는 모발을 위한 수면 팩. 잠자리에 들기 전에 바르고 자면 유효 성분이 모발에 스며들고 씻어낼 필요가 없어 다음 날 바로 윤기 회복 찰랑찰랑.

③ 미장센 '퍼펙트 슬리핑 크림'

미장센 '퍼펙트 슬리핑 크림'은 잠든 사이 손상모 회복 효과를 극대화하는 리브 인(leave-in) 트리트먼트. 회복력이 뛰어난 7가지 오일 성분을 잠자는 동안 집중적으로 전달해 극 손상 모발을 효과적으로 개선한다. 따로 씻어내지 않아도 되므로 사용이 편리하고, 흡수력이 빨라 베개에 크림이 남거나 묻지 않는다.



잠들기 30분 전, 건조한 모발 전체에 퍼 바르고, 샴푸 후에도 적당량을 도포해 주면 더욱 좋다.

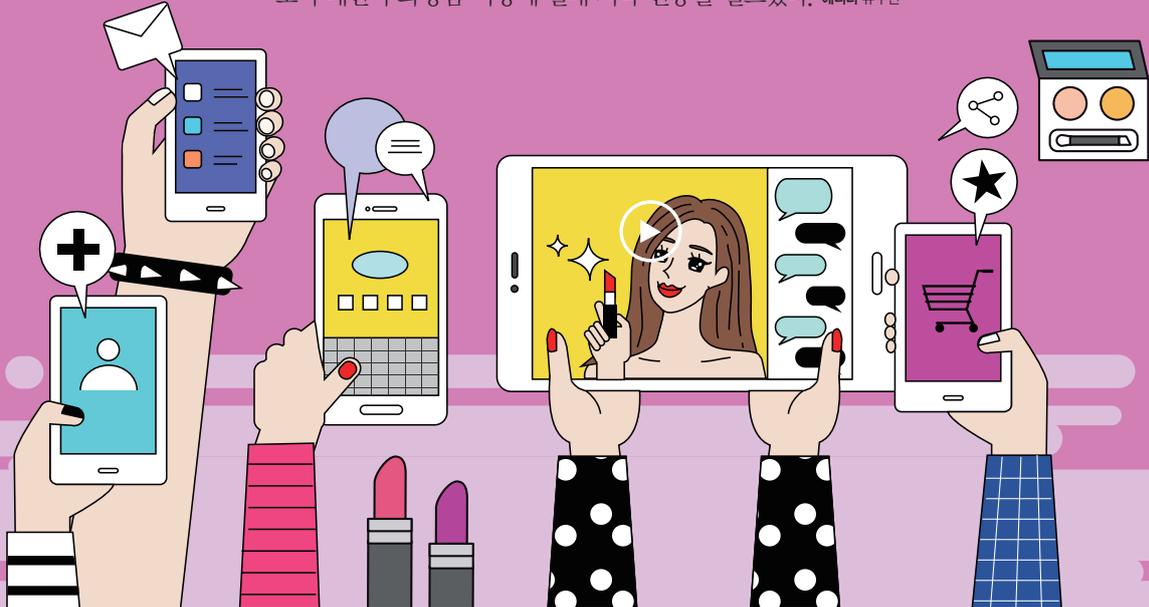
키워드로 보는 2018 Cosmetic Trend

Work & Life Balance

디지털 융성시대

클릭 하나로 누리는 '소확행'

올해의 화장품 시장의 변화는 완벽함을 추구하기보다는 불완전함 그대로를 수용하고, 긍정적인 태도로 스트레스 제로를 추구하는 워라벨 세대들이 이끌어 나갔다. 일보다는 나 자신의 여가 성장을 바라고, 스스로에게 만족감을 주는 특정분야에 아낌없이 소비하는 가치 소비의 주역들이었다. 얼핏 나만의 소소한 행복을 위해 사는 듯 하지만, 뭔가 간편하고 근사한 것을 찾는 이들의 소비 패턴이 화장품 시장에 일대 지각 변동을 일으켰다. 에디터 유수연



아르마니 뷰티숍

사람보다 기계!
셀프케어·무인화·시와의 소통
‘쿨한 멋집’에 빠져들다

‘올로(Yolo)’라는 낯선 세대의 등장으로 시작된 2018년, 그리고 소비시장을 뒤흔든 빅 트렌드 키워드는 소확행. 타인과의 직접적인 대화보다는 온라인 커뮤니티를 통해 누구보다도 재미있게 소통하고, 저렴하며 좋은 혜택을 쏙쏙 골라내는 세대들이 본격적인 소비 집단으로 등장했다. 눈에 띄는 키워드 중의 하나는 가심비. 자신에게 만족감을 주는 특정 분야에 아낌없이 소비하는 가치소비 현상이 두드러졌다. 이는 명품 등의 남에게 과시하기 위한 제품을 구매하기 위해 다른 영역의 소비를 줄인다는 것이 아니라, 나만의 기준을 세우고 스스로를 가장 기쁘게 만드는 영역에 한해서 돈을 아끼지 않는다는 것으로, 타인보다는 나만의 심리적 만족감을 극대화하는 현상이다. 집이 놀이터가 되면서 셀프케어 시장을 확대되는 한편, 화장품 슝 등은 증강현실 가상 체험 등에 익숙한 세대에 의해 디지털 무인화 현상도 빠르게 진행됐다.



1



2



1. 네이처 컬렉션 × 뷰티크리에이터 윤짜미 스페셜 토크 동영상
2. 스타일 난다 매장 3. 3CE PINK BEAUTIQUE



4

4. 어반 디케이 × 뷰티 인플루언서 크리스틴 리엔 콜라보

SNS, 훨훨 날다

• 파워 인플루언서 영향력 확대

온라인 쇼핑몰 1세대인 '스타일 난다'가 세계적 기업인 로레알에게 거액 매각됐다는 뉴스가 유통가를 뒤흔들었다. 초창기 인터넷 채널의 대박 신화가 구체적으로 모습을 드러낸 것으로 인수 가는 약 5500억~6000억 원대. 발표 당초 지분의 70%가량을 인수하는 방안을 추진했으나 100% 지분을 모두 사들인 것으로 알려져 화제를 모았다. 유튜브를 비롯한 다양한 SNS와 플랫폼들이 전성시대를 맞은 지금, 제2 제3의 스타일난다가 꿈꾸는 사람들은 더욱 확대될 전망이다. 1인 SNS 시대는 하나의 인플루언서가 직접 자신의 팔로워들과 소통하며 직거래를 하며 기업으로 진화가 가능하게 한 것은 물론, 프로슈머 시대의 새로운 마켓의 주역으로 등장했다.



2



3

ARTISTRY

1. 미사 갤러리 M 2. 라네즈 뷰티앱
3. 아스트리 피부 분석 뷰티 앱
4. AK플라자 태그온 뷰티 2호점
5. 아리따움 스마트 클럽



4

연컨택트 “편하네~”

• 빠르게 핵심만 ‘쑥쑥’

정보로 무장하고 온라인으로 상호 연결이 가속화되는 시대. 더 이상 소비단계에서 사람과의 만남이 필수적이지 않게 됐다. 사람과 사람 사이의 일도 굳이 만나지 않고도 경제활동이 이뤄지는 비대면 마켓이 본격적으로 가동된 것. 중요한 것은 기술의 등장이라 아니라, 소비자들 이 연컨택트 기술에 익숙해지고 나아가 편안하게 느끼기 시작했다는 것이다. 이에 따라 오프라인은 온라인의 연장으로 쇼핑 화가 가속화되고 있다. 디지털 세대가 기술을 위한 기술로 개인주의 환경을 만들어 냈다면, 포스트 디지털 세대는 인간을 위한 기술로, 공동체 문화를 형성해 나가는 양상을 띠고 있다. 특히 이전의 인공지능 로봇 사물 인터넷 빅데이터 같은 기술과 플랫폼에 의한 연결성이 기존의 전통적 소비 지형을 완전히 바꾸고 있다.



5

3 시 커스터마이징시대 개인별 주문형 생산 판매까지

스마트폰과 연동해 소비자의 피부 상태를 비롯한 생체리듬에 따른 제품 조합 또는 이상적인 피부 케어 양을 조절할 수 있는 제품도 개발되고 있다.

1. 시코르 강남역점
2. 아모레 퍼시픽 최첨단 맞춤형 화장품 대 고객 체험 서비스
3. 키엘 내가 만드는 키엘 서비스

다. 로레알이 일리노이 대학과 함께 피피용 전자패치를 개발했고 국내 한 기업도 전자침이 담긴 마스크팩을 개발, 상용화를 앞두는 등, 관련 시장이 본격적으로 움직이고 있다. 개인별 피부 상태에 맞는 솔루션 제공은 물론 외부 환경과 생체리듬에 맞춰 다양한 캡슐로 제조해 사용할 수 있는 캡슐 화장품 제조기도 등장했다. 올해 초 선보인 프랑스의 로미 파리의 '피규어'가 그것. 이외, 개인 맞춤형 삼푸와 컨디셔너들이 주문으로 생산되고, 시의 기계 학습을 통해 개인 맞춤형 스킨케어 판매에 들어가는 등 전 세계적으로 시를 통한 커스터마이징 시장이 본격적으로 확대되고 있다.



1. '젤라팩토리 x 디즈니 에디션' 한정판 2. 프로스테믹스 리플리피엘
3. 메이크온 마그네이트 15
4. 실콘 페이스에프엑스 5. 플라베네



4 내 집이 최고! Self Care 시장 확대일로

사람들과 마주하고 대화하기보다는 자신만의 세계를 더욱 소중히 여기는 세대에 의해 모든 것이 집으로 옮겨지는 현상이 두드러졌다. 집에서 자신을 꾸미는 소비자들에 의해 홈 뷰티 산업이 융성기를 맞았다. 경기 불황이 장기화되면서 집에서 할 수 있는 셀프케어는 합리적 비용으로 관리를 하고 싶은 사람들의 급증을 의미한다. 특히 홈 뷰티 기기는 한번 사면 계속 사용할 수 있다는 합리성 때문에 더욱 관심이 높아지고 있다. 고가의 제품이라도 샴보다는 자신이 직접 데일리로 관리하기를 원하는 사람들로 인해 홈 뷰티 제품 시장은 피부뿐 아니라 헤어 마사지 기기 등으로 확장되고 있다. 이와 관련, 셀프 네일용 제품도 인기 제품의 하나. 트렌드 2019의 발표에 따르면, 올리브영의 올해 첫 세일 기간 동안 40대 여성의 구매 매출액 2위는 네일 스티커인 것으로 집계되는 등, 국내 셀프 네일의 인기는 2030대뿐만 아니라, 40대에서도 관찰되고 있다.

5 놀이터가 된 Shop

소통의 표현은 '공유'

이메일이나 메신저 등 SNS를 선호하는 세대들은 전통적인 소통과 교류에 대한 개념이 다르고, 이에 따라 친구에 대한 개념도 달라지고 있다. 다시 말해 과거에는 브랜드에 대한 충성심이나, 의존도가 높았다고 하면, 최근 워라벨 세대는 브랜드사에서 끊임없이 발생하는 정보와 혜택에 반응하고, 브랜드에 친구와 같은 친근함을 보이기도 한다. 내가 친한 브랜드가 유명해지면 박수하고, 내가 그 브랜드와 친구라는 사실에 위로와 소속감을 느끼기도 한다. 이로 인해 브랜드들의 대중과 친해지기 위한 이벤트들이 더욱 활발하게 진행됐다. 다양한 소셜 미디어 플랫폼에서 그들을 다른 친구들과 연결해 주고, 의견도 달아주고, 소통해 주면서 자신의 의견도 들어줄 수 있도록 도와주며 숨을 그들의 놀이터로 가까이 내어준다. 소비자와 브랜드와 우정을 맺는 방식 등의 마케팅 및 이벤트도 점입가경으로 발전하고 있다.



MORNING

7:00



1. 삼성 갤럭시 빅스비 × 아모레퍼시픽
2. LG전자 LG V40 ThinQ (메이크업 프로)

NOON

11:00



1. 르메디 바이 씨엔피(ReMedy by CNP)
2. 네이처컬렉션 스마트 스토어



인스타그램서 찜한 신상 립스틱 찾기

AFTERNOON

6:30



SNS로 유명 미용실 예약 변경

7:30



스마트 스토어서 친구와 세(인공지능), AR(증강현실) 뷰티 체험하기

11:00

AI 피부관리기로 셀프케어



2018을 달군 Hit & Hot

화장품 주요 구매층인 세대가 20/30대에서 10대로 연령이 점차 내려가면서 SNS 구매 경험과 가치소비, 경험 공유가 중시되고 있다. 2018년 히트 & 핫 아이템도 오감의 모든 것을 동시에 활용할 수 있는 제품에 반응하며, 마스크팩, 앰플, 헤어팩 등 스피디하고 직관적이며 즉각적 효능을 어필하는 제품들이 확대되고 있다.



레트로 아님! 뉴트로!
촌스러워서
예쁘다

한눈에 봐도 오래된 촌스러워 보이는 물품을 레어템으로 여기며 모고 인증샷 기에 바쁜 젊은이들이 새로운 복고 뉴트로(Newtro)를 트렌드로 만들어 내고 있다. 뉴트로신세대들에게 익숙하지 않은 옛 모습, 옛 생활 등에 새로운 콘텐츠를 입히고 아날로그 감성을 게임 감각처럼 즐긴다. 주로 10대~20대들의 소비의 대상으로 옛것의 재현이 아니라, 옛것을 재해석이라는 것이 포인트.

1. MCM 카세트 레코드 디자인 2. 이태리 바디케어 브랜드 보로탈코



의외의 반전, 멋짐 폭발?!
Ugly Chic

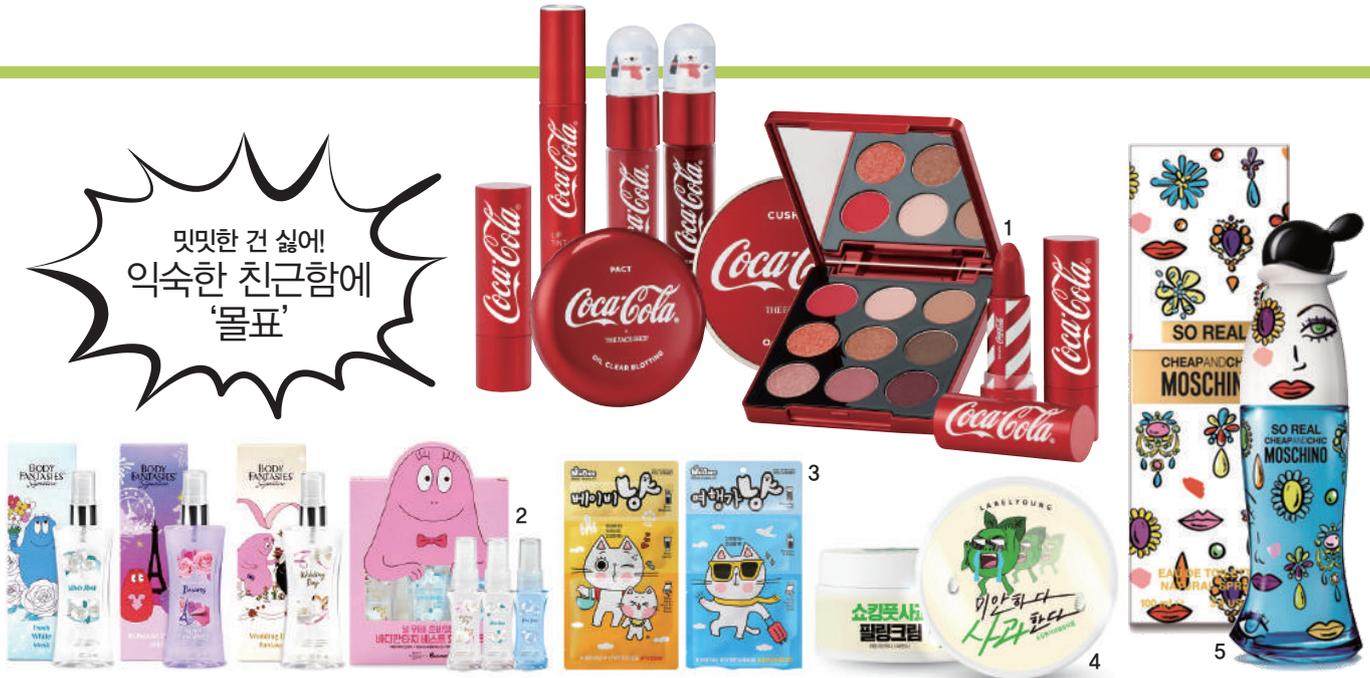
헤어스튜디오/뷰티 - KVE 2018 PW

트렌드에 민감한 패션업계는 확산되어 있지만, 이 못생김과 세련됨의 합성어인 어글리 시크가 트렌드의 전방에서 활약했다. 과거에는 그저 못생김으로 치부해 버렸던 것들이 이제는 '멋짐 폭발'로 대접받게 된 시대. 하반기 뒤죽박죽 된 동선과 물품 정리로 인해 소비자가 보물 찾기를 하듯 상품을 고르며 즐거움을 만끽한다. 유통가에서는 빼어로 쇼핑의 등장이 바로 그것. B급 유머 코드를 충분히 활용해 오픈 당시부터 화제를 모았다. 여기에는 주관적이고 독특한 네이밍 등으로 소비자들의 눈길을 끄는 중요한 요소로 자리를 굳혔다.

1. 그라펜 × 기간 84 TV CF 영상 2. 라벨영 쇼킹허쉬위시오프팩 3. 빼어로 쇼핑 4. 데생 스탬핑 아이브로우



맛있는 건 싫어!
익숙한 친근함에
'몰표'



문화 예술가들과의 활발한 콜라보레이션을 통해 다양한 디자인을 받아들이는 움직임이 많았다. 개성 있고 유니크한 캐릭터의 등장하기도 했다. 시대와 연령을 초월하는 명품에 대한 가치, 톱 탤런트나 고급 브랜드들의 동향에 대해 민감하게 체크하고 반응하는 등, 스토리성 있는 제품들이 인기를 모았다. 화장품의 원료 성분 효능 등 모든 것에 관심을 갖고 어떤 성분이 얼마큼 함유되었는지도 화장품 선택의 기준이 되어 즉흥적이지만, 품질에는 까다로운 성향이 그대로 반영되고 있다.

1. 더 페이스샵 × 코카콜라 2. 바디 판타니 × 바버파파
3. 청호나이스뷰티 웨인즈 낭 트래블킷 4. 라벨영 쇼깁 풋사과 필링 크림
5. 모스키노 쓰 리얼 칩 앤 시크 6. 토니모리 불타는 에디션 : 화끈한 콜라보



행동하는 양심이 좋아
Vegan에
'관심집중'



스마트폰과 메신저 등 모든 정보에 대한 루트를 확대하고 있는 이 세대는 무엇이 자신의 몸과 마음 이윽에 좋은 것인가를 알고 적극적으로 참여하는 경향을 보인다. 플라스틱 제품과 쓰레기가 지구 생태계를 어지럽힌다는 뉴스에 스크립 각질제거제에 대한 거부감을 표시하고, 대형 마트의 겹겹이 플라스틱 포장을 줄이기 위한 운동에 적극 참여한다. 사회에 기여하는 착한 기업의 제품, 친환경적 원료 사용, 피부에 해로운 화학 성분 배제, 쓰레기를 줄이는 패키지 전용 등 환경 보호에 앞장서는 제품에 대한 적극적인 지지를 보이기도 하며, 박애주의를 토대로 한 비건 제품에 관심을 보였다.

1. 아모레퍼시픽 사회공헌이벤트 2. 이니스프리 에코 손수건 캠페인

Wannabe

PARTY QUEEN

Q&A로 알아보는 자제 발광 이미지 메이크업

화려한 조명과 많은 사람들, 강렬한 스모키 메이크업, 번진 듯 안 번진 듯 스며지 않게 바른 립스틱... 해보고 싶은 대로 다 해봐도 누가 뭐라 하지 않는다. 평소에 과하다고 생각했던 진한 레드와 녹색 계열의 포인트 컬러까지도 과감 없이 시도해 볼 수 있는 시기. 한눈에 봐도 눈에 확 띄는 파티 퀸들이 꼼꼼하게 챙기는 메이크업 포인트는 의외로 간단한데 있다.

모임이 많은 연말.
사람들의 시선을 끄는
아우라의 조건은 많다. 결코
인위적이지 않은 불링블링함과
화사함. 부드럽지만 강렬하고
우아하면서도 화려한
파티퀸들의 비결은?



SKIN

Q1 평범하고 그저 그런 피부의 소유자예요. '자체 발광 피부'라는 말을 많이 듣는데, 어떤 피부를 말하는 건가요?

A 자체 발광 피부란, 최근 몇 년간 이어져 온 물광, 윤광 피부로 이어지는 광(光) 피부의 결정판이에요. 꼼꼼하게 화장을 했지만, 화장을 전혀 하지 않은 듯한 생얼 화장법의 정점이기도 하고요. 완벽하게 결점을 보완할 수 있는 화장품으로 타고난 피부 미인처럼 보이는 것. 지금 이 시대 뷰티의 모든 것이라고도 할 수 있죠. 그런 의미에서 피부는 원래 타고나는 것이라고 하지만, 요즘 피부는 정성을 들일수록 외부로 발산하는 아우라가 생겨난다는 말이 있어요. 다시 말해, 기존의 메이크업은 피부의 결점을 가리는 것이 노하우였다면, 요즘 자체발광 피부는 극대화된 미백효과를 통해 피부 속 깊숙이 전달해 메이크업 없이도 피부 자체가 빛나는 듯 맑은 피부로 표현한다는 거예요.

Q2

겨울이지만 스포츠를 좋아해서 골프, 스키 등 액티브한 여행을 많이 즐기고 싶어요. 피부 관리는 어떻게 해야 할까요?

A 겨울철 피부 관리는 찬바람, 건조한 공기에 대한 피부의 방어력 확보가 가장 중요해요. 게다가 하얗게 눈이 내린 곳에서 스포츠를 한다면 자외선 차단에 가장 신경 써야 하죠. 물론, 스키장 같이 하얗게 눈이 쌓인 곳이 아니라고 하더라도, 스포츠를 즐기려면 자외선 차단은 절대 중요해요. 특히 겨울철 피부는 평소보다 2배 많은 양의 에센스와 크림을 발라 피부에 보호막을 씌워주세요. 그리고 에센스나 크림 성분을 함유한 BB크림 등으로 간편하게 메이크업을 끝내더라도 수분 보습, 피부 장벽을 높여주는 케어를 잊지 마세요.

Q3

화장품 중 베리 류나 요구르트 성분이 있는데, 이런 성분들은 여름철에 사용하는 제품이 아닌가요?

A 피부는 가을 겨울이 지나면서 노화가 급격히 빨라져요. 피부에 수분이 줄면서 주름도 생기기 쉬워지고요. 안티에이징의 기본은 유수분의 밸런스. 여름-겨울철 화장품은 끈적임이나 쿨링 효과 등에서 차이가 있지만 성분은 별 차이가 없어요. 겨울철에는 잠자는 동안 각질을 제거하거나 재생을 돕는 라인과 자연이나 천연성분에서 추출한 세포 재생 혹은 회복 관련 제품들을 사용하면 좋아요. 베리류 성분들은 항산화 효과가 뛰어나 피부 속 재생력을 높여주고, 요구르트 성분들은 피부 보습, 영양 재생효과를 한 번에 경험하게 해주죠.

FRAGRANCE

Q4 향수로 이미지 메이킹을 하고 싶은데, 규칙이라는 것이 있나요?

A 사람들과의 첫인상은 만난 지 6초 만에 정해지는데, 그 첫인상을 정하는 것이 외모라면, 향기는 다음 순간의 이미지를 결정하는 보다 직감적이고 관능적인 에센스예요. 일례로 어느 남성들이 많이 모인 파티에서 늦게 도착한 한 명의 여성이 사람들의 관심을 끌었다고 해요. 절세의 미인이었기 때문일까요? 대답은 NO! 그녀는 멘즈 향수를 자연스럽게 사용했다고 합니다. 강하고 보이쉬한 그녀의 향취가 오히려 여성성을 돋보였다는 거죠. 이처럼 향기는 드라마틱하게 자신을 연출할 수 있는 도구이므로 규칙이나 룰에 얽매이기보다는 자신이 원하는 이미지를 찾는데 주력해 보세요.

Q5 향수 초보가 가장 쉽게 향수에 접근하는 방법은?

A 자신에게 맞는 향기를 아직 발견하지 못했다면 검증된 브랜드의 캐주얼 라인에 도전해 보세요. 예를 들어 불가리의 명품 오니아는 중년 부인들이 애용하는 향이지만, 오니아 크리스털은 20대들에게 맞는 퓨어한 향이죠. 물론 대부분의 향수 브랜드가 연령에 따라 라인을 세분화시켜놓았기 때문에 자신의 나이에 맞는 향을 고르는 것이 가장 미묘해요. 그러나 아무리 좋은 브랜드라도 중요한 것은 내가 그 향기를 '좋아하느냐, 아니냐'이므로 자신이 좋아하는 향을 고르는 것이 베스트랍니다.

Q6 향수에도 TPO가 있다고 하는데, 주로 어떤 이미지로 대표될 수 있나요?

A 연말연시에는 가장 그 효력을 발휘하고요. 우아하고 가련한 느낌의 플로랄 노트에 고고하고 애초적인 이미지를 주는 오리엔탈 노트, 감귤계의 스피클 노트는 지적이고 주위 사람들에게 믿음직한 성숙한 여성을 이미지화시켜주므로 모임의 장소에 따라서 골라 뿌려주면 좋아요. 연말 모임에 어울리는 향수는 약간 무거우면서도 따뜻한 향수가 좋아요. 바닐라, 초콜릿, 캐러멜 등 흔하지 않은 향부터 무화과나 캐비어 등 달콤한 향, 그리고 만다린, 재스민, 화이트 엠버 등의 관능미를 드러내는 향 등을 추천할 수 있어요. 참고로 향수는 부항률이 낮은 것으로 '듬뿍' 뿌려주는 것이 규칙이에요. 그 기준은 12 PUSH.





Q7

연말연시를 상징하는 골드 컬러로 화려한 느낌을 주고 싶은데, 어떻게 사용하면 좋을까요?

A 크리스마스나 연말연시에 어울리는 메이크업은 빛과 어둠의 감미로움과 우아함이 단연 인기죠. 특히 골드 컬러는 고급스러움을 연출하는 대표 컬러로 설탕 같이 빛나고 화려하기도 하죠. 편안하고 부유한 컬러로 분위기가 고급스러운 만큼 너무 평범한 것도 너무 튀는 것도 금물이에요. 특히 골드의 고급스러운 이미지는 피부를 어떻게 표현하느냐에 따라 좌우되기 때문에 촉촉하고 투명한 메이크업에 효과적인 컬러라고 할 수 있어요. 또한 골드는 우아함과 광채를 더욱 빛나게 해주므로 향수와 화장품 패키징, 혹은 체인이나 주얼리 등이 포인트 컬러로 사용해도 연말 분위기를 만끽할 수 있으며, 블랙과 골드의 조합은 화려한 이미지를 연출할 수 있어요.

COLOR & MAKE-UP

Q8 아무리 화려한 것을 시도해 보려고 해도 자연스럽게 내추럴한 화장은 눈에 안떨까요?

A 아무리 연말연시라도 누구나 다 화려한 컬러 메이크업이 어울리는 건 아니에요. 오히려 자연스럽게 생기 있는 얼굴에 더 호감을 느낄 때가 많죠. 내추럴 메이크업은 특히 피부 연출이 중요한데, 원래 타고난 피부처럼 투명하고 맑은 화장법의 비밀은 살짝 덧붙여 주는 메이크업 스킴에 있어요. 빛의 각도와 조명에 따라서 더욱 빛나고 활기 있게 보이게 하는 방법이 요즘 내추럴 화장품들의 특성이기도 하고요. 클렌징과 수분 케어가 완전히 끝난 후에 모공이나 결점을 보완해 주는 정도로 발라주면 매끈매끈 사랑스러운 아기 피부로 재탄생되기도 해요. BB크림들도 자연스러운 색상 구현과 동시에 천연 보습효과, 노화 억제 기능 등의 순으로 고르면 좋아요.

Q9 투명화장을 선호하는 편인데, 연말에는 어떤 컬러로 연출해야 파티 분위기를 만끽할 수 있을까요?

A 한 듯 안 한 듯 투명 화장에 어울리는 컬러는 바이올렛이나 핑크죠. 순수하면서도 신비한 느낌을 주곤 해요. 이 컬러의 매력을 충분히 만끽하기 위해서는 필히 함유된 베이스 소량에 리퀴드 파운데이션 소량을 섞어 감추고 싶은 결점 부분에 발라주세요. 그런 다음 파스텔 핑크, 퍼플, 화이트 컬러를 사용해 화사하면서도 깔끔한 눈매를 연출하는 것이 포인트. 사랑스러운 느낌을 위해서는 볼터치는 필수. 입술 역시 연한 핑크색 글로스로 자연스럽게 윤기 있게 표현해 주세요.

Q10 강렬하면서도 화려한 섹시 모던한 이미지를 연출하고 싶어요.

A 화려한 드레스, 맛있는 음식과 와인, 즐거운 클럽 파티에 어울리는 메이크업은 단연 빨강이에요. 일 년 중 가장 화려한 달인 12월이 되면, 관능적이면서도 사랑스러운 메이크업 컬렉션과 파티라는 화려함이 어울리는 클럽 등에서라면 좀 더 과감하거나 화려해도 용서가 되죠. 입체적인 얼굴형과 화사함을 위해 광대뼈 바깥쪽은 브론즈 컬러로 어둡게, 볼 중앙에는 핑크 색상으로 자연스럽게 불러서 해주면 그 화려함을 더욱 만끽할 수 있어요. 매끈하고 화사한 피부 톤에 또렷하고 반짝이는 눈매, 반짝이는 피부에 볼륨감 있는 입술이면 레드도 더욱 우아하게 돋보일 거예요.

연말연시를 뷰티 패션을 위한 알.쓸.신.잡!

One Point Attractive

윈터 메이크업 포인트



'매끈 반짝' 완벽 스킨케어

촉촉한 겨울 피부를 원한다면 각질부터 제거해 주는 것부터 시작된다. 그렇다고 누구나 병원이나 피부 관리실에서 각질제거를 위한 피부 스케일링 치료를 받을 수는 없는 일. 우리 주변에서 쉽게 찾을 수 있는 겨울 과일만 제대로 활용해도 각질을 제거하고, 피부를 촉촉이 유지할 수 있다. 해바라기씨를 비롯한 각종 씨앗류, 아보카도, 너트류 등에 필수 지방산이 풍부하다는 것은 상식.

<각질제거에 좋은 과일 사용법>

<p>1 사과 레몬즙 아주 약간 (1/4 스푼)에 사과즙을 1스푼 섞어서 퍼프에 적셔 세안제로 사용하면 각질제거에 탁월하다.</p>	<p>2 오렌지 오렌지 즙을 퍼프에 적셔 얼굴에 10분간 얹은 후 떼어내고 미지근한 물로 세안한 후 기초제품을 바른다.</p>	<p>3 레몬 물에 꿀 1 티스푼과 레몬즙 1 티스푼을 섞어 목욕 후에 피부에 골고루 가볍게 마사지해주면 피부 보습력이 높아진다.</p>
--	---	---



미소까지 촉촉한 입술, 립 케어

겨울철 가장 건조해지고 거칠어질 수 있는 입술 피부. 필감이 들어가는 글로시한 립 케어 제품을 바른 후 립 케어 보다 톤이 살짝 다운된 립스틱으로 입술 가운데만 살짝 바르면 훨씬 더 볼륨감 있는 입술 연출이 가능하다.



번질 수 없는 자신감, 마스카라

연말연시에는 뭐니 뭐니 해도 스모키 메이크업. 무엇보다도 마스카라를 이용해서 풍성한 속눈썹을 표현해 주는 것은 기본. 그리고 바르다 남은 마스카라를 눈썹을 살짝 발라 빚어주면 눈썹 화장이 지워지지 않을 뿐만 아니라, 자연스럽게 짙은 표현이 가능하다. 인위적이지 않거나 내추럴 성분으로 눈썹을 풍성하게 만들어주는 속눈썹 영양제 등을 활용하는 것도 방법.



파티 메이크업의 핵심, 펄 색도

펄 효과가 가미된 메이크업은 밝고 생기 있는 얼굴 표현을 해 주며 누구보다도 돋보인다. 그렇다고 화려한 제품만 사용하면 얼굴이 부어 보일 수 있고 초점이 없어 보일 수 있기 때문에 강조해야 하는 부분을 하이라이트를 사용해 발라준다. 평소보다 살짝 다운된 색도를 바른 후 입자가 굵은 색도 펄을 눈두덩이와 눈썹 윗부분까지 넓게 발라 펄의 화려함을 살리는 것이 포인트.





Beauty



후(后), 왕실 여성 문화 보존 후원

LG생활건강 궁중화장품 브랜드 '더 히스토리 오브 후'가 한국의 아름다운 '왕실 여성 문화' 보존과 후원에 나선다. '후'는 지난 2015년부터 문화재청과 문화재 지킴이 협약을 맺고 궁궐의 보존관리와 궁중문화 향유 기회 확대를 위한 후원사업을 실시해왔다. 회사 측에 따르면 향후 무형문화재 보유자와의 아트 콜라보레이션 등을 통해 왕실 여성과 관련된 문화 콘텐츠를 개발 및 확산하고 왕실 여성들의 유물 전통방식 재현도 후원할 계획이다.



에이블씨엔씨, 미팩토리 인수

에이블씨엔씨는 화장품 업체인 '미 팩토리' 지분 100%를 총액 324억 원에 매입한다. 2014년 설립된 미팩토리는 3단 돼지코팩이 인기를 끌며 이름을 알렸다. '피리기즘'이라는 신조어와 SNS에서 열풍을 일으키기도 했다. 올여름까지 2000만 장 이상이 판매된 핫 & 핫 브랜드. 2016년에는 디마 코스메틱 브랜드 '어니시'와 바다용품 브랜드 '바디홀릭', 색조 전문 브랜드 '머지'를 연이어 선보였다. 지난해 라이프스타일 브랜드 '생활도감'도 론칭했다.



아모레퍼시픽, 베트남 퀴논시에 '해피버스' 기증

아모레퍼시픽 그룹이 용산구청과 함께 베트남 퀴논 시에 1억 5000만 원 상당의 45인승 '해피버스'를 기증했다. '해피버스'는 사회복지 공동모금회를 통해 지정 기탁해 베트남 현지에서 버스를 구매하는 형태로 진행된다. 아모레퍼시픽은 5년 전에도 퀴논시 보건 센터에 백내장 치료 장비를 기증하는 등 퀴논시와 깊은 인연을 맺고 있다. 또 글로벌 캠페인의 일환으로 지난 2015년~2017년까지 베트남에서 '메이크 업 어 라이프' 캠페인을 전개한 바 있다.

Award

더샘, '2018 국제 비즈니스 대상'서 금상

더샘이 지난 10월 '2018 국제 비즈니스 대상(International Business Awards, 이하 IBA)' 비디오 부문에서 최고 등급인 금상을 수상했다. IBA는 전 세계 기업과 조직이 한 해 동안 펼친 다양한 산업활동을 평가하는 시상식으로 올해는 전 세계 74여 개국에서 약 3,900여 편이 출품돼 경합을 벌였다. 더샘은 '에코 소울 에센스 쿠션 모이스처 래스팅' 광고를 출품해 비디오 부문 금상을 수상하는 영예를 안았다.



뷰티언스 선제품, 2018 서울 어워드 우수상품 선정

(주)뷰티언스의 대표 제품인 '아이니프 에스 04 릴리프 케어 솔루션 선스크린'과 '아이니프 에스 C 컬러 코렉팅 선 쿠션' 등 2종이 서울산업진흥원에서 주최하는 2018 서울 어워드 우수상품에 선정됐다. 이 두 제품은 아이디어를 바탕으로 한 우수한 상품으로써의 성장 가능성을 인정받았다. '2018 하이 서울 우수상품 브랜드 어워드'는 서울산업진흥원(SBA)에서 국내 상품들의 기술력과 품질의 우수성을 브랜드 선정위원회의 전문성과 SBA의 공신력을 활용, 최종 어워드 상품으로 선정한다.

Company



애경그룹, 장애인 스포츠단 출범

애경그룹이 장애인 고용 확대의 일환으로 중증 장애인으로 구성된 스포츠 선수단을 꾸렸다. 애경그룹은 지난 7일 홍대입구역에 위치한 그룹 신사옥 애경 타워에서 애경그룹 장애인 스포츠 선수단 출범식을 진행했다. 애경그룹 장애인 스포츠 선수단은 태권도, 탁구, 배드민턴 등 총 8개 종목 21명으로 구성됐다.



코스맥스, 미안마 빈곤지역에 학교 건립

글로벌 화장품 연구·개발·생산(ODM) 전문회사 코스맥스가 글로벌 사회공헌의 일환으로 미안마 현지 1위 고객사인 벨라(Bella)와 지역 자선단체인 PANN THREE와 함께 총 20만 달러를 투자해 초등학교를 건립했다. 학교 이름은 '벨라-코스맥스 초등학교'. 코스맥스 관계자는 "기초 교육조차 받기 어려운 어린이들을 위해 좀 더 나은 교육 시설을 마련해준다는 취지로 학교 건립을 진행하게 됐다"며 "미안마 화장품 현지 유통 및 인프라 제공뿐만 아니라 지속적인 지원을 통해 주민들이 자립할 수 있도록 도울 예정"이라고 말했다.



유씨엘 × 이탈리아 고타(Gotha)

유씨엘이 프리미엄 이탈리아 '고타와 메이크업' 제품 개발 및 국내 생산 공급에 관한 독점 계약을 체결했다. 고타(Gotha)는 국내에도 잘 알려진 인기 글로벌 브랜드 에스티로더, 맥, 톰포드, 클리닉, 시세이도 등 다수의 브랜드에 색조 제품을 공급하는 세계적인 화장품 제조사다. 유씨엘은 이번 계약을 통해 고타의 혁신 노하우와 트렌디한 제형을 접목한 프리미엄 색조 화장품을 국내 기업에 쉽고 빠르게 공급할 수 있게 됐다.

Global

시세이도, 글로벌 이노베이션센터 오픈

시세이도는 최근 요코하마 미나토 미라이 지구에 건설해온 글로벌 이노베이션 센터를 12월 중순 본격 가동한다. 시세이도 글로벌 이노베이션 센터는 도시형 오픈 랩(Open LAB)을 목표로하여 2015년 3월 요코하마시로부터 부지를 취득하여 건설하게 됐다. 시설의 명칭은 'S 파크(S/PARK)'. 2019년 4월부터는 일반 입장객도 자유롭게 이용할 수 있는 오픈 커뮤니케이션 공간을 개방한다.



메리케이, 글로벌 R&D센터 오픈

메리케이는 미국 텍사스 루이스빌에 미래 성장과 제품 혁신을 위한 글로벌 제조·연구개발(R&D) 센터를 오픈했다. 2016년 9월 착공해 지난 1일 완공된 메리케이 제조·연구개발 센터는 최고의 제품을 생산할 수 있도록 1억 달러 이상이 투자됐다. 메리케이는 앞으로 이곳에서 50% 이상의 메리케이 제품 생산을 책임질 예정이다.



Campaign

마녀공장 × 초록우산 어린이재단

자연주의 기능성 화장품 브랜드 마녀공장이 초록우산 어린이재단에서 진행하는 2018 주거빈곤 아동 지원 캠페인 '빌드업 서포터즈'에 정식 후원한다. '빌드업 서포터즈'는 송실대, 서울여대, 한국성서대, 가톨릭대, 건국대 등 전국 5개 대학교의 사회복지학과 학생들이 모여 10월 1일부터 12월 31일까지 주거빈곤 아동 가정의 환경개선을 위해 대학 내 캠페인을 운영하는 사업이다. 서울 시내 주거빈곤 가정 6개 가정의 이사, 보증금 및 개보수 비용 등 각 500만 원을 지원할 예정이며, 대학교 자원봉사자를 활용한 집중 온·오프라인 캠페인을 통해 아동 주거지원에 대한 이슈를 공유하고 정기후원자를 발굴이 주목적이다.



EXO, ALL 바른 더마생활

EXO(엑소)가 더마 코스메틱 시장에 새로운 미용법을 제시한다. 네이처리퍼블릭은 '세 바른 더마생활'이라는 캐치프레이즈를 내세운 CF를 통해 얼굴뿐만 아니라 민감한 피부 어디에나 사용하는 관리법을 전달한다. 네이처리퍼블릭은 대용량 더마 보습 제품인 '그린더마 마일드 크림'의 TV 광고를 중심으로 EXO 멤버별 디지털 필름과 제품 체험단 등 다양한 콘텐츠를 추가로 선보일 계획이다.

고세, '숲 만들기' 캠페인

고세코리아가 캠페인 전개 10주년을 맞아 대표 글로벌 브랜드 '설기정'의 사회공헌 캠페인 '숲 만들기'를 전개한다. '아름다운 지혜를, 사람에게 지구에게'라는 기업 이념 실천과 고객 사랑에 대한 감사의 마음을 담은 '설기정 세이브 더 블루' 캠페인의 한국 활동이다. 이 캠페인은 오리엔탈 식물의 풍성함을 제공하는 지구에 보답하자는 취지에서 2009년 시작했다. 일본 오키나와 바다의 산호초 재생과 보전을 위한 캠페인으로 출발해 주요 진출국으로 활동 범위를 넓히고 있다.



룩시땅-테라사이클, 공병 재활용 캠페인

프랑스 자연주의 브랜드 룩시땅(L'Occitane)이 글로벌 환경 기업 테라사이클과 함께 '수분크림 공병 재활용 캠페인'을 11월 9일 ~ 12월 31일까지 진행한다. 전국 룩시땅 매장에서 진행되는 이번 캠페인은 '11월 11일 시어 데이' 프로모션의 일환으로 피부의 수분 보습을 넘어 자연까지 지키자는 취지이다. 모든 브랜드의 수분 크림 공병을 매장 내에 설치된 수거함에 넣으면 테라사이클과의 협력해 100% 물질 재활용된다. 수거된 공병은 물질 재활용을 통해 룩시땅 한정판 에코 텀블러로 제작된다. 공병은 테라사이클의 엄격한 내부 공정을 통해 새롭게 텀블러로 재탄생되며, 소비자 보호 차원 유아용품 인증도 받을 예정이다.



멜릭서 × 카라

동물권 행동 (KARA)와 비건 화장품 브랜드 멜릭서(Melixir)가 유기견들에게 겨울 식량 제공 캠페인을 진행한다. 멜릭서는 동물 실험을 반대하고 동물성 성분을 일절 쓰지 않는 100% 채식주의의 화장품을 만들고 있다. 현재 텀블러에서 진행되고 있는 멜릭서 펀딩에 후원자 1000명이 모이면 보호소에 사료 1000kg을 보낼 수 있다. 후원자들이 멜릭서 제품 한 개를 구매하면 다섯 마리의 유기견에게 끼니가 제공되는 셈이다.



Event

태국서 열린 '마몽드 가든 인 더 시티'

마몽드는 지난달 태국 방콕 시암 스퀘어 원에서 최초의 글로벌 브랜드 행사인 '마몽드 가든 인 더 시티(Mamonde Garden in the City)'를 성황리에 마무리했다. '가든 인 더 시티' 행사장은 가든 콘셉트의 스킨케어, 메이크업, 브랜드 존에서 고객들이 마몽드 제품을 쉽고 편안하게 즐길 수 있는 공간으로 꾸며졌고, 마몽드 모델 박신혜와 태국 현지 팬들이 만났다. 마몽드는 태국에서 인기인 '로즈워터 토너', '크리미 토티 컬러 밤'을 비롯, 마몽드의 기술을 담은 제품으로 태국 소비자들에게 꽃의 힘을 전달한다.



박준 뷰티랩, 슈퍼모델 2018 서바이벌 협찬

헤어숍 프랜차이즈 박준 뷰티랩이 '슈퍼모델 2018 서바이벌'의 헤어 협찬을 한다. 이번 '슈퍼모델 2018 서바이벌'은 다양한 능력과 끼를 표출해낼 수 있는 '모델테이너'를 발굴하고, 선보이는 프로그램이다. 63인 참가자와 63인의 매력을 뽐내게 할 박준 뷰티랩의 프로 디자이너들의 개성 넘치는 헤어스타일을 제안할 예정이다.



2018 뷰티소상공인 경진대회

'2018 뷰티 소상공인 기능 경진대회 & 인터내셔널 뷰티아트페어'가 폐막했다. 12개 종목에서 뷰티 스타일링 종목에 출전한 박주령이 대통령상을 수상하며 최고상 수상의 영예를 안았다. 14개 종목에 출전한 일반부 출전자들은 보디페인팅과 캐릭터 메이크업 등 TV, 영화에서 볼 수 있던 다양한 캐릭터들을 만들어냈다. 이날 최고상인 중소벤처기업부 장관상은 보디페인팅에 출전한 조민혜(SBS아카데미 뷰티스쿨 수원원캠퍼스)씨가 받았다.

헤라 × 싱가포르관광청 ×블라인드니스

헤라는 싱가포르관광청, 블라인드니스와 함께 홀리데이 컬렉션의 콘셉트인 'PLAY WITH THE QUINGS(Queen + King)'에 맞춰 사라진 성별의 경계와 조화를 표현한 패션쇼를 선보였다. '2018 홀리데이 컬렉션' 출시를 기념, 싱가포르에서 론칭 행사를 진행한 것. 홀리데이 컬렉션 디자인에 패션 브랜드 '블라인드니스'가 함께 해 패션쇼의 런웨이를 통해 블라인드니스 특유의 의상과 헤라 제품들로 완성한 세련된 메이크업의 조화를 확인할 수 있었다.



Shop

바닐라코 주요 매장 리뉴얼

바닐라코가 주요 매장을 SNS 인증을 즐기는 소비자들의 트렌드를 반영해 포토존을 구성한 매장으로 탈바꿈하고 있다. 바닐라코는 지난 9월 '2030 여성을 위한 바닐라코의 뷰티 스타일 공간'이라는 콘셉트로 바닐라코 신촌점을 재단장한 데 이어, 10월에는 대구 동성로점과 서울 홍대스타점을 연이어 리뉴얼 오픈했다. 바닐라코 관계자는 "최근 소비자 트렌드가 '소유'에서 '체험'으로 변화함에 따라 바닐라코 매장 곳곳에서 즐겁게 제품을 접할 수 있도록 사진을 찍을 수 있는 포토존과 체험존을 강화했다"라고 밝혔다.



Model



보미라이 × 배우 최지우

원적외선 마스크 브랜드 '보미라이(BOMIRAI)'가 전속모델인 배우 최지우와 함께 한 뷰티 화보. 원적외선 빛으로 피부의 생기를 되찾아주는 마스크 제품 컨셉을 바탕으로 진행됐다. 화보 속 최지우는 드레스업 컨셉에 맞게 특유의 깨끗하고 맑은 광채 피부와 우아한 포즈로 고혹적인 아름다움을 연출했다.

스와니코코 × 금새록

배우 금새록이 천연 바이오 화장품 브랜드 '스와니코코'의 새 얼굴이 됐다. 스와니코코 측은 "배우 금새록의 맑고 순수한 이미지와 천연 바이오 화장품 브랜드인 스와니코코의 이미지가 잘 맞고 자사와 추구하는 가치와 잘 어우러져 모델로 선정했다"라고 밝혔다. 스와니코코는 소비자가 안심하고 사용할 수 있는 화장품을 만드는 것을 목표로 천연 화장품 시장에서 탄탄한 입지를 쌓아온 브랜드다.



야보스 × 배우 김정민

배우 김정민이 야보스 화장품의 주력제품인 마스크라 라인의 전속모델로 발탁됐다. 브랜드 측은 김정민이 갖고 있는 전문적인 지식과 노하우를 인정했다고 전했다. 한편 김정민은 개인 사정으로 방송을 잠깐 쉬었다가 종편에서 복귀 후, 대만 뷰티 프로그램 '오, 마이 비즈니스'에 출연해 'K-뷰티' 전도사로 활약해왔다. 한편, 김정민은 한국뿐 아니라 대만 뷰티 프로그램에도 출연하며 '뷰티멘토'로의 활동을 확장하고 있다.



글로우픽 × 악동뮤지션 수현

악동뮤지션 수현이 뷰티 리뷰 플랫폼 글로우픽 광고 모델로 활동한다. 글로우픽은 국내 최대 규모인 8만 건 이상의 뷰티 제품 데이터베이스와 270만 건 이상의 소비자 리뷰를 기반으로 한 모바일 뷰티앱이다. 특히 수현은 광고 CM송 '사요마요송'에 제작 참여하며 음악적 재능을 마음껏 발휘했다. TV 광고 영상을 통해 가사에 맞춰 직접 CM송을 선보이기도 한다. 가사에는 소비자들이 일상 속에서 빈번하게 마주하게 되는 화장품 고민을 '글로우픽'을 통해 해결할 수 있다는 메시지를 담았다.

슬리핑뷰티112 × 배우 이정은

tVN '미스터 션샤인'의 함안댁으로 사랑받은 배우 이정은이 생애 처음으로 화장품 광고 모델이 됐다. 배우 이정은은 최근 아모레퍼시픽의 슬리핑뷰티112의 광고에서 스텐디스로 등장해 밤 사이 필요한 슬리핑 케어의 중요성을 강조했다. 광고 관계자는 "이정은이 가진 특유의 친근하면서도 밝고 건강한 매력의 제품 이미지에 부합돼 계약을 맺게 됐다"라고 밝혔다.





라뮤즈 × 배우 박시연

에스텍 뷰티 브랜드 라뮤즈가 여배우 박시연을 뮤즈로 선정했다. 라뮤즈 브랜드 관계자는 박시연의 우아하고 고급스러운 이미지가 자연스러운 아름다움을 추구하는 라뮤즈의 콘셉트와 잘 부합한다고 밝혔다. 박시연의 광고 영상과 메이킹, 화보 등은 이달 중 공개 예정이다.



웰릿 × 미스춘향 우윤정

제78회 미스춘향 眞 출신 배우 우윤정이 L2P의 첫 번째 브랜드 31°C에 이어 두 번째 브랜드 웰릿의 새 모델로 발탁됐다. 웰릿은 주름, 미백에 효과적인 화장품으로 국립 부경대와 피부전문가가 공동연구 개발한 더마 브랜드. L2P 관계자는 건강하고 고급스러운 이미지를 가진 배우 우윤정 씨를 모델로 발탁해 민감한 피부의 진정과 피부 탄력의 제품 효과를 보여줄 예정이다"라고 전했다.



플레드벨 × 배우 유이 발탁

'플레드벨(Cledbel)'이 브랜드 모델로 여배우 유이를 새롭게 발탁했다. 유이는 기존 모델인 고소영과 함께 플레드벨 모델로 활동할 예정이다. 플레드벨 관계자는 "고소영의 우아하고 고급스러운 이미지와 유이의 밝고 사랑스러운 이미지가 맞물려 다양한 연령대에 브랜드 이미지를 효과적으로 전달할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

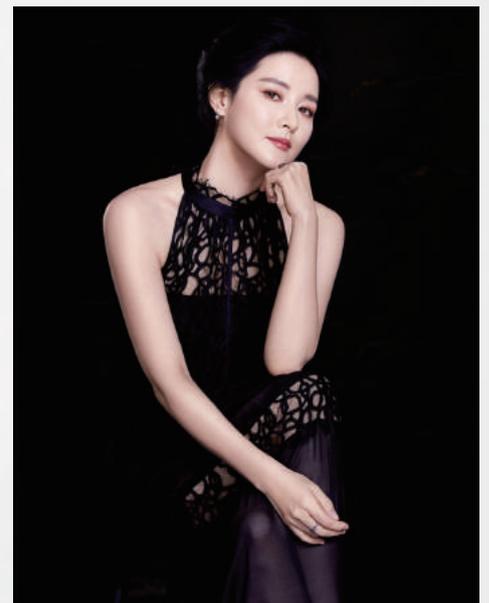
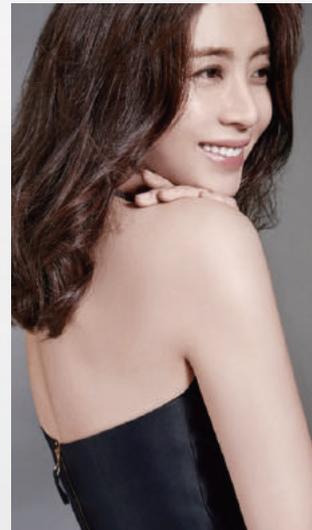
비오라씨 × 배우 최윤라

배우 최윤라가 화장품 브랜드 '비오라씨'의 모델로 발탁됐다. 비오라씨는 고성능 저자극 기능별 집중 스킨케어 브랜드다. 최윤라는 MBC 드라마 '배드파파'에서 미워할 수 없는 매력으로 극의 활기를 주는 캐릭터로 시청자들의 사랑을 받았다.



본에스티스 × 배우 송윤아

배우 송윤아가 프리미엄 에스테틱 화장품의 모델로 발탁됐다. 본에스티스 측은 "명품 배우로서 송윤아 씨의 고급스럽고 세련된 이미지가 본에스티스와 잘 어울리고, 또 본에스티스의 오랜 고객이었던 만큼 브랜드에 대한 애착도 높아 모델로 선정하게 됐다"라고 밝혔다. 본에스티스는 30년간 에스테틱만의 특화된 원료를 응용한 레시피로 독보적인 화장품 영역을 개척해 왔다.



후 × 배우 이영애

LG생활건강의 '후'는 배우 이영애와 글로벌 전속모델 재계약을 체결했다. LG생활건강은 2006년부터 13년간 궁중화장품 브랜드 '더 히스토리 오브 후'의 모델로 활약해왔다. 이영애는 격이 다른 기품과 고급스럽고 우아한 이미지를 바탕으로 '후'가 전달하고자 하는 왕후의 품격 있는 아름다움과 신비로움을 현대적인 감각으로 표현할 수 있는 독보적인 모델이라는 평을 받고 있다.



Launching

이탈리아 뿌빠, 재상륙

이탈리아를 대표하는 메이크업 브랜드 뿌빠(PUPA)는 1974년, 이탈리아 밀라노에서 안젤로 가티(Angelo Gatti)가 만든 브랜드. 현재 이탈리아 외에도 러시아, 동유럽, 중동 등 26개 국가에 진출하며 글로벌 시장에서 입지를 다지고 있다. 뿌빠의 설립자인 안젤로 가티는 컬러와 메이크업, 패션과 아트를 동시에 아우르는 메이크업 키트를 시작으로 이탈리아 고유의 감성을 담아낸 메이크업 제품군으로 알려졌다.



미샤, 라인 프렌즈 에디션

에이블씨엔씨 화장품 브랜드 미샤는 귀엽고 감쪽한 라인 프렌즈를 화장품에 접목한 라인 프렌즈 에디션을 3년 만에 재출칭 했다. 제품은 글로우 텐션, 새도 팔레트, 비비크림, 틴트 등 12종 28 품목. 올 하반기 '투명 광채', '탄력광' 등 광채 메이크업으로 인기를 끈 '글로우 텐션'이 탑재됐다.



아모레퍼시픽, 메이크업 브랜드 '레이카인드'

아모레퍼시픽의 2018년 겨울 홀리데이 시즌을 위해 첫 번째로 선보이는 레이카인드 '립 크레이버 라인'은 레이카인드 브랜드가 추구하는 자신만의 개성을 잘 드러내는 '컬 보스'의 감성을 담은 생생한 텍스처와 과감한 컬러, 남다른 각을 지닌 디자인이 특징이다. 눈이 기억하는 풀 메탈 글로스 5종과 신비로운 홀로 부스터 글로스 3종으로 구성됐다.



캐나다 스킨케어 '네나', 재상륙

그루리퍼블릭의 캐나다 스킨케어 브랜드 네나가 재출칭했다. 네나는 새로운 국내 공식 수입원을 통해 공급된 뷰티 브랜드로 캐나다 밴쿠버에 본사를 두고 있다. 네나의 스킨케어는 브리티시 콜롬비아의 북부 해안에서 찾아볼 수 있는 100% 정정 캐나다 자연 성분으로 구성됐다. 빙하 해양성 점토와 해양성 미네랄 워터를 첨가해 피부를 해독한다. 각질제거, 자성 클렌징, 모공 축소, 피부회복과 수분 보충, pH 농도 균형을 유지하는 기능으로 유명하다. 뷰티 라이프스타일 숍 아앤드(ARE &)의 온라인 스토어에서 판매한다.

더비건글로우 출시

비건화장품 브랜드 '더비건글로우'가 와디즈를 통해 첫 제품을 선보였다. '더비건글로우'는 비즈왁스, 동물성 글리세린, 달팽이 등 수많은 동물성 원료들을 원칙적으로 배제하고 식물에서 추출한 원료들을 활용해 피부 건강을 개선할 수 있도록 연구하고 있다. 대표제품인 굿모닝크림과 나이트크림은 단순한 전성분만을 사용하여 알러지 유발 가능성을 낮춘다.





폴란드 톱 메이크업 '잉글롯' 재론칭

폴란드의 메이크업 톱 브랜드 '잉글롯'이 국내 시장에 재진입했다. '잉글롯'은 1983년 출시 이래 유럽 프리미엄 메이크업 시장을 기반으로 전 세계로 영역을 확대해왔다. 2006년 캐나다 몬트리올 매장을 시작으로 전 세계 주요 도시로 매장을 확보, 글로벌 소비 접점을 확장해왔다. 특히 브로드웨이의 주요 작품과 협업으로 무대 분장을 담당했고 뉴욕, 파리 컬렉션 등 세계적인 패션쇼의 백스테이지 메이크업을 담당했다.

Collaboration



토니모리 × 모스키노

스트리트 컬처 브랜드 토니모리가 국내 코스메틱 브랜드 최초로 이탈리아 명품 브랜드 '모스키노'와 협업한 FW 컬렉션을 선보인다. 한정판 컬래버레이션으로 선보이는 이번 컬렉션은 두 브랜드가 가진 키치하고 에너지 가득한 '스트리트' 감성을 바탕으로 시크하면서도 세련된 무드가 제품에 반영되었다. 블랙과 골드를 사용한 패키지는 클래식한 화려함을 담았으며, 모스키노의 패션 아이템을 연상시키는 패턴들과 모스키노의 멀티 컬러 로고가 조화를 이루도록 디자인돼 소장가치를 더했다.

New



16 brand

16 브랜드 16 톤 웨이크 에센스 팩트

피부톤은 자연스럽게 밝히고 결점은 완벽히 커버하는 신개념 톤&커버 팩트. 컬러 베이스와 파운데이션을 반반 조한해 개인의 피부톤에 맞는 컬러를 선택할 수 있다. 스킨케어부터 베이스, 파운데이션의 3단계를 하나로 모아 피부 고민에 맞춰 다양하게 활용 가능하다.



루나 2018 FW 리미티드 에디션

애프터 파티 콘셉트로 최소한의 화장품으로 메이크업의 지속력은 높이고, 화사하게 돋보이면서도 간편하게 메이크업을 완성할 수 있다. 에센스 수분광 팩트 FX 에디션과 롱래스팅 파운데이션 에디션 등 총 2종으로 구성됐다.



두두베베, 천연 화장품 '두두스타'

10대를 위한 수분 진정 화장품 '두두베베 (DuDuBeBe)', 30~50대를 위한 천연 기능성 화장품 '두두비(DuDu B)'를 출시해 착한 가격과 착한 성분을 앞세운 천연 패밀리 스킨케어를 지향해 온 두두베베가 '두두스타'를 출시했다. 정제수가 들어가지 않은 천연 화장품으로 탱탱 콜라겐 스타 마스크팩, 탱탱 콜라겐 스타 세럼, 탱탱 스타미스트 등 3종으로 구성됐고, 미국 하와이 수출에 이어 LA 수출을 앞두고 있다.



Fashion News



컬럼비아 x 오프닝세레모니

아웃도어 스포츠 브랜드 컬럼비아가 뉴욕 패션 편집숍이자 브랜드 '오프닝세레모니 (Opening Ceremony)'와 협업한 2018년 가을 컬렉션을 출시했다. 실용성 높은 인터체인지 파카와 스웨트셔츠, 티셔츠, 모자 등 다양한 상품으로 컬렉션을 풀어냈으며, 컬럼비아의 아웃도어 기술력과 오프닝세레모니 특유의 감각적인 디자인이 소장 가치를 높인다.

Collaboration



루이까뜨즈 x 디자이너 계한희(KYE)

프랑스 오리진 브랜드 루이까뜨즈가 국내 대표 패션 디자이너 계한희(KYE)와의 두 번째 콜라베이션 에디션으로 3종의 유니크한 '콤비네이션 백'을 출시했다. 2019 S/S 헤라서울패션위크에서 첫 공개한 이번 협업 라인은, 루이까뜨즈의 고급 가죽 소재와 계한희 고유의 유틸리티 있는 디자인이 더해진 핑크하면서도 힙한 분위기의 제품으로 주목받았다. 화이트와 블랙 두 메인 색상의 조합이 전해주는 모던한 분위기가 유니크한 스타일을 살려준다.

Styling



트렌드 헌트 2018 FW

예술작품이 담긴 패션의류를 취급하는 trend_hunt 패션 부티크가 18FW 룩북을 공개했다. 이번 시즌은 'Kunstwerk : 예술을 입다'라는 주제로 예술가 두 명이 초상화, 옷 제작, 음악 연주, 페인팅 등 예술을 표현하는 모습을 볼 수 있다. 'Kunstwerk'란 독일어로 '예술작품'이라는 의미를 담고있다.



코오롱 FnC x 송해나, 엘리스

코오롱 FnC는 송해나, 엘리스와 함께 코트와 백의 스타일링을 제안했다. 'WINTER COAT & BAG (송해나&엘리스 : 겨울, 패션, 그리고 사적인 대화)' 기획전을 통해 코트와 어울리는 미니백, 다양한 이너웨어까지의 스타일링을 톱 모델 송해나와 엘리스의 인터뷰 영상과 이미지를 통해 제안했다. 모델 송해나는 클래식한 체크 코트나 그레이 코트처럼 정갈한 디자인의 코트로 반전의 느낌을 주는 스타일링을, 모델 엘리스는 핑크 컬러로 여성스러움을 강조하거나 중성적인 느낌의 코트와 미니백의 매치로 발랄한 스타일링을 선보였다.



원더 스타일, 어코퍼 코트

국내 에코 퍼 전문 브랜드 '원더 스타일 (WONDER STYLE)'에서 세련된 실루엣과 유니크한 패턴의 조합이 인상적인 코트를 선보인다. 이번 F/W 시즌에는 에코 퍼에 대한 인식을 높이기 위해, 환경 및 동물 보호 메시지를 담은 다양한 스타일의 제품을 선보이며 주목받고 있다.



스페인 토스(TOUS), 국내 상륙

스페인 '토스가 국내 주얼리 시장에 본격 진입한다. '토스'는 1920년 스페인에서 토스 가문에 의해 설립되어 현재 유럽, 북미, 아시아를 중심으로 45개국, 600개 매장을 전개 중인 글로벌 주얼리 전문 브랜드. 테디베어 모양의 시그니처 모티프로 유명하며 '곰돌이 목걸이', '곰돌이 귀걸이' 등으로 알려져 있다.

Shop



카카오프렌즈 × 콰르텟

강남역의 명소로 자리 잡은 카카오프렌즈 강남 플래그십 스토어가 콰르텟과 만나 새롭게 변신했다. '콰르텟 강남'은 복합 문화공간 사운즈 한남에 위치한 콰르텟의 감성을 그대로 이어받았다. 유니크한 디저트 카페로 사운즈 한남에서 판매되고 있는 식·음료를 비롯해 강남점 단독 카카오프렌즈 콜라보레이션 메뉴와 굿즈를 만나볼 수 있다.

듀퐁 × 빅뱅 승리

프랑스 럭셔리 브랜드 에스. 티. 듀퐁이 빅뱅 승리의 성숙한 매력과 18A/W 의류 컬렉션과 란대부했다. 승리는 활동적인 남성을 위한 실용적이며 모던 클래식한 스타일들로 구성된 듀퐁의 컬렉션을 사업가로서의 카리스마와 아티스트의 이미지를 넘나드는 매력적인 모습을 표현했다.



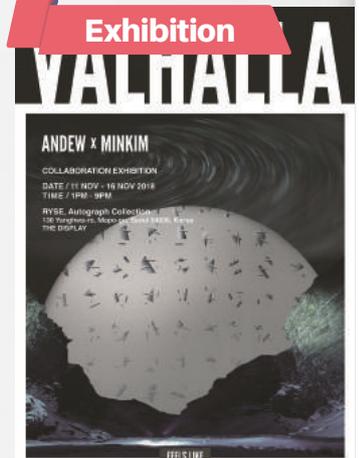
무자크, 민효린 룩

영 캐주얼 브랜드 '무자크'의 뮤즈 '민효린'의 체크 코트와 롱 다운 패딩 스타일링. 퍼 장식 핸드메이드 코트와 노르딕 폴오버 니트, 벨벳 플리츠스커트를 매치해 포근하고 사랑스러운 스타일을 완성했다. 또한 포버튼 체크 패턴 롱코트에 화이트 니트, 자켓빛 포인트 컬러 스커트와 슈즈를 매치해 시크하고 도회적인 매력이 돋보인다.

앤듀 × 민킴(MINKIM)

캐주얼 패션 브랜드 앤듀가 맨투맨 포함 5종의 본격적인 판매에 앞서, '패션'과 '예술'이 하나 된 아색 컬래버레이션 전시회를 개최했다. 이번 전시는 신화에 나오는 신들의 천국 '발할라'에 영감을 받아 창작된 '필즈 라이크 발할라'라는 콘셉트로, 각 작품들은 앤듀의 맨투맨, 반팔 티셔츠 등을 오브제로 활용해 독특하면서도 개성 있는 효과를 극대화했다. 단순 의류에서 벗어나 하나의 아트 오브제로 진화한 앤듀의 제품들은 그래픽이션을 주로 활용하는 민킴 작가의 시그니처 표현법을 더욱 증폭시켜준다.

Exhibition



Contest



제2회 샤플 디자인 콘테스트

세계적인 디자인 플랫폼 기업 샤플이 '제2회 샤플 디자인 콘테스트'를 개최한다. 이 콘테스트는 전 세계를 대상으로 열리는 세계 최대 제품 디자인 공모전으로 누구나 참여 가능하며, 출품작 카테고리리는 자유다. 단, 직폭 크기만 가로, 세로, 높이의 합이 90cm를 넘지 않으면 되며 출품비는 무료다. 중복 출품이 가능하다. 출품 기간은 12월 20일까지. 총상금은 최대 1억 원이다.

너브랜드 커피

10년 이상 커피업계에서 쌓은 노하우와 최고의 팀웍을 자랑하는 카페사업 전문가 집단입니다.

당신(너)의 브랜드를 도와드립니다.

- 신규카페 창업을 원하세요?
- 지금도 카페 영업중에 머신이 말썹인가요?
- 무미건조한 커피맛이 고민 되시나요?
- 색다른 신메뉴 개발이 고민 이신가요?
- 신메뉴 POP(디자인) 고민이죠?
- 무턱대고 시작한사업 모르는게 너무 많지 않은가요?

“구매를 당장 희망하지 않아도 괜찮습니다. 부담없이 연락주세요. 성심껏 답변드리겠습니다.”

문의 : 02-2135-5445

휴대폰 : 010-7117-0791

이메일 : nurbrand@naver.com

건조하고 가렵다 S.O.S 아토피!

환절기는 물론 겨울철 내내 피부가 빨갛게 일어나면서 가려움증이 시작되었을 때, 피부과를 찾기 전 피부의 케어 방법과 화장품 선택시 주의점.

일반적으로 아토피와 건성피부는 비슷하지만 전혀 다르다. 한마디로 건성 피부는 보습으로 해결할 수 있지만, 아토피 피부는 90%가 염증을 일으키는 균으로 인한 것으로 항균 효과의 보습제를 발라 주고 피부를 촉촉하게 관리하는 것이 중요하다. 아토피 피부가 계절에 따라 심해지는 원인은 외부 환경적인 자극 때문이다.



건성 or 아토피?

건성 피부

피부 수분이 정상일 때보다 수분이 쉽게 빠져나간다.

↓

보습제나 가습기 등을 이용해 피부가 건조해지는 것을 막아준다.

아토피 피부

피부를 구성하는 세라마이드 성분이 부족하고 장벽 기능이 약해 세균에 잘 감염될 수 있다.

↓

철저한 보습으로 피부 장벽을 강화해 준다.

SELECT POINT

● 안전한 화장품 고르기

아토피 피부는 수분이 많이 필요하다. 더구나 자극에 더 민감하게 반응하며 세균에도 잘 감염된다. 보습제를 선택할 때는 무향, 무보존제, 무색소 무에탄올 등 첨가물이 배제된 아토피 피부 전용 화장품을 사용해 피부에 자극을 주지 않도록 신경 써야 한다. 또 아토피 피부는 조그만 자극에도 민감할 수 있으므로 화장품 선택에 신중을 가해야 한다.

★체크사항 : 세라마이드 성분 함유 여부, PH중성 이하 제품 항균 기능, 발림성, 보습성

● 아토피 피부 케어 방법

아토피 피부는 관리를 잘해줘도 갑작스럽게 증상이 나타나기도 한다. 특히 겨울에는 아토피 피부 관리가 몇 배로 더 어렵다.

- ① 아토피 피부를 위한 전용 보습제로 피부 건조를 막아 준다.
- ② 환기를 자주 하고 뜨거운 열기구 사용을 자제하는 등, 실내 온도를 낮추어 피부가 건조해지지 않게 해준다.
- ③ 피부에 직접적으로 닿는 의류 역시 합성 섬유보다는 면소재를 선택해 가려운 증상을 줄여준다.
- ④ 목욕 시에는 온도가 유지되고 자극이 적은 통 목욕이 좋고 15분 이내로 가볍게 한다.
- ⑤ 타월 사용을 피하고 순한 바디 클렌저를 사용한다.
- ⑥ 목욕 후 3분 이내에 아토피 피부 전용 보습제를 발라 골고루 흡수시켜 준다.
- ⑦ 오메가 3와 아연이 들어있는 음식을 섭취해준다.
- ⑧ 침대 소파 카펫 사용 등을 자제하여 집먼지 진드기에 피부 노출을 피한다.
- ⑨ 여름과 겨울 습도와 온도를 일정하게 해서 피부의 건조를 막는다.



2018 December Lucky Keyword

Cheer up with happy year!



염소자리(12월 22일~1월 19일)

평정심이 당신을 도와줘요

절실히 원하는 게 있다면 누가 뭐라고 하든 신경 쓰지 마세요. 무언가에 욕심이 생긴다면 솔직히 드러내세요. 무슨 계기가 생길지도 모르잖아요. 당신을 질투하는 사람이 있다면 다 그럴만해서 생기는 일이라고 즐겨보는 것도 좋겠네요. 직장에서는 평정심을 잃지 않도록 주의하길. 이달에는 매사에 차분하게 대처해야 해요. 커플은 적극적으로 표현하고 솔로는 관심 가는 이에게 용감하게 도전하세요.



물병자리(1월 20일~2월 18일)

보람 있는 성과물이 기대돼요

겉모습은 그럴듯하지 않았는데, 나중에 점점 선택에 대해서 자랑스러워지는 일이 생길 거예요. 모든 것이 과도한 욕심을 버리고 그저 부지런히 맡겨진 일을 성실히 수행해온 결과겠지요? 그러나 구슬도 꿰어야 보배. 그 열매를 제대로 거둘 수 있도록 마무리가 중요해요. 나오는 상관없는 일로 주변이 시끄러울 수 있지만, 끼어들지 않는 것이 가장 현명한 일이겠죠. 함부로 끼어들었다가는 모든 일을 망치므로 조심 또 조심!



물고기자리(2월 19일 ~3월 20일)

조금씩 덕을 쌓아 보세요

모든 것이 큰 사건이 없이 흘러가면 약간의 지루하게 느껴질지 모르지만, 축복이랍니다. 직장에서도 가정에서도 알게 모르게 좋은 일을 많이 하세요. 주변에 다소 첫인상이 좋지 않은 사람이 있더라도 전략적으로 친해져 보세요. 나중에 좋은 인연이 될 수 있답니다. 남에게 프레젠테이션 할 때 재치 있는 애드리브를 시도해 보면 성공의 확률이 높아요. 커플은 연인을 밀어붙이는 터프한 모습을, 솔로는 불현듯 연락하거나 찾아가는 전략을 활용하세요.



양자리(3월 21일~4월 19일)

매사에 주의력이 필요해요

적이 은밀히 움직일 가능성이 있으니 조금이라도 이상하면 스스로를 예민하다 의심하지 말고 자신의 감을 믿으세요. 직장에서는 비록 당신의 공이 커도 주변으로 돌리는 자세가 필요해요. 당신의 열정이 진심이라면 겉으로 드러내려 노력할 필요가 없습니다. 악용하는 사람이 나타날지 모르니까요. 모르는 사람을 덜컥 믿지 마길. 커플은 쓸데없는 질투를 삼가고, 상대의 입장을 배려해보세요. 솔로는 주변 정리부터 말끔히 하는 시간을 만드세요.



황소자리(4월 20일~5월 20일)

당신의 잠재력을 드러내 보세요

내면에 잠자고 있는 열정과 집중력을 한 곳에 모으기에 더할 나위 없는 때입니다. 큰 작은 목표를 만들어 당신이 그걸 얼마나 바라고 노력하는지 지켜보세요. 직장에서는 약간 튀더라도 당신이 드러내는 것을 겁내지 마세요. 긍정적인 에너지를 받을 수 없는 인간관계에는 미련을 버리세요. 커플은 갖고 싶은 선물을 당당하게 요구하고 솔로는 상대에게 너무 부담 갖지 말고 자연스럽게 접근해 보세요.



쌍둥이자리(5월 21일~6월 21일)

나만의 시간도 소중해요

여러 사람과 균형을 맞추는 게 어울리고 싶지만, 이 시기에는 마음대로 되지 않아 답답할 수 있습니다. 이럴 땐 개인적인 취미를 가지거나, 걸다리 지식이 늘어날 때이니 평소 부족했던 상식을 쌓는다고 생각하세요. 직장에서는 공동 프로젝트를 하더라도 따로 무언가를 준비하는 것이 좋겠네요. 커플은 편지로 마음을 전해 보길. 솔로는 생각이 없었던 곳에서 진짜 인연이 기대되니 정석만 생각하지 마세요.



게자리(6월 22일~7월 22일)

실력과 저력을 발휘해 보세요

속내를 알 수 없는 사람들로 인해 인간관계가 답답하다고 느껴지겠네요. 최고의 해답은 침묵임을 기억하세요. 별일 아닌 일로 은근히 공격하는 사람이 나타날 수 있고 센 인물, 강력한 사건으로 인해 변화가 생길 수도 있어요. 그러나 부정적이라면 여기서 마세요. 이런 시기에는 아무에게도 몰랐던 당신의 특징이 발휘해보는 기회로 삼으세요. 커플은 편지로 진심을 전하고 솔로는 라이벌을 조심하세요.



사자자리(7월 23일~8월 22일)

일시적인 감정에 대해 경계하세요

느끼는 대로 표현하고 싶겠지만, 이 시기에는 자제력이 필요해요. 말 한마디가 큰 오해를 불러올 수 있으니까요. 직장에서는 불필요한 인간관계에 얽매이지 않도록 지혜가 필요해요. 연애에 있어서도 뜨거운 열정보다는 자신을 항상 보살펴 주는 사람에 대한 마음을 헤아려 보세요. 커플은 데이트 코스를 상대방에게 맡겨보길. 솔로는 도서관이나 서점 등 지적 공간에서 인연을 기대할 수 있어요.



처녀자리(8월 23일~9월 22일)

목적 달성의 희망이 보여요

이달의 당신은 뭔가를 남기고 싶은 희망이 강해요. 꼭 목표 달성은 할 수 없지만, 계획을 세우면 진전이 보여요. 당신이 참을성 있게 대처해 나가는 한 그 목적이 무엇이든 달성할 수 있을 거예요. 폭식해서 살 찌지 않도록 경계가 필요하겠네요. 직장에서는 중간 중간 스트레칭하는 습관을 들이세요. 커플은 함께 소풍을 나가면 어떨까요? 솔로는 상대의 애로점을 들어주면서 가까워지도록 노력하면 상대방도 감동해요.



천칭자리(9월 23일~10월 23일)

편한 욕심이 큰일을 그려쳐요

이달의 천칭자리는 누구보다도 감성이 풍부해지는 반면, 고집이 지나쳐 남의 말을 듣지 않고 편한 욕심을 부리는 우를 범할 수 있어요. 가끔 남을 감동시키기도 하지만, 그것이 오히려 부정적으로 작용하기 쉬운 시기이니 몸과 마음을 차갑게 다스려 보세요. 특히 새벽까지 이어지는 술자리는 자제하세요. 허둥지둥 연일 지각에 업무 미스 등으로 상사의 눈밖에 날 수 있어요.



전갈자리(10월 24일~11월 22일)

멀리 가려면 한발 물러서세요

올 한 해 세워놓은 계획이 너무 많았던 건 아닐까요? 문화활동과 클럽활동에 집중해왔지만 생각대로 쉽지 않았을 거예요. 12월은 차분히 다음 단계를 준비할 시기. 여행운은 좋지 않으니 자제하는 것이 좋아요. 중반쯤에는 빨리 처리해야 할 시급한 일들이 한꺼번에 몰려오겠지만, 다음 기회를 준비하는 자세라고 생각하며 마음을 느긋하게 먹으면 결국 편안한 연말을 맞게 되므로 너무 걱정하지 마세요.



사수자리(11월 23일~12월 21일)

선택을 망설이지 마세요

드러낼 때는 당당하게 드러내는 쪽이 존재감을 세우는데 이로우요. 적극적인 행동에 대한 성과가 올 수 있는 시기로 다이어트에 집중해 왔다면 S라인에 대한 꿈이 현실화될 수 있어요. 당신의 이성 보는 눈에 대해서 주위에서 부러워할 정도로 연애운이 좋은 시기예요. 커플은 숨겨놓았던 스캔들이 있었다면 당당하게 공개해도 좋아요. 선택에 있어 망설이지 마세요. 기회는 항상 뒷모습만 보이니까요.



작품명 | 나의 설원

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



LET'S BE TOGETHER

2019 PLANNER

2019년도
탐앤탐스와
함께하세요



· 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.


한국콜마