

Breeze

브리즈 Life & Beauty Magazine | BREEZEKOREA.COM

CMN Cosmetics Marketing News



9 772092 587004

ISSN 2092-5875

2019. DECEMBER

Vol. 172

EVOLVING
CONSUMER

연말 메이크업?
어렵지 않아요!

After Year-end Party

Winter Beauty Care

Sparkling & Brilliant

고수가 따로있나?
메이크업에도 룰이 있다

GORGEOUS
or
VIVID

- 마녀공장 모델 손예진 -

피부는 거짓말하지 않으니까 민감피부의 추천

일리윤 세라마이드 아토 집중 크림

재구매율
93.4%
심층조사 100인의 품평단 설문 조사 결과(2018)



2017·2018·2019
3년 연속 바디크림 부문 1위

글로우픽 컨슈머 뷰티 어워드 | 바디크림 부문 1위



What is love? 사랑과 감동이 필요한 시간

영국 럭셔리 버버리가 올해 진행한 캠페인은 “WHAT IS LOVE?”. 크리스마스 시즌을 기념한 이번 캠페인 영상은 화합과 포용, 그리고 희망적 메시지를 담은 사랑에 대한 이야기로 관심을 끈다. 특히 배우 유아인이 캠페인에 참여하여 더욱 특별한 의미로 다가온 화려함 속의 따뜻함이 그대로 전달되어 온다. 말 그대로 사랑과 감동이 필요한 시즌, 모든 것이 풍요롭고 화려해질수록, 아쉬움도 커져 가는 걸까? 12월을 맞는 에디션들은 서로를 바라보는 시선들이 사랑스럽다. 느낌은 매혹적이며, 럭셔리하며 조금은 감상적이기까지 한 연말. 따뜻하게 빛나는 여신의 모습이 어울릴 듯하다. 에디터 유수연

1. 에스쁘아 러브밤 컬렉션 2. 랑콤 키아라 홀리데이 컬렉션 3. 쏘내추럴 허니 카밍 밤
4. 버버리 2019 페스티브 컬렉션 5. 클라뷰 2019 홀리데이 에디션 6. 입생로랑 리브르

볼 때마다
새로운 화장품 정보가 있다
m.cmn.co.kr



CMN Cosmetic Marketing News

CONTENTS

2019. DECEMBER | VOL.172

- 06 **• ZOOM**
Gorgeous or Vivid
- 연말 메이크업? 어렵지 않아요!
- Shining like glitter
- Sparkling & brilliant
- 12 **• BEAUTY SOLUTION**
Waiting for Dreamful Holiday
- 14 **• TREND REVIEW**
EVOLVING CONSUMER
Newtro / Gender Free / Collaboration
Pro-sumer / Space / Convenience Premium
Safe & Good / Eco Friendly
- 24 **• BEAUTY PLUS**
After Year-end Party
- 28 **• GET THE TIP**
Winter Beauty Care
- 32 **• BEAUTY GUIDE**
고수가 따로있나? 메이크업에도 룰이 있다
- 34 **• NEWS**
Beauty News / New & Hot
Company & Topic / Topic & Company
Fashion News
- 44 **• CULTURE**
Meet Future Dream
- 46 **• HOROSCOPE**
알파걸을 위한 12월 뷰티 운세

COVER STORY



탄탄하고 빛나는 겨울피부의 비밀

마녀공장의 뮤즈 손예진의 빛나는 피부를 지켜주는 단 하나의 솔루션. 비피다 콤플렉스 앰플은 정제수 대신 한 병에 90% 이상 비피다락도 콤플렉스를 담아낸 고농축 파워 에너지로 겨울철 건조함에도 끄떡없는 탄력있고 건강한 피부로 가꿔준다.

※ 특허출원기술 뿌리블류미™로 모발볼륨감 강화 (힘없는 모발용에 한함)

※ 2009.01~2019.02 자사 판매 집계 기준 누적판매 9000만개 돌파



NEW

식약처
보고
기능성화장품

탈모증상케어는 물론, 볼륨케어까지
뭐하나 빠지는 게 없다!

천만 탈모시대의 선택

려 자양윤모 탈모증상케어 샴푸

볼 때마다
새로운 화장품 정보가 있다
m.cmn.co.kr



CMN Cosmetic Marketing News



Life & Beauty Magazine [브리즈]
Breeze

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

2019.
DECEMBER
VOL.172

대표이사 발행인 조병호 Byung-Ho, Cho

EDITORIAL DEPT.

편집장 유수연 yuka316@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 2019년 12월 1일 발행 통권 172호
등록일 2005년 3월 8일 등록 등록번호 영등포 라 00036
Breeze는 한국간행물윤리위원회의 윤리강령 및 실천요강을 준수합니다.

Copyright ©Cmn.All Right Reserved.

두 겹 진정

들쭉날쭉을 평정하다

• 프롬강화 맑은 약쭉 두 겹 진정 크림 •



#수분충전
릴리프크림



#보습잠금
딤크림



프롬 강화

맑은 약쭉 • 두 겹 진정 크림

3년 숙성 쭉 추출물 함유

CONTAINS ARTEMISIA OIL & CALLUS TONYMOLY

TONYMOLY

연말연시를 상징하는 홀리데이
메이크업. 브라운과 골드, 립스틱은
레드, 여기에 에조틱한 적포도주
컬러인 버건디와 바이올렛, 퍼플 등
수많은 컬러들이 눈앞에 펼쳐진다. 그러나
결과적으로 가장 중요한 것은 나에게
어울리느냐 안어울리냐인 것. 트렌드에
얽매이지 않고, 내가 원하는
이미지에 개성을 담아 표현하는
것이 진정한 고수의 포스.
12월을 장식하는 연말
메이크업에 대해 알아본다.



연말 메이크업? 어렵지 않아요!

GORGEOUS



or VIVID

메이크업에
관심 없을 수는 있다.
그러나 메이크업은
남이 나에게 나를 가장
잘 보여줄 수 있는
수단임은 확실하다

올 연말은 나도 '파티퀸'

눈가루를 뿌린 듯 환하게 빛나는 눈매와 장밋빛으로 물든 치크 포인트... 평소에는 과감하다고 생각했던 진한 레드와 녹색 계열의 포인트 화장들에도 눈길이 가는 시간. 한눈에 딱 봐도 눈에 확 띄는 파티퀸들이 꼼꼼하게 챙기는 메이크업 포인트는 의외로 간단한데 있다.

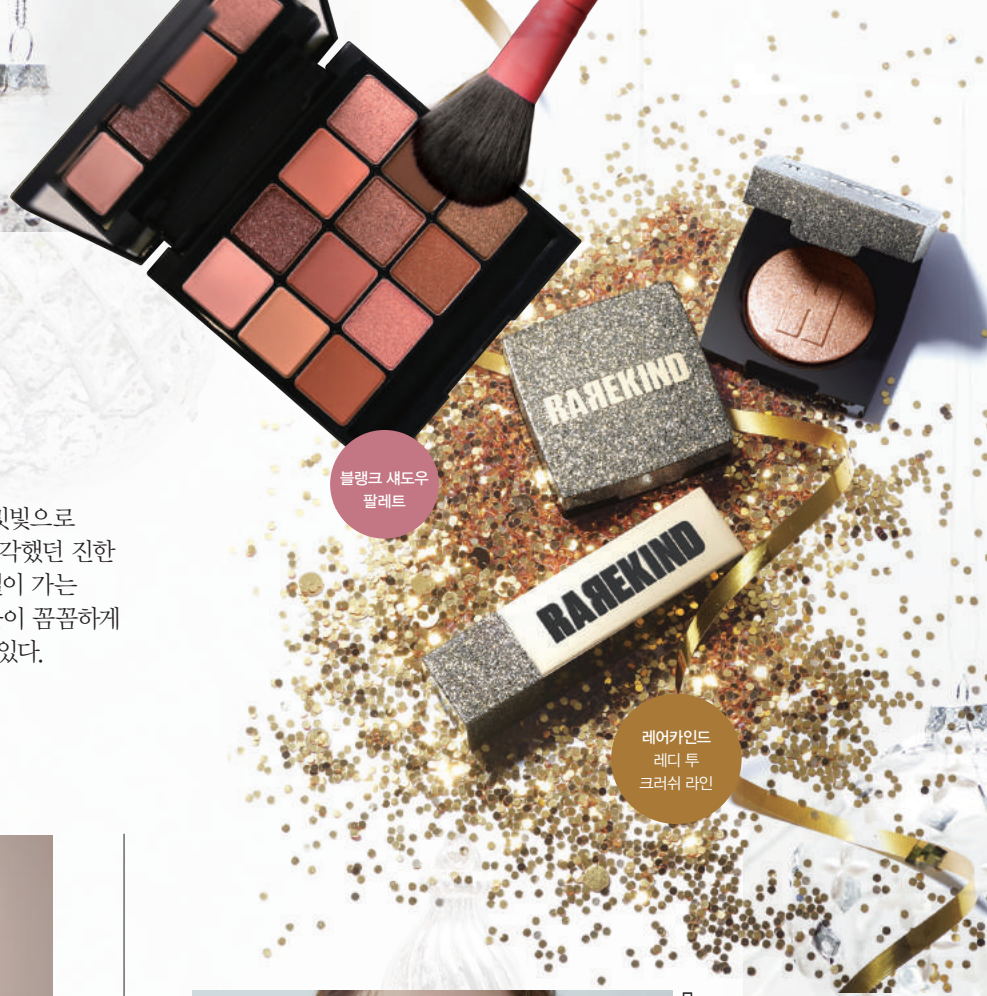


EYE

파티 메이크업을 가장 돋보이게 해 줄 아이템은 바로 반짝 반짝 빛나는 펄 아이템. 특히 펄 효과가 가미된 제품은 얼굴을 더욱 밝고 생기 있게 표현해 준다. 그러나 자칫 잘못 사용하면 얼굴이 부어 보일 수 있고, 초점이 없어 보일 수 있기 때문에 하이라이트로 강조해 준다. 노출이 있는 의상의 경우, 쇄골 위 등에 펄을 발라주면 좀 더 자신 있는 바다 표현이 가능하다.

HOW TO

- 1 자신의 얼굴형에 맞춰 밸런스를 정확히 잡아 준다.
- 2 눈썹의 2/3 부분은 브러시에 브라운 색도를 묻혀 자연스럽게 눈썹 산을 그려주고, 펜슬로 눈썹 꼬리만 빼준다.
- 3 속눈썹 사이 사이를 포인트 브러시로 라이너처럼 꼼꼼하게 메꿔서 최대한 자연스럽게 표현한다.
- 4 색도는 입자가 고운 펄 색도를 눈썹 뼈 아이홀 전체에 가볍게 펴 발라주고 쌍꺼풀 라인에 핑크와 브라운을 터치해 눈매를 또렷하게 강조해 준다.
- 5 다음 눈동자 색깔과 비슷한 색상의 아이라이너로 라인을 가늘고 깔끔하게 그린 다음 마스크라로 마무리한다.



블랙 색도우 팔레트

레이카인드 레드 투 크러쉬 라인



LIP

메이크업 포인트

입술은 생기 있고 밝은 인상을 결정하는 중요한 요인. 쉽게 건조해지고 거칠어질 수 있는 입술 피부는 지속적으로 케어를 해줘야 한다. 생기 있고 밝은 인상을 결정하는 중요한 포인트다.

HOW TO

- 1 볼륨 있는 입술의 연출을 위해서는 플립퍼 기능이 있는 립스틱이나, 펄감이 들어가 있는 글로시한 립 케어 제품을 바른 후 그보다 살짝 톤 다운된 립스틱으로 입술 가운데만 살짝 발라준다.
- 2 도자기처럼 맑은 피부에 어울리는 입술은 글로시하고 촉촉하게 표현하는 것이 포인트. 립스틱을 이용해 어느 정도 색감을 낸 후 은은한 펄감이 있는 립글로스를 터치해 주면 더욱 자연스러우면서도 건강한 느낌의 입술을 연출할 수 있다.



SHINING LIKE GLITTER

연말. 빛과 어둠의 감미로움과 우아함의 시즌.
특히 반짝이는 골드는 우아함과 광채를
더욱 빛나게 해주는 컬러로 촉촉하고 투명한 피부와
블랙을 더없이 고급스럽게 연출해준다. 설탕같이
빛나고 화려한 글리터로 즐기는 홀리데이 메이크업.

SPARKLING & BRILLIANT

2019 Year-end Holiday Collection



SKIN CARE

특별한 감동을 담은
베스트셀러 패키지

1. 꼬달리 홀리데이 기프트 컬렉션
2. 키엘 2019 홀리데이 리미티드 에디션
3. 폴앤조보메 랫 잇 스노우(Let it snow)
4. 아틀리에 코롱 베스트 퍼퓸 셀렉션
5. 비욘드 홀리데이 에디션 4중 데일리 해피니스

연말연시 크리스마스 등의 마음과 정성을 표시하는 데 있어 베스트는 역시 화장품. 고급스러운 느낌과 따뜻함을 가득 담은 특별한 에디션 제품들이 잇따라 출시되고 있다. 특히, 색조 메이크업에서 최근에는 내추럴 메이크업 강세로 인해 스킨케어 제품들의 홀리데이 컬렉션이 두드러진다. 특히 베스트셀러 들을 예술가들의 협업 등을 통해 만든 패키지 디자인에 담아 연말의 따스함과 사랑스러운 감사와 감동을 배가 시키고 있다.

올 연말 키엘의 한정판 홀리데이 에디션은 핀란드 헬싱키 출신 일러스트 작가 야니네 레벨과의 콜라보레이션. 키엘의 베스트셀러 10종을 상상 속 마법과 같은 홀리데이 분위기를 연출한 것이 특징이다. 또한, 스킨 릴리프 뷰티 브랜드 비욘드는 라이프스타일 브랜드 '데일리라이크'와의 콜라보레이션을 통해 바디 & 헤어용 홀리데이 에디션 'DAILY HAPPINESS'를 출시했다. '데일리라이크'의 인기 패턴인 겨울 동물 일러스트를 담은 패키지 디자인이 사랑스러움을 더한다.

포도의 뛰어난 성분을 담은 프랑스 친환경 코스메틱 브랜드, 꼬달리(Caudalie) 역시 연말연시에 페이스 케어와 바디 제품으로 구성된 총 10가지의 홀리데이 세트를 크리스마스 분위기를 물씬 풍기는 특별한 레드 패키지로 출시했다.

화려한 조명과 수많은 사람들 속에서 더욱 빛나는 연말 메이크업. 선명한 아이라인, 보석처럼 빛나는 입술, 빛나는 모든 것이 어울리는 시간. 속부터 차오르는 광채 메이크업을 위해 스킨케어 브랜드들도 일제히 홀리데이 컬렉션을 내놓았다. 자연스러운 그라데이션과 은은한 핑크로 빛나는 화려함. 대표 컬러는 크리스마스를 상징하는 레드 & 화이트, 빛나는 겨울이 왔다.



1



2



3



4



5



6

메이크업 브랜드들의 컬렉션은 과거 좋았던 춘삼월 호시절을 현대적으로 풀어낸 뉴트로적 감각으로 사랑스럽고 비비드 하게 표현한 제품들을 한정판으로 내놓고 있다. 헤라의 롤 더 다이스 컬렉션은 1980년대~90년대 놀이에서 영감을 받아 탄생했다. 마치 던져진 주사위처럼 예측할 수 없는 연말의 즐거움과 기대감을 뉴트로 감성으로 표현한 디자인이 특징이다. 복고풍 디자인으로 주목받고 있는 애니 옛킨스와 협업을 통해 레드, 골드 등 컬러를 현대적으로 재해석했다. 안나수이 코스메틱 '캔디 홀릭' 컬렉션은 연말의 설렘과 행복을 연상시키는 캔디 컬러와 팝 디자인에 즐거움이 가득한 연말의 분위기에 어울리는 컬러들로 구성됐다. 모두 풍부한 핑크 함유 돼 캔디같이 반짝이는 셰이드가 특징이다. 폴앤조 보떼가 출시한 '렛 잇 스노우'는 연말의 즐거운 분위기와 첫눈이 내리던 날의 아름다운 추억이 테마다. 지방시의 '2019 크리스마스 컬렉션'은 홀리데이에 잘 어울리는 감각적인 레드 컬러의 패키지도. 모던 메이크업 아티스트 브랜드 나스는 뉴욕의 전설적인 디스코 클럽 '스튜디오 54'를 테마로 한 '나스 2019 스튜디오 54 홀리데이 컬렉션'을 출시했다. 이번 컬렉션은 반짝이는 디스코 볼과 스팅글, 스테인드글라스를 연상시키는 조각 아트 등 장식적인 요소들을 더했다. 한편, 반디의 겨울 컬렉션으로 출시한 '홀릿 나잇'은 화려한 연말 파티의 주인공을 컨셉으로 절제된 화려함과 겨울 시즌의 따스함을 담아낸 젤리코 컬러 8종, 메인 컬러는 겨울 시즌 화려함을 대표하는 '나잇 레드'와 답한 그린 컬러로 '나잇 그린' 컬러다.

MAKE-UP 리미티드로 즐기는 Season Greeting Color

1. 스틸라 2019 홀리데이 컬렉션
2. 헤라 롤 더 다이스(ROLL THE DICE)
3. 지방시뷰티 with 강다니엘 크리스마스 컬렉션
4. 에뛰드하우스 루돌프 커밍 투 타운 컬렉션
5. 반디 홀리나잇 레트로 딥컬러
6. 나스 2019 스튜디오 54 홀리데이 컬렉션

Waiting for Dreamful Holiday

벌써 연말? 설렘!

하얀 눈을 두 컵, 거리의 조명 한 꼬집,
크리스마스 캐럴 3스폰... 여기에 낭만 한 스폰을
녹인 향긋한 12월, 해야 할 일들이 어디
한두 개일까만은 그래도 지금 아니면 표현할 수
없는 아름다운 시간들을 위해 뷰티걸들은
체크할 일이 많다. 1년 중 가장 소중한 이 시간,
나를 더욱 빛나게 해 줄 홀리데이 컬렉션은?



DEMAND

같은 제품이라도
연말연시를 위한 홀리데이 컬렉션은
뭔가 달랐으면 좋겠어요.



SOLUTION

라네즈의 홀리데이 컬렉션은
크리스마스 오너먼트에서 모티브를
얻어 디자인한 '드림 버블 컬렉션'은
은은한 오로라 컬러를 활용하여
신비롭고 고급스러운 연말의 느낌을
가득 담았어요. 연말연시 기분을
살짝 업하고 싶을 때, 혹은 소중한
사람을 떠올릴 때, 가슴 벅찬 꿈을
선사해 줄 수 있을 거예요.

NEW
ARRIVAL

Like a Dreambubble

2019 라네즈 홀리데이 컬렉션

글로벌 프리미엄 브랜드 '라네즈(LANEIGE)'가 2019년 홀리데이 컬렉션을 선보였다. 소원을 담아 하늘 높이 날리던 풍등처럼, 가슴 벅찬 감동과 꿈을 향한 간절함을 담은 라네즈의 드림 버블 홀리데이 컬렉션. 은은한 오로라 컬러를 활용하여 신비롭고 고급스러운 연말의 느낌을 가득 담았다. 제품 구성은 라네즈 베스트셀러 제품인 워터뱅크 에센스, 레이어링 커버 쿠션, 크림 스킨, 슬리핑 마스크, 립 슬리핑 마스크 등 6가지로 취향에 따라 자유롭게 선택할 수 있다.



라네즈 2019
홀리데이 컬렉션 워터뱅크
에센스 모이스춰
(40,000원 대)
워터뱅크 에센스 모이스춰 70ml,
워터 슬리핑 마스크 15ml*2,
시카 슬리핑 마스크 15ml*2



라네즈 2019
홀리데이 컬렉션
레이어링 커버 쿠션
(32,000원 대)
13호 아이보리 / 21호 베이지/
23호 샌드, 15g+3g



라네즈 2019
홀리데이 컬렉션 베이직 2종
(59,000원 대)
에센셜 파워 스킨 리파이너 모이스춰 200ml,
에센셜 밸런싱 에멀전 모이스춰 120ml,
워터뱅크 에센스 모이스춰 5ml,
워터뱅크 크림 모이스춰 10ml,
워터 슬리핑 마스크 15ml



1. 라네즈 2019 홀리데이 컬렉션 크림 스킨 소용량 (39,000원 대) 크림 스킨 50ml*5
2. 라네즈 2019 홀리데이 컬렉션 미니 립 슬리핑 마스크 (25,000원 대) 레몬 / 베리 / 민트 초코, 8g*3
3. 라네즈 2019 홀리데이 컬렉션 미니 슬리핑 마스크 (28,000원 대) 25ml*3 워터 슬리핑 마스크 / 워터 슬리핑 마스크 라벤더 / 시카 슬리핑 마스크

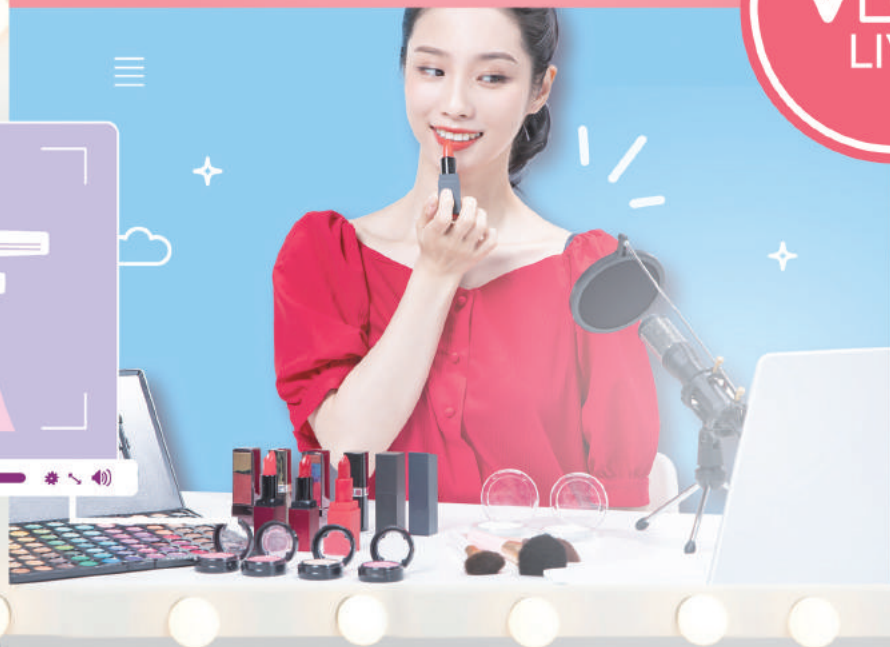
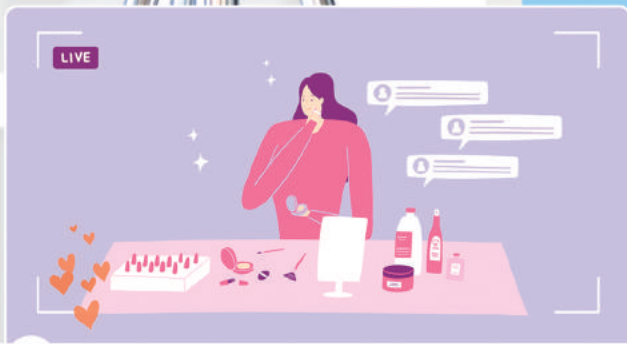
2019 Cosmetic Trend

EVOLVING CONSUMER

“소비자에 의한, 소비자를 위한”

한 해를 마무리하는 12월,
소비 시장을 강타한 1인 미디어,
1인 소비의 파워는 대단했다. 디지털에 익숙하지만,
아날로그에 열광하는 세대들에 의해
급변하고 있는 뷰티시장. 브리즈는 올 한 해를
이해하는 화장품 시장의 뷰티 키워드로
‘진화하는 소비자(Evolving consumer)’로 선정했다.

에디터 유수연





Disital with Analog 디지털 세대, 소비를 바꾸다

인터넷을 기반으로 한 SNS의 위력은 대단했다. 쌍방 간 커뮤니케이션 틀속에서 새로운 뉴스가 끊임없이 쏟아지는 가운데, 정확한 정보의 선별력이 얼마나 중요한가를 실감하는 한 해였다. 컴퓨터에 익숙한 세대들이 요구하는 빠르고 간편함, 그리고 무엇보다도 정확함을 반영한 브랜드들의 움직임이 두드러졌다. SNS이라는 커뮤니케이션 툴로 무장한 이들 소비자들은 '혼자인 듯 하지만 혼자아 아닌' 방향성을 여실히 보여주었다. 쿨한 것 같지만 따뜻한 감성으로 함께 더불어 사는 세상의 향방을 보여준 2019년을 강타한 뷰티 트렌드를 살펴본다.

Practical Match

영동하지만, 완전 좋는데?!
'공존할 수 없는 것'들과의 실리적 매치

'공존할 수 없는 것들의 공존'으로 흥미로웠던 2019 뷰티 시장. 풍요와 결핍이 함께 하는 세상에 공존할 수 없는 것들이 공존하고, 어울리지 않을 것이라 생각했던 것들이 타협을 이루고 균형을 찾아 새로운 것을 창조해 나가는 현상이 제품은 물론 트렌드 전반에 확산되는 양상을 보였다.

Trend 1
Newtro

● 새로운 개성 vs 추억소환

새로운 레트로라는 의미에서 '뉴트로 (Newtro)'가 하나의 장르이자, 문화로 패션은 물론, 뷰티시장을 강타했다. 말 그대로 지나간 시대의 유행을 새로운 방식으로 즐기고, 과거의 아이템에 현대적인 감성과 기능을 더해 전혀 새로운 해석의 최신 트렌드로 자리 잡기 시작한것.

● 엉뚱 발랄에 멋짐 '뽀뽀'

지나간 시대의 산물을 공유한다는 점에서 '복고'라고 볼 수 있지만, 옛것 그대로가 아니라 오늘의 감각으로 해석한 하나의 문화 영역으로, 현대인들의 정체성과 취향을 그대로 반영했다 할 수 있다. 처음 2030 세대들의 SNS 인증을 위한 컨텐츠이자 호기심으로 시작된 기성세대들의 추억의 아이템들이 '색다른 새로움'으로 해석되기 시작했다.

● 콜라보·리미티드 제품에 관심 폭증

과거 20~30년 전의 패키지 디자인을 재활용하거나, 단종되었던 제품을 콜라보레이션된 제품들의 출시가 잇따랐다. 이런 현상은 지나간 세대에게는 추억소환으로, 새로운 세대들에게는 전혀 새로운 개성으로 다가왔다. 과거 오리지널리티를 발굴한다는 차원을 넘어 산업 간의 새로운 콜라보레이션으로 진화했다. 디지털이 일상화될수록 아날로그의 영역이 더욱 확장되는 것이 특징이다. 아무리 멋진 것도 흔해지면 식상해지고 가치가 떨어진다. 이들의 소비 특성은 개성과 희소성, 다양성으로 리미티드 상품이 러시를 이루기도 했다.

● 클래식 모던으로 진화

메이크업 부문에서는 클래식하면서도 현대적으로 표현하는 메이크업 연출이 주목을 받았다. 극도의 내추럴한 광택 메이크업 속에서 레드와 브릭 색상의 립스틱으로 고혹적이면서도 레트로 한 감성이 느껴지는 메이크업들이 인기다.



1. 폴앤조보메 디스코 컬렉션 2. 어뮤즈 메이크업라인 NEWTRO MATT (모델 헤인즈)
3. 롬앤 뽀뽀머러맨 4. GREEDILOUS 2019 FW 서울패션위크 컬렉션
5. 컨셉코리아 뉴욕 2019 FW컬렉션 라이 (디자이너 이정청)
6. 컨셉코리아 뉴욕 2019 FW컬렉션 이세 (디자이너 김인태, 김인규)
7. 마몽드 피부톤을 살려주는 립라인 2종 8. 더페이스샵 미감수 스페셜 에디션





비레디(BeREADY) 이미지 권민준 모델링



1

Trend 2 Gender Free

● 탈 브레이저에서 젠더 뉴트럴까지

패션계에서 먼저 포문을 연 젠더리스가 뷰티 시장에 등장하기 시작했다. 성별을 벗어나 개인의 취향에 따라 자유롭게 변화를 즐기는 모습들이 포착된 한 해, 여자나 남자 모두 스스로 제한을 두지 않고 다양한 자신의 모습을 즐기기 시작한 것. 특히, 연예인들을 중심으로 사이에서도 자신을 옥죄는 천편일률적인 미의식에서 벗어난 탈 브레이저 패션이 비사한 관심을 불러일으키기 시작하면서 성의 중립성과 젠더 뉴트럴, 성 중립성, 젠더 뉴트럴이라는 단어 등이 사회문화 모든 영역의 벽이 무너지기 시작했다.

● 예쁜데, 남녀가 어디 있어?

이에 따라 남성 전용, 혹은 여성전용이라는 경계도 급속도로 무너지고 있다. 남자나 여자나 누구나 아름다워지고 싶은 욕구가 있음을 전제로 남성을 위한 색조화장품에 도전장을 낸 브랜드에 여성들이 관심을 갖는 등, 역주행 현상도 심심치 않게 벌어지고 있다. 립스틱의 컬러를 틴트로 만들어 남성들도 부담 없이 사용할 수 있거나, 비비크림에서 발전해서 바른 듯 안 바른 듯 기능이 한층 업그레이드된 남성 전용 파운데이션도 인기를 모으고 있다. 기타 젠더리스 브랜드들의 일부 아이템들은 나오자마자 완판을 하는 등, 화장품의 성별이 무너지고 있다.

● 메이크업 브랜드, 남자 모델 발탁 러시

화장하는 남자가 늘거나 여성들 사이에서도 자신을 옥죄는 천편일률적인 미의식에서 탈피하는 탈코르셋 현상 등장하기도 했다. 자신을 가꾸는 데 아낌없이 투자하는 '그루밍족'과 여성과 남성을 구별하지 않고 개인의 취향을 강조하는 '젠더 뉴트럴' 트렌드에 힘입어 남성 배우나 가수를 전속 모델로 발탁하는 화장품 브랜드도 꾸준히 등장했다. 특히, 남성미에 대한 의식전환과, 중성적인 아름다움을 추구하는 트렌드에 발맞춰 남녀 모두가 사용할 수 있는 색조 아이템 브랜드에서 남성을 전속 모델로 발탁하는 사례도 대폭 늘어났다.

1. 비레디(BeREADY) 2. 릴리바이레드 골드 차일드 3. 라네즈옴므 선 비비 4. 보이 드 샤넬 파운데이션 5. 연세생활건강 더밀크 더러뎀 울인원 포맨 6. 로제 까피텐 옴므



2



3



5



6



Trend 3 Collaboration

● 'Fun 한 Art'로 대중과 친해지기

웹툰, 아이돌, 아티스트, 스타 등 장르를 가리지 않는 유명 캐릭터들과 뷰티업계와의 랑데뷰가 이어진 한 해. 이들 컬래버레이션 제품들은 우연히 경험하는 의외성과 재미, 그리고 친근감과 유쾌함을 키워드로 점진 확대되고 있다. 콜라보레이션 열풍은 화장품 모델이 그 시대를 상징하는 미인이라는 공식도 무너지게 했다. 브랜드사의 '대중과 친해지기' 위한 전략은 때로는 엽기적으로 때로는 유머러스하게 표현되어 소비자들에게 어필되었고 소비자들은 열광했다. 제품에 대한 확실한 성격 전달은 물론, 예술성이 뛰어난 아티스트와의 접목들이 희소성을 더해 소비자들의 구매 욕구를 자극하는 촉진제로서 역할을 다하는 양상을 보였다.

● 캐릭터, 움직이는 광고탑 '역할 확대'

아티스트, 스타 등 유명 인물과 화장품의 콜라보레이션도 새로운 결합의 형태로 주목할 만하다. 아티스트 또는 캐릭터와의 콜라보레이션 제품은 희소성을 더해 소비자들의 구매 욕구를 자극하며, 캐릭터의 성격이 제품에 전이돼 브랜드에 생명력을 불어넣어 브랜드 이미지에 좋은 영향을 준다. 화장품 분야의 콜라보레이션은 다양한 캐릭터의 성격이 제품에 그대로 전이되는 효과로 나타나, 브랜드에 컨셉 전달은 물론 생명을 불어넣어 새로운 이미지를 구축을 하고 있는 것으로 나타났다.



1. 토니모리 × FCMM 2. 데페이스샵 × 카카오프렌즈 Play with the FRIENDS CLUB
3. 메디힐 × 방탄소년단 4. 풀앤조 보떼 × 도라에몽
5. 아리따움 컵오브테라피 6. 슌 37 × 김진식 홀레데이 에디션



Trend 4 Pro·sumer

● 1인 미디어, 기업으로 진화하다

유튜브를 비롯한 다양한 SNS의 플랫폼들이 전성시대를 맞았다. 1인 SNS시대는 하나의 인플루언서가 직접 자신의 팔로워들과 소통하며 직거래를 하고, 기업으로 진화가 가능하게 됨과 동시에 프로슈머 시대의 새로운 마켓의 주역으로 등장했다. 인스타그램 유튜브에서 수십만 수백만에 이르는 팔로어를 보유한 일반인을 의미하는 것으로, 제품을 직접 써보고 장단점을 솔직하게 평가하는 것은 물론, 화장품 모델에서 직접 브랜드 런칭에까지 진화했다.

● ‘인플루언서’로 통하다

제품의 장점만을 언급하는 기존의 홍보 방식에서 또래 친구들에게 제품을 추천하는 방식으로 소비자들에게 직접 공감대를 형성하며 영향력을 확대해 왔다. 이에 따라 많은 화장품 유통업체들도 자체 인플루언서를 육성, 더 페이스샵 내추럴 뷰티 크리에이터 양성 프로그램 양성 중이다. 소비자들이 인플루언서를 선호하는 이유 중 하나가 진정성. 소비자와의 공감대 형성이 가장 중요한 요소로 작용했다.

1. 프라도어 x 오늘의 하늘 바디 프라그런스 전문 브랜드 프라도어(tradore)와 인기 유튜브 크리에이터 '오늘의 하늘' 함께 한 'I USE FRADORE' 브랜드 캠페인
2. 한국 최고의 뷰티 크리에이터 겸 메이크업 아티스트 포니와 콜라보레이션으로 내놓은 맥(M·A·C) 포니 컬렉션
3. LG생활건강이 세계적인 안무 크리에이티브 팀 '원 밀리언 댄스 스튜디오'와 함께 출시한 온라인 전용화장품 브랜드 '밀리언뷰티(Million Beauty)'
4. 유튜브 뷰티 크리에이터 '라뮤꼬'와의 협업으로 출시한 비디비치 립키트
5. 카버코리아가 크리에이터이자 전직 모델 출신인 고범비와 함께 한 출시한 브랜드 클루시브.





Trend 5 Space

● 체험 서비스, AI 그리고 맞춤 화장품

점차 전문화되고 까다로워지는 소비자들의 니즈에 맞춰 화장품 매장들이 빠르게 변하는 양상을 띠고 있다. 전통적인 소통과 교류에 대한 개념이 다르고, 친구에 대한 개념도 다른 SNS 세대를 위해 화장품 매장에서는 아예 화장품을 마음껏 사용할 수 있는 매장까지 속속 오픈하고 있다. 브랜드를 자신의 친구와 같은 친근함을 보이기도 하는 SNS 세대들은 타인에게 나에 대한 정보를 알려주는 것에 대해 극단적으로 거부감을 표출하면서도 자신의 꾸며진 모습이나, 행동에 대한 노출에는 적극적이다.

● 소비자님, “하고 싶으신 대로!”

이들은 화장하고 있는 자신의 모습, 변신한 모습에 대한 인증샷에 대해 열광한다. SNS를 통해 친구들과 공유하고자 하는 이들 세대의 심리에 부응하여, 올해는 메이크업 체험 매장이 한층 진화했다. 스마트폰과 연동해 소비자와의 피부 상태 점검 서비스 및 생체 리듬에 따른 제품 조합 또는 이상적인 피부 케어 양을 조절할 수 있는 맞춤형 화장품에 대한 기반이 갖춰지는 양상을 보이고 있는 것은 물론, 관련된 서비스는 물론, 셀카 서비스의 개발에도 적극 나서고 있다. 판매보다 색다른 경험을 강조해 브랜드 이미지를 제고하는 체험형 매장의 극단적 버전인 셈이다. 자신에게 맞는 제품의 비교 구매는 물론, 정확히 찾을 수 있는데 역점을 두고 있다. 이는 비싼 것이 아니라, 좋은 것을 갈망하는 최근의 가치 소비형 트렌드에 부합하는 현상으로, 보다 합리적이면서도 수준 높은 소비성향으로 주목되고 있다.

1. AHC명동 플래그십 스토어 퓨처실롱 2. 라네즈의 세 번째 맞춤형 화장품 서비스 마이딜리서스테라피 3. 롤루랩 시뷰티스토어 롯데에비뉴얼 잠실점
4. 아모레퍼시픽 성수 뷰티 라이브러리 5. 에스쁘아 고객 참여형 쇼룸
6. 맞춤형 화장품 르메디 바이 씨엔피 7. 루나 체험형 매장 루나 시그니처
8. 2019 비바 테크놀로지(Viva Technology Paris)





1. 프리바나 오브 닥터 글로덤 젤리 클렌저 2. 이니스프리 설프네일 스티커 빅파츠
3. 강예빈의 셀프 홈 케어 '아띠베뷰티' 4. 아띠베뷰티 썬비 5. 아띠베뷰티 플라닉
6. 스킨 라이트 테라피II 7. 트레아 스킨리뉴레이 8. 뷰세라 V라인포유II

Trend 6 Convenience Premium

● '간편함'에 '프리미엄'은 필수

시간과 비용을 아끼려는 사람들이 늘어나면서 홈 에스테틱 제품과 디톡스, 슬리핑 뷰티 등 간편하게 피부관리를 할 수 있는 제품에 대한 관심도 상대적으로 높아졌다. 그러나 지극히 편리하지만, 품질은 될 수 있는 한 높아야 한다는 역설적인 니즈가 시장을 강타했다. 또한 뷰티 디바이스 기능성 크림, 세포 재생 파우더, 부스터 미스트 등의 제품군이 가져본 소득이 비교적 높은 중년층은 물론, 자신에게 투자를 아끼지 않는 나 홀로 족의 지지를 받으며 국내외로 팔려나갔다. 특히 유명 브랜드의 남성 전용 라인들이 독자적인 기능으로 사랑을 받기도 했다.

● “혼자가 편해”... 홈케어 열풍

집에서 스스로 관리하는 홈 살롱 케어도 간편화 고급화되고 있다. 이는 지속되는 경기 침체의 영향이 있긴 하지만, 사람들과 마주하고 대화하기보다는 자신만의 세계를 더욱 소중히 여기는 세대들에 의해 모든 것이 집으로 옮겨진다는 현실이 더욱 두드러진다. 특히 홈 뷰티 기기는 한번 사면 계속 사용할 수 있다는 합리성 때문에 더욱 관심이 높아지고 있다. 고가의 제품이라도 샵보다는 자신이 직접 데일리 관리를 원하는 사람들이 늘어남에 따라 홈 뷰티 제품 시장은 피부뿐 아니라 헤어 마사지 기기 등의 출시가 러시를 이뤘다.





Trend 7 Safe & Good

● 환경오염으로부터 '나'를 보호하다

2019년 역시 미세먼지 황사 각종 유해환경에 맞서는 제품들이 여전히 인기를 모았다. 헬스뷰티로 집약되는 이들 제품은 오염을 막고 파괴를 줄이는 스타일로 진화. 미세 먼지 등 외부로부터의 오염을 막는 기능이 일상이 되었다. 유해 환경으로부터 피부를 보호하기 위해 인체에 무해한 제품을 중심으로 한 헤어 바디 관련 스킨케어 제품들의 다양화도 눈에 띄고 있다. 이 부분에서도 소비자들은 강한 충성도를 보여주었으며 무척가 수입 브랜드들에도 관심이 한층 높아진 한 해를 기록했다.

● 스트레스 방지·피부 보호 제품 인기

환경으로부터 스트레스받은 피부와 환경을 보호하기 위한 화장품들이 인기를 얻고 있다. 이러한 Eco붐을 타고 친환경적 원료 사용, 피부에 해로운 화학 성분 배제, 쓰레기를 줄이는 패키지 적용 등 환경 보호에 앞장서는 제품이 지속적으로 출시될 전망이다. 똑똑한 소비를 넘어 지구와 환경을 생각하는 착한 소비 트렌드는 지속 가능한 사회를 추구하는 사회적 현상과도 맞물린다.



1. 토니모리 '더 촉촉 그린티 수분크림' 수분크림 희망열매 캠페인
2. 파머시 x원도 페인터 나란 그린 클린 콜라보레이션 캠페인
3. 더마 닥터자르트 광균제 최대매출
4. 닥터 브로너스 오가닉 립밤
5. 닥터 브로너스 매직솜
6. 내추럴 더마 코스메틱 라보티카 리본칭



Trend 8 Eco Friendly

● 전방위로 확산되는 지구 살리기

자신의 건강을 지키고 환경에 대한 책임 의식을 갖는 친환경 자연주의 제품에 대한 니즈가 증가하는 '필(必) 환경' 시대의 도래를 여실히 증명했다. 미세먼지와 생리대, 기저귀 유해 성분 논란, 라돈 파동, 재활용 쓰레기 대란 등 유난히 환경 관련 이슈를 겪으면서 동물성 식품의 섭취뿐 아니라 동물성 원료로 만든 제품도 사용하지 않는 사람들을 두루 이르는 '비건 (Vegan)'이 화장품 시장을 강타했다.

● 노 플라스틱! 제로 웨이스트!

이런 현상은 플라스틱 사용을 줄이고 비닐 포장재를 친환경 소재로 바꾸는 일상이 당연시되기 시작한 해. 친환경을 실천하는 착한 브랜드의 모습에 열광했으며, 플라스틱 프리, 노 빨대, 제로 웨이스트 등의 해시태그를 달아 SNS에 올리는 2030 세대가 열기를 달궜다. 지금까지는 화장품 포장을 위해 완충재로 비닐이나 플라스틱 소재를 주로 사용했었지만, 이제는 생분해성 완충재로써 스티로폼을 닮은 친환경 포장재가 사용되고 있다. 제품도 중요하지만, 제품에 담은 포장이나 기업의 친환경 실천 노력도 소비자들에게 중요한 평가요소로 등장했다.

● 윤리적 '가치소비'로 개념 확대

동물 복지를 넘어 윤리적 소비를 하기 원하는 소비자들의 등장으로 동물 실험을 하지 않는 비건 화장품에 대한 관심이 비상했다. 유해물질 배제 등의 안전한 원료에 대한 소비자 니즈 급증과 함께 브랜드의 윤리성에 중점을 둔 가치 소비, 이른바 클린 브랜드, 클린 뷰티에 대한 관심이 급증하면서 점차 공정 무역을 통해 수급된 원료나 동물성 원료 사용을 배제하는 비건 화장품으로 개념이 확대됐다. 색조 화장품이 붉은색을 만들기 위해 연지벌레에서 추출한 성분인 카민을 주로 사용하는 데, 동물 실험을 하지 않고 생산하는 화장품에 대한 요구는 이러한 카민 성분조차 포함되지 않는 완전한 비건 코스메틱으로 진화되고 있다. 동물실험을 하지 않는 대표적인 비건 화장품 브랜드 아워글래스 컨디션 립스틱은 면세점에서 사상 최대 실적을 올리기도 했다. 이와 관련, 세대를 위한 친환경 교육 열풍도 일어났다.

1. 비건 화장품 브랜드 아워글래스 컨디션 립스틱 2. 재활용이 용이한 투명 PP 용기와 제거하기 쉬운 리무버 라벨이 적용된 드오캄 제주 품은 탄탄 라인 3종
3. 비누망에 담겨 보관하면 되기 때문에 플라스틱 용기가 필요 없는 고체비누. 스피리 샴푸바
4. 닥터브로너스의 공존의 철학을 상징하는 올-원(ALL-ONE) 캠페인
5. 플라스틱 비닐 소재 대신 FSC인증 받은 종이 소재의 완충재를 사용하고, 수거된 공병으로 만든 재생 원료를 화장품 용기에 적용한 프리메라
6. 리더스코스메틱 리더스 아쿠아 링거 스킨 클리닉 마스크
7. 100% 재활용 소재로 만들어진 용기를 사용한 키엘 알로에 젤리 클렌저
8. 자연친화적 재배 방식을 택한 안네 마리보린 오렌지 블로섬 에너지저이저



노화가 시작됐다! AFTER YEAR-END PARTY

하루가 멀다 하고 이어지는 모임으로 인해 괴로운 것은 간뿐만이 아니다. 피부도 엄청난 스트레스에 휩싸이게 된다. 특히 회식 중 과음을 했다면, 그동안 피부관리를 위해 쏟은 정성 따위는 하루아침에 물거품이 되기 마련. 바캉스 시즌에만 애프터 케어가 필요한 것이 아니다. 피로가 누적되는 연말 회식 자리. 그중에서도 노화로 가장 먼저 위험을 알리는 것은 눈. 특별 관리가 필요한 때다.



다크서클(Dark Circle)

극심한 피로의 신호

눈 밑이 검게 변해 극심하게 피곤한 상태를 나타내 주는 다크서클. 눈 밑 지방을 싸고 있는 결합이 약해지거나, 노화로 인한 피부 탄력이 떨어지는 것이 원인일 경우가 많다. 아이라인 마스크라 등 진한 아이 메이크업을 깨끗이 지우지 않아서 생긴 일시적 현상이라면 생겼다면 그나마 해프닝이지만, 영양이 부족하거나 몸 상태가 극도로 피곤한 상태라면 근본적으로 매일 먹는 음식부터 점검해 보는 것이 좋다. 또한 컴퓨터와 스마트폰을 계속 보는 행위도 그 원인이 될 수 있다. 집중해서 화면만 보고 있으면 눈 깜빡임의 횟수가 줄고, 눈 주위를 둘러싸고 있는 표정 근육, 안륜 근육까지 쇠퇴해서 다크서클이 생기기도 한다.

아침에 거울을 보니
턱 밑까지 빠진 다크서클.
통통 부어버린 눈...
거기에 조금씩 자리 잡는
세월의 흔적... 아무리 호들갑을
떨어도 이미 벌어진 일. 도대체
어젯밤에 무슨 일이
있었던 거야?



청색 서클
혈액순환 불량에 의한
정맥의 체류. 얇은 피부에
비쳐 파랗게 보인다.

Solution
마사지



다크서클
멜라닌의 과잉생성과 색소
침착에 의한 것. 일시적
현상이 아니라 피부를 당겨
봐도 그대로 변하지 않는다.

Solution
화이트닝



피부 처짐 서클
체크 방법은 누운 상태로
위에서 빛을 대어 보고 만약
피부가 밝게 비친다면 피부가
처져서 생기는 그늘이다.

Solution
안티에이징 케어



Dark Circle Care

- 온팩과 냉팩을 교차해가며 눈가의 혈행을 좋게 해 준다.
- 간단한 눈가 지압만으로도 혈액 순환에 도움이 된다.
- 전신의 혈액 순환이 좋지 않으면 눈가에 그늘이 지게 된다.
- 발바닥 림프 마사지를 해준다.
- 육체적으로 무리한 일을 하지 않고, 정신적인 스트레스를 받지 않도록 한다.
- 혈액 순환 애플리케이션 제품으로 대사를 높여준다.
- 음식조절과 한방 케어 등으로 체질개선을 한다.

다크서클 개선 방법



▶ 보습 마스크 & 건갑골 운동

색소침착이 원인이 아니라면, 건갑골과 목을 돌리거나 두피 마사지 등이 효과를 볼 수 있다. 충분한 시트 마스크를 붙이면서 실시하면 효과가 더욱 배가된다.

▶ 온감 마사지

얼굴의 혈행을 촉진시키기 때문에 스티머를 붙이거나 시간이 없을 때는 따뜻한 손으로 눈가를 눌러주는 것만으로도 효과를 볼 수 있다.

▶ Cool & Warm 릴랙싱

따뜻한 물로 온도를 높여준 코튼을 눈가에 올려 눈의 근육을 풀어준 후 차가운 코튼을 올려준다. 혈행이 촉진되어 다크 서클이 사라지는 효과를 가져온다. 눈의 피로를 풀어주고 아이크림의 효과도 실감할 수 있다. 이때, 좋아하는 아로마 오일을 한두 방울 적어서 올려주면, 스트레스 해소가 된다.



▶ 아이크림으로 '촉.촉.촉'

다크서클 케어에 특화된 아이크림을 가운데 손가락으로 눈가 전체를 가볍게 두들기면서 부드럽게 발라준다. 다음에 눈의 윗 커플 아래 커플도 눈두덩 쪽에서 관자놀이를 향해 발라준다.

▶ Moisture & Oil

그 후에 코튼 팩을 해준다. 이때 유액을 2 푸시, 오일은 3방울이 적량이다.

HOW TO ① 중지와 약지로 눈머리 쪽에서 눈꼬리 끝으로 아래위 눈꺼풀을 가볍게 누르고 눈가 전문 크림을 바르면서 마사지를 해준다.

② 손서는 눈머리 → 눈썹 → 눈썹 중앙 → 눈썹 끝 → 관자놀이 순으로 3초간 썩. 눈밑도 눈가 → 눈물주머니 중앙 → 눈꼬리 → 관자놀이 순으로 같은 식으로 눌러준다.

③ 눈머리는 중지로 가볍게 그 이외는 검지·중지·약지로 나란히 눌러준다.



갑자기 생긴 초기 다크서클을 가리기 위해서는 메이크업으로도 충분히 커버할 수 있다. 오렌지 컬러의 립스틱과 파운데이션을 섞어 다크서클이 생긴 부분에 컨실러 브러시를 이용해 펴 발라준다. 스펀지로 완벽하게 흡수시켜준다. 파운데이션으로 베이스 메이크업을 해준 뒤 알반 리퀴드 컨실러를 얇게 발라 한번 더 커버해준다.



다크서클 완화에 도움을 주는 음식으로는 브로콜리와 연어가 있다. 브로콜리는 비타민, A, K가 함유되어 있어서 눈가에 악영향을 미치는 활성 산소를 제거해 주며, 몸속의 혈액을 맑게 해주고, 연어는 오메가 3지방산과 비타민 E가 풍부해서 염증을 가라앉혀 주며 혈관 질환에도 좋다.



주름이 생겨야 아이크림을 바른다고? Eye Care, Start Anti-aging

눈가에 주름이 생기기 시작하면서 아이크림을 떠올린다면 이미 늦었다. 피부의 조직이 반란을 일으키기 시작했다는 거다. 최근에는 아예 주름하고는 거리가 먼 10대 20대들도 아이크림을 눈가에 촘촘하게 바르기 시작했다. 이런 얼리안티에이징족을 위해 비쉬의 '미네랄 89 아이즈'는 주름개선 기능성 승인은 물론 다크서클 완화에 도움을 주는 슈퍼 리프팅 아이세럼을 출시했다. 비디비치 '아이 타이팅 젤' 역시 주름생성 단계부터 탄력을 선사하는 아미노-8 콤플렉스와 수분, 콜라겐 다발을 강화하는 히비스커스와 에버라스팅 플라워 추출물이 함유된 플럼핑 아이젤로 눈길을 끈다.

또한, 에르보리앙에서 선보인 'CC 아이'는 환하고 매끄러운 눈가 연출을 위한 아이 전용 CC 크림이다. 캡슐화된 피그먼트를 함유한 텍스처가 부드럽게 녹아들면서 눈가 피부를 섬세하게 보정해준다는 점이 특이하다. 이 제품은 다크서클과 피부 결점을 커버해주며 눈가 윤곽을 살려주는 컨투어링으로도 활용할 수 있다. 고기능에 편리성 거기에 재미까지 요구하는 얼리안티에이징 족의 특성으로 인해 아예 안대형 아이크림도 출시됐다.

설화수의 '자음생 아이 에센스 마스크'는 설화수만의 독자적인 혁신 시트가 적용됐다. 더블 랩핑 하이드로겔 시트™는 방막 시트를 하이드로겔에 접목한 것으로, 응축된 에센스를 방막 시트로 감싸 탁월한 흡수력, 밀착력, 쿨링감을 준다. 또 안대형 디자인이라 눈가는 물론 연약한 미간 피부까지 케어할 수 있다. 시간 장소에 구애받지 않고 편리한 눈가 관리가 가능하다.

물론, 30대부터는 탄력과 색소 침착 주름까지 신경 써야 할 일이 많아졌으므로, 점차 고기능성 아이크림을 찾게 되는 것은 당연하지만 무엇보다 때문에 벌써부터 아이크림을 발라야 하느냐고 의문을 제기하는 사람들은 이제 별로 없다. 메이커들도 깊은 보습 케어와 함께 눈가 팔자 주름 목주름까지, 토털로 케어할 수 있는 안티에이징의 필수템으로 아이크림 개발에 집중한 지 오래다. 주름이 생기기 전에 보습을 하고, 탄력도 주고, 도통하게 플럼핑 해주기도 하며 눈매 교정까지 가능하다는 제품들이 나왔다.

1. 닥터지 로얄 블랙 스페셜 아이크림
2. 비쉬 미네랄 89 아이즈
3. 아이슬브 유스 아이 쿨링 스틱
4. 설화수 자음생 아이 에센스 마스크
5. 맥스클라닉 타임 리턴 멜라토닌 아이크림
6. 비디비치 아이 타이팅 젤



Q&A로 알아보는 완벽한 *Winter Beauty Care*

연인과의 로맨틱한 데이트? 친구들과의 신나는 파티?
아니면 가족들과의 오붓한 디너까지. 연말의 스케줄은 어떤 것이라도 즐겁다.
왠지 좋은 일이 생길 것 같은 연말, 그리고 제야의 종소리...
누구보다 차분하고 아름다운 날을 보내기 위한 윈터 뷰티 어드바이스.



얼굴에 끊임없이 분출되는 기름 때문에 고민이 너무 많은 피지녀예요. 고급스럽고 윤기 나는 피부는 꿈도 못 꾸고 병원에서 피지 억제 약까지 처방받아먹고 있는데 걱정이 돼요.

A 화장 잘 먹는 얼굴의 기본은 누가 뭐래도 매끄러운 피부에 있죠. 모공이 노폐물로 막혀 있거나 묵은 각질이 쌓여 있는 경우 아무리 크리스마스 전날 보습에 충실한다 해도 다음날 화장이 들뜨거나 거칠어 보이기 때문이죠. 피지가 넘치면 얼굴 전체가 번들거려 지저분해 보이는 것도 문제지만, 2차적으로 피부 질환을 유발할 수 있어요. 피지가 과다 분비되어 힘들 때는 병원에서 처방해주는 내복약이 가장 효과적이라고 할 수 있어요. 그렇지 않고는 피지를 근본적으로 줄일 수 있는 방법은 없거든요. 만약 임신 계획 등이 있다면 3~6개월 정도 시간을 두고 약을 끊어주면 안전해요.

연말 폭풍 업무에 시달리고 있어요. 피부가 완전 푸석푸석하게 되어 우울해요.

A 수면이 부족한 피부는 지쳐 보이게 마련이죠. 모든 스트레스를 털어버리고, 투명하고 깨끗한 피부와 함께 즐거운 크리스마스를 맞고 싶다면 D-day 전날만큼은 충분한 휴식을 취하는 것이 좋아요. 일단 자기를 위해 시간을 내고, 얼굴의 온도를 낮추어 트러블을 예방해 줌과 동시에 잠자는 동안 충분히 보습 효과를 제공해 주는 수면팩을 활용해 보세요. 바르고 자기만 하면 되니 이보다 더 편할 순 없어요. 은은한 아로마 향을 느낄 수 있다면 금상첨화.

아토피 피부예요. 메이크업을 하고 싶은데, 민감해지네요

A 아토피 피부는 쉽게 건조해져요. 건강한 피부보다 자극에 더 민감하게 반응하고, 세균에도 잘 감염되죠. 치료 방법은 피부가 더 이상 건조하고 예민해지지 않도록 하는 것이 관건이에요. 그냥 보통 보습제보다는 아토피 피부 전용 보습제를 꾸준히 발라서 피부를 안정시켜주세요. 보습제를 선택할 때도 무향, 무보존재, 무색소, 무에탄올 등 첨가물이 배제된 아토피 피부 전용 화장품용품을 사용해 피부에 자극을 주지 않도록 신경 써야 해요. 항균 기능은 기본이고요. 발림성이 우수하고 보습력이 있는 제품을 우선으로 알아보세요. 아토피 피부는 조그만 자극에도 민감할 수 있으므로 메이크업은 신중에 신중을 기해야 해요.

겨울이 두려운 민감성 피부예요. 볼 주위 중심으로 피부가 항상 갈라지고 하얗게 일어나요.

A 겨울철 증상이 발생하는 걸로 봐선 건조증으로 인해 피부가 민감해지는 것 같아요. 외출 직전에는 더스트미스트를 뿌려보세요. 건조를 막아주고 미세먼지를 밀어내는 성분을 함유해 피부에 달라붙지 않도록 도와주니까요. 피부가 건조한 상태에서 미세먼지에 노출되면 피부 보호막이 손상돼 가려운 증상이 일어나기도 하죠. 2차적 세균 감염으로 인해 미세먼지에 노출되면, 피부 보호막이 손상돼 가려운 증상이 나타나기도 하죠. 2차적 세균 감염으로 인한 모낭염(뽀루지)도 생기기 쉽고요. 이미 뽀루지가 생겼다면 반드시 피부과에서 모낭 세균을 제거하고 염증을 줄이는 치료를 받으세요.

수면팩을 하기도 하고, 건조에 좋다는 것은 다해봐도 피부가 늘 푸석거려요

A 이는 몸이 우리에게 보내는 SOS 신호로 받아 들여야 해요. 에멀전과 세럼을 1:1 비율로 섞은 후 얼굴에 발라 흡수될 때까지 가볍게 패딩해 주고 건조한 눈가와 입가에는 아이크림이나 인센티브 세럼을 두 번 덧발라 주면 좋아요. 보습 제품이 완벽하게 흡수되었는데 얼굴이 당긴다면, 메이크업 미스트를 듬뿍 뿌린 후 톡톡 두드려 흡수시켜 주거나 젤 타입의 보습 크림으로 다시 한번 수분을 제공해 주세요.



설레는 데이트를 하게 됐어요. 그날 만큼은 들뜨지 않으면서도 밝게 메이크업을 하고 싶어요.

A 촉촉하게 피부를 안정시켜 주세요. 설레고 기쁜 마음을 화려한 눈꽃 피부로 연출해 보는 것은 어떨까요? 여기에 펄이 함유된 펄 베이스를 발라주고, 다크서클을 감춰주는 컨실러를 소량 콕 콕 찍어 발라 주세요. 살짝 결점이 커버되면서 빛에 반사될 때마다 신비로운 느낌을 완성할 수 있어요. 비비 크림 등으로 피부톤을 먼저 맑게 보정하고 파우더 팩트로 가볍게 유분기만 잡아주면 완성. 여기에 하이라이터를 T존과 인중, 턱에 발라 입체감을 더해 주고 브러쉬에 남은 양으로 눈아래를 살짝 쓸어주면 한층 소녀적인 느낌을 강조할 수 있답니다.

화장을 많이 하는 것을 좋아하진 않아도 연말에는 왠지 들뜬 기분에 메이크업이 해보고 싶어요. 베이스 메이크업만으로 풀화장이 가능할까요?

A 물론이죠. 요즘은 피부에 파운데이션을 많이 바르는 것보다 스킨케어 해서 속부터 우러나오는 광채 피부를 강조하는 내추럴 메이크업이 인기거든요. 베이스 메이크업은 보습으로 메이크업을 위한 기초공사 이후, 자연스럽게 빛나는 피부를 연출하기 위한 단계예요. 이때 메이크업 베이스를 사용하면, 시간이 지날수록 피부에 자연스럽게 밀착되며, 본인의 피부 톤을 되찾는 비비크림을 선택하는 시간도 절약돼요. 기미, 주근깨 등이 보여 신경이 쓰인다면 자신의 피부톤보다 한 톤 밝은 컨실러로 고민 부위를 가볍게 터치해 주세요. 결점을 커버하기 위해 너무 두껍게 바른 면 그 부위가 오히려 도드라지거나 피부가 부자연스러워 보이니 주의하시고요.

홀리데이 메이크업으로 새빨간 립스틱을 발라보고 싶은데, 너무 과할까요?

A 루돌프의 빨간 코와 산타클로스의 빨간 옷을 연상케 하는 레드 립만큼 크리스마스에 잘 어울리는 컬러도 없죠. 붉은 립스틱은 혈색을 환하게 해 줄 뿐 아니라, 블랙이나 네이비, 브라운 다크 그레이 등 칙칙한 컬러가 압도적인 겨울 아우터들과도 완벽한 매치를 이루죠. 피부 표현은 한 단계 밝은 컬러로 환하게 연출해 주는 것이 좋고, 눈 화장은 짙어지지 않게 주의해주세요. 레드 립스틱은 번지지 않게 깔끔하게 발라주세요. 입가에 소량의 파운데이션을 바르고 파운데이션을 완벽하게 흡수된 후 브러시를 이용해 발라주는 것이 좋아요.

홀리데이 메이크업에 화려한 네일이나 염색을 하면 정말 무리일까요?

A 어떤 화장을 하고 어떻게 자신을 연출하느냐는 개인의 취향이고 선택이니까 무리다 아니라는 말할 수 없어요. 다만, 최근의 트렌드가 내추럴하면서도 고급스럽게 자신을 돋보이는 것이 트렌드인 만큼 너무 튀지 않는 이미지가 좋을 듯 하네요. 네일은 기본적으로 깔끔한 것이 좋아요. 네일 케어는 투명한 베이스를 두 번 바르고 베이스 코트가 건조되면 큐티클 부분에 손톱 영양제 오일을 발라 주는 정도로 해주는 것이 전체적인 메이크업을 더 돋보여 줘요. 요즘은 헤어스타일로 염색을 많이 하고 있는데, 푸석거리는 모발 뿌리에 코팅 기능이 있는 헤어 에센스를 살짝 뿌려 찰랑거리는 머릿결을 유지해 주세요.

겨울에 아무리 관리를 잘해도 피부가 너무 가렵고 찢어질 듯 건조해져서 고민이에요.

A 피부는 내부와 외부적인 요인 때문에 갑자기 불쑥 민감한 반응을 나타낼 때가 있어요. 전형적으로 아토피 피부의 특징이기도 하고요. 특히 겨울의 아토피는 추운 날씨로 실내 온도는 높아지고 습도는 낮아지는 환경으로 인해 피부는 그야말로 최악이죠. 거기에 터틀넥 니트나 머플러 등 겨울철 보온을 위한 의류들 역시 아토피 피부를 자극하는 원인이 돼요. 그러므로 겨울철에는 아토피 피부를 위한 전용 보습제로 꾸준히 관리해 줄 필요가 있어요. 피부에 직접 닿는 의류 역시 합성 섬유보다는 면소재를 선택해주세요.





시작된 연말연시,
긴급 다이어트를 위한
알. 쓸. 신. 잡

살찌기 쉬운 겨울 기초 대사량을 높여주는 5가지 습관

초대할 곳도 초대받을 곳도 많은 연말 모임이 시작됐다. 드레스든 코트든 두꺼워진 옷 속에 감추어진 군살로 인해 스트레스를 받지 않기 위해 또다시 다이어트가 시작됐다.



1 무작정 칼로리를 줄이지 마라

저칼로리 식단은 단기엔 효과를 볼 수 있지만, 장기적으로는 탈모나 피부 탄력 저하 등 곁핍 신호가 나타날 수 있다. 권장 칼로리를 유지하되, 탄수화물을 줄이고 단백질과 식이 섬유를 늘리는 식단을 선택할 것.

2 아침은 든든하게

풍부한 단백질에 복합 탄수화물의 아침 식사는 포만감을 오래 유지한다. 싱싱한 달걀로 만든 오믈렛이나, 구운 연어 그리고 시금치 혹은 아보카도 등 확실하게 아침식사를 해주면 신체의 리듬을 활발히 움직이게 하여 기초 대사량을 늘릴 수 있다.

3 부기가 있다면 생강즙

다이어트의 기본은 몸을 따뜻하게 해주는 식품의 섭취로 비만의 원인인 냉증을 제거함으로써 체온을 정상인 36.5도로 끌어올리는 것부터 시작된다. 생강은 혈액순환을 원활히 해주고 체내에 과잉 축적된 지방의 연소나 과잉 공급된 수분을 배출해 살찌는 것을 방지해 준다.

4 수시로 근육 단련 운동하기

근육은 지방에 비해 몸의 신진대사를 세배 정도 향상해 근육이 발달되면 자연스럽게 체지방이 빠지는 효과를 볼 수 있다. 코어를 단련해서 몸통 둘레를 줄이는 운동이나, 등의 군살을 제거해 주는 운동은 물론, 화장실을 오갈 때나 책상에 앉아있을 때도 아령을 들고 운동하는 근육 단련 습관이 군살 정리의 지름길.

5 단백질 보충은 생선류로

기름진 생선은 지방을 보다 효율적으로 태울 수 있게 해 줄 뿐 아니라, 호르몬의 균형을 잡아주고 염증을 풀어준다. 생선을 싫어한다면 캡슐형 오메가 3을 이용해 보자.

Check

Daily Diet Food

아침게도 뭐든 맛있게 먹으면 '칼로리'라는 말은 거짓! 성분을 알고 제대로 잘 먹는 것이 답이다.

레몬	장청소. 물에 레몬즙을 섞어 마시면 몸속 독소를 배출해 준다.
케일	비타민K와 오메가-3 지방산이 풍부한 항염 식품. 다이어트는 물론, 피부 트러블 개선에도 좋다.
파인애플	소화 효소가 있으며, 다이어트 부작용인 변비를 예방하는데 효과가 있다.
연어	오메가 3와 단백질 함유량이 매우 높아 다이어트에 필수다. 부기를 빼는데도 효과가 있다.
오렌지	용해성 섬유질이 몸속에 당이 흡수되는 속도를 늦춰준다.



고수가
따로있나?
메이크업에도
룰이 있다

1 이미지 & 컨셉 정하기

자신을 가장 잘 꾸미는 사람은 자신이 이미지와 컨셉에 대해 확고한 의지를 갖고 있다. 즉, 화장품이나 패션 등에 욕심을 내거나 흔들리지 않아, 자신의 이미지에 꼭 맞는 브랜드를 선택하되, 일단 정하면 잘 바꾸지 않는다. 물론, 잘못된 컨셉을 고수하는 것이라면 문제가 있지만, 오랫동안 자신의 이미지를 유지해 나가는 것도 개성을 나타내는데 효과가 있다. 일단, 자신에게 어울리는 것을 찾았으면 지속적으로 업그레이드 해나가면서 이미지를 정착시켜 나가는 것이 좋다.

2

혈색관리

같은 화장을 하더라도 웬지 표현이 달라보이는 이유는 얼굴 전체에 혈액순환이 제대로 되고 있느냐 아니냐에 달려있다. 에스테틱 등에서 마사지를 받는 방법도 있지만, 자기 자신이 혈점을 제대로 파악하고 있다면 셀프관리도 가능하다. 부득이 혈액 순환이 잘되지 않아 칙칙해 지기 쉬운 곳에는 라이트 골드계가 좋지만, 화이트 색 펠은 피곤한 인상을 준다. 피부타입에 따라 황금색을 가감해서 가장 좋은 스킨컬러의 효과를 표현한다.



3 화운데이션 커스터마이징

아무리 좋은 화운데이션이라도 내 피부의 컬러나 컨디션에 맞지 않으면 무용지물. 일단, 메이크업의 달인이 되고 싶다면, 매트한 타입의 크림 화운데이션에 유액을 섞거나 리퀴드 화운데이션에 워터 스프레이를 뿌려 텍스처를 조정하면서, 자신에게 가장 잘 맞는 화운데이션 고르기. 물론, 이런 방법은 화장에 대한 경험이 많은 사람들이 할 수 있는 것으로 난이도는 높은 편이다.

4 나만의 컬러찾기

자신의 피부타입, 때와 장소, 만나는 사람들에게 주는 인상까지 고려하여 메이크업을 할 수 있다면, 당신은 진정한 메이크업의 고수. 자신에게 어울리는 컬러는 물론이고 남을 돋보여 주는 컬러까지 파악할 수 있는 능력이 있기 때문이다. 자신에게 어울리는 컬러를 알아내기 위해서는 햇빛이 가장 잘 비치는 곳에서 거울로 자신의 눈동자 피부 머리칼의 컬러를 살펴보자. 당신의 전체 이미지를 결정하는 가장 잘 어울리는 컬러는 당신의 눈동자 속에 있다.

5 하이라이터

메이크업 중 하이라이터는 중요한 역할을 한다. 컬러가 중요한 것이 아니라 빛의 반사 정도에 반응하는 것이라서, 잘 활용하면 얼굴의 윤곽 표현을 확실하게 해준다. 하이라이터의 기본 컬러인 화이트는 자신의 피부보다 컬러가 너무 밝게 표현될 때가 많다. 자칫 잘못하면 얼굴이 더 푸석푸석해 보이기 쉬우므로 여간한 프로그가 아니면 삼가는 것이 좋다. 하이라이터는 빛을 적당히 반사하는 펠제가 들어가 있고 그것도 피부와 잘 섞이는 아이보리 컬러가 무난하다.

6 펠 메이크업

자신의 피부와 잘 어울리는 컬러가 옐로우계인지, 골드계인지, 실버계인지 알고 있는가? 화이트 펠이 들어가 있기도 하고, 골드 펠이 들어가 있는 아이섀도나 립스틱은 화려함과 신비로움을 표현하는데 적합하다. 아무것도 아닌 것 같지만 펠에도 기본적인 공식이 있다. 자신의 피부에 맞는 것을 고르면 좋지만, 역시 펠을 활용한 화장품은 난이도가 높다.

8 속눈썹 메이크업

마스카라 후 눈썹을 따라서 다시한번 꼼꼼하게 브러싱해 주면 깔끔한 눈이 완성된다. 분명 효과가 있는 방법인데도 시도하기는 쉽지 않다. 평소에 부지런하고 꼼꼼하게 속눈썹을 올려보자. 이때 꼭 필요한 것은 뷰러. 속눈썹의 표현에 따라 눈매나 인상은 달라진다.

9 컬러 마스카라

화장의 가장 어려운 아이템인 마스카라. 화장의 달인들은 설명서에는 없어도 자신만이 알고 있는 마스카라의 활용법 등을 갖고 있을 정도다. 특히 컬러 마스카라를 쓸 때는 블랙을 어떻게 사용하느냐에 따라 분위기가 확연히 달라진다. 특히 눈주위 부분은 블랙으로 발라주는 것이 눈이 크고 촉촉해 보이는 효과가 있었다. 컬러 마스카라는 앞끝쪽으로 발라준다.

7 스모키 메이크업

아무리 포인트 메이크업이 인기라도 겨울 메이크업의 베스트는 약간의 스모키다. 그윽한 느낌에 칙으로 약간 도톰하게 언더라인까지 깔끔하게 그려 넣어주면 또렷하면서도 그윽한 표정으로 연출할 수 있다. 그러나 메이크업 초보나 피부에 자신이 없으면 스모키 화장은 절대 금물. 자칫하면 눈가의 기미나 그늘림같이 어두운 느낌으로 보여지기 십상이다.

바깥 올라간 속눈썹에서 영감을 받은 아이크라운의 시그니처인 왕관 모양 제형의 라인업, 아이크라운 하이엔드 아이라이너





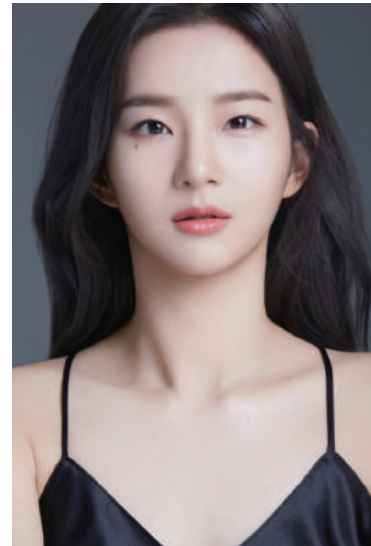
파티온 (FATION) × AOA 설현

AOA 설현이 동아제약 화장품 브랜드 '파티온(FATION)'의 새로운 얼굴로 발탁됐다. 동아제약은 21일 '파티온'을 론칭하며 데일리 흔적 솔루션 라인 '노스카 리페어', 보습 케어 라인 '딥 배리어', 남성 스킨케어 라인 '옴므' 등 총 3가지로 파티온 제품 라인업을 구성했다. 파티온은 '운명'을 뜻하는 라틴어 FATI와 '켜다'라는 의미를 지닌 영어 ON의 합성어다.



반트 36.5 × 배우 추자연

'국민 팩트'로 유명한 기능성 화장품 브랜드 `VANT 36.5(이하 반트 36.5)와 글로벌 상표권 계약을 체결하고 배우 추자연을 브랜드 메인 모델로 발탁했다. 메타랩스코스메틱은 이번 계약을 통해 반트 36.5 제품의 국내 및 글로벌 유통과 판매는 물론, 향후 반트 36.5 브랜드를 활용한 모든 사업을 반영구적으로 독점 운영할 수 있게 됐다.



카세오사 × 치어리더 김진아

치어리더 김진아가 화장품 브랜드 '카세오사'의 전속모델로 발탁됐다. 촉촉하고 몽환적인 눈빛으로 첫 촬영을 시작한 김진아는 브랜드의 시크한 컨셉과 어울린다는 평을 받았다. 김진아는 올해 야구단 KT wiz치어리더로 활약을 한데 이어 현재 OK저축은행 배구단의 치어리더로 활동 중이다.

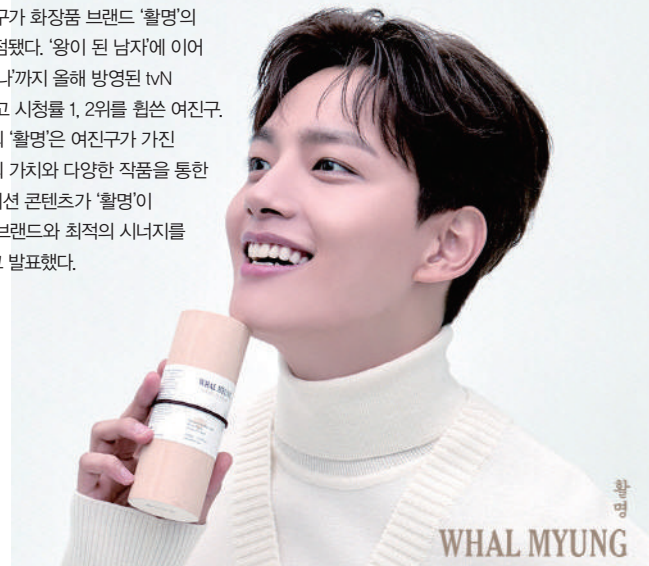


DPC × 뉴이스트 렌

하이엔드 홈케어 뷰티 브랜드 DPC가 뉴이스트 렌을 광고 모델로 발탁했다. DPC 관계자는 "뉴이스트 렌의 하얀 피부와 도통한 입술, 그리고 화려하면서도 세련된 이미지가 이번 러브 올 매트 립스틱 제품과 잘 어울린다고 판단해 광고 모델로 발탁했다"라고 밝혔다.

활명 × 배우 여진구

배우 여진구가 화장품 브랜드 '활명'의 모델로 낙점됐다. '왕이 된 남자'에 이어 '호텔 델루나'까지 올해 방영된 tvN 드라마 최고 시청률 1, 2위를 휩쓴 여진구. 동화약품의 '활명'은 여진구가 가진 배우로서의 가치와 다양한 작품을 통한 커뮤니케이션 콘텐츠가 '활명'이 추구하는 브랜드와 최적의 시너지를 발휘한다고 발표했다.



WHAL MYUNG



비오템 옴 × 배우 류준열

비오템 옴가 배우 류준열을 브랜드 모델로 발탁하고 남성 매거진 지류 코리아와 촬영한 아쿠아파워 올인원 제품 화보를 공개했다. 활력이 넘치는 촉촉한 피부를 자랑하며 시선을 사로잡은 류준열은 배우로서 탄탄한 커리어를 쌓아가면서도 여행과 모험을 찾아 즐기며 거침없는 매력을 보여주고 있다.



그라펜 × 아티스트 빈지노

남성 뷰티 브랜드 그라펜 (GRAFEN)은 브랜드 전속 모델로 아티스트 빈지노를 선정했다. 그라펜은 빈지노 모델 선정에 발맞춰 기존 스킨케어, 메이크업, 헤어 스타일링 제품에 이어 남성 향수 '오 드 퍼퓸' 라인을 새롭게 론칭했다.

엘리샤코이 × 인플루언서 곽지희

파워 인플루언서 곽지희는 최근 코스메틱 브랜드 엘리샤코이의 모델로 발탁되면서 뷰티계의 신예로 등극했다. 뷰티와 패션에 남다른 열정을 보여준 곽지희는 이번 모델을 통해 순수하면서도 맑은 모습부터 섹시와 큐티를 넘나드는 팔색조 같은 매력을 보여줄 예정이다.



FW LOOK



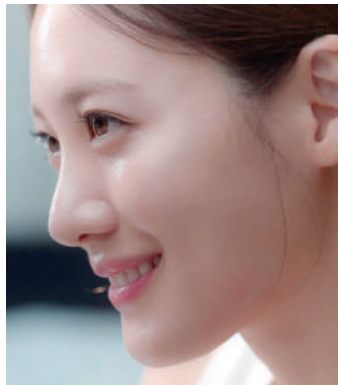
어반디케이 With 아티스트 화사

어반디케이가 아티스트 화사와 함께 제시한 골드 메이크업. 독특한 메이크업으로 유명한 화사가 가진 뷰티 아이콘의 모습을 드러내는데 한 몫했다. 화보에서 어반디케이가 제시한 메이크업은 완벽한 피부 표현과 깊은 아이 메이크업, 짙은 버건디 립이다. 광채를 반만 살린 '스테이 네이키드 파운데이션'과 그윽하고 강렬한 '네이키드 허니' 아이섀도로 화사가 가진 분위기를 살렸다.



셀라피 With 배우 정유미

관심을 끌고 있다. 최근 정유미는 영화 '82년생 김지영'에 주연으로 출연하며 '당당한 아름다움'이라는 이미지를 구축해가고 있다. 당당함을 무기로 '아무것도 아닌 것에 흔들리지 않는' 정유미의 아름다움을 부각한 것. 연출을 담당한 유광평 감독은 독특한 미장센과 창의적인 영상언어를 구사하는 것으로 알려졌다



라메르 With 배우 수현

스킨케어 브랜드 라 메르는 배우 수현과 함께 촬영한 모이스춰라이저 '크림 드 라 메르' 화보. 공개된 영상 속 수현은 클로즈업에도 반짝이고 매끄러운 피부가 돋보인다. 라 메르의 주요 성분인 미라클 브로스는 창립자 맥스 휴버가 해양 식물이 가진 힘에 주목해 하루에 1미터 이상 자라는 '자이언트 해양 켈프'를 발효시켜 만들 었다. 라 메르 수분크림은 피부 재생력으로 피부 재생에도 도움을 준다.

NEW & HOT



마르시오디에고 남성전용라인

이탈리안 클래식을 기반으로 한 남성 라이프스타일 브랜드 마르시오디에고(Marcio Diego)가 남성전용 제품을 런칭한다. 성분과 향기, 기능성 등 모든 부분을 남성들의 피부에 기반한 제품으로 축축한 워터베이스 피부톤업 CC크림인 '데일리 머스트 스킨가드'와 스킨, 로션, 에센스를 하나로 담은 올인원 스킨 솔루션 '더맨 퍼펙션 스킨 브루' 2종을 선보였다.

조여정의 블랑뮤즈

무결점 피부미인 배우 조여정 기획단계부터 개발까지 전 과정에 직접 참여, 개발한 수분잠금 코스메틱 브랜드 블랑뮤즈(BLANCMUSE)가 론칭한다. 조여정은 피부에 가장 친밀히 스며들어 건강하게 만들어 주는 성분인 마린콜라겐을 오랜 연구 끝에 주원료로 결정하여 완성된 브랜드로 설명했다.



어도어블랑 × 온앤더뷰티

팔로우들과 소통을 거듭해 탄생한 파워 인플루언서 첫 커넥팅 토탈 뷰티 브랜드 '어도어블랑'이 롯데백화점 온앤더뷰티에 단독 런칭했다. '어도어블랑'은 현대 여성을 위해 파워인플루언서 강영주와 이은경이 커넥팅 하여 탄생한 브랜드다.

COLLABORATION



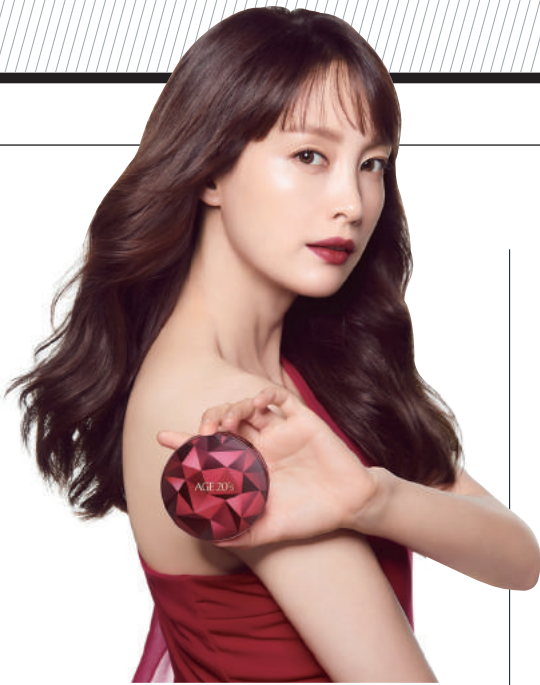
설화수 × 방판 카운슬러

아모레퍼시픽 방판 카운슬러들과의 협업으로 탄생한 설화수 에센셜 퍼펙팅 라인 카운슬러들이 제품의 제형, 사용감 등 전반적인 개발 과정에 참여했고, 실제 방판 고객 100명으로 구성된 체험단이 제품을 체험하며 검증 단계를 거친 방판 전용 제품이다. 스킨 '자음수 퍼펙팅', 에멀전 '자음유액 퍼펙팅'과 함께 크림은 효능에 따라 '탄력영양크림'과 '수분영양크림' 2종으로 선보인다.

이슬톡톡 × 리얼베리어 익스트림 크림

주류업체 하이트진로와 화장품 업체 네오팜이 협업해 한정판 화장품 '이슬톡톡·리얼베리어 익스트림 크림'을 출시했다. 이 크림은 과일탄산주 '이슬톡톡'이 디자인된 케이스에 50ml 크림 본품과 특별 제작된 전용잔으로 구성된다. 하이트진로는 2030 타깃 소비자들과 직접 현장 소통을 통해 이슬톡톡 브랜드 선호도를 높인다는 전략이다. 본품 전면에 이슬톡톡 캐릭터인 '복순이'가 제품을 들고 있는 일러스트를 적용했다.





AGE 20's, 에센스 커버팩트 XF

애경산업의 대표 화장품 브랜드 AGE 20's (에이지투웨니스)가 향산화 앰플 에센스를 함유한 '에센스 커버팩트 XF(eXtreme Flexibility)'를 지난 3일 GS홈쇼핑에서 선보였다. 향산화 앰플 에센스는 향산화 효과가 뛰어난 '말린 포도 추출물'과 나무 잔액에서 추출한 '용혈수'에 특허 받은 유산균을 넣어 '더블 발효 공법'을 적용한 성분으로 건조한 피부 보습에 도움을 준다. 특히 핵심 기술 중 하나인 '트리플 라메'는 피부 밝기 등 피부 톤 개선은 물론 피부 붉은기 커버에 도움을 준다.

메이크힐 '티썸'

엘앤피코스메틱의 색조 브랜드 메이크힐이 Z세대를 위한 신규 색조 브랜드 티썸을 런칭한다. 주 타겟은 자신 만의 맛을 표현할 줄 아는 1995년 이후 태어난 19세 미만의 청소년으로 최근 소비 주체로 떠오르고 있는 Z세대다. 티썸은 Z세대의 라이프 스타일을 반영한 트렌디한 메이크업 브랜드다. 자신만의 특별함을 찾고 일상 속에서 반짝이는 나를 발견하는 '마이 사이드 뷰티' 컨셉으로 새로우면서도 매일 손이 가는 데일리 아이템을 지향한다.

TONY-i

니모리 정식 컬러렌즈 브랜드

토니아이 TONY-i

MAKE UP YOUR EYES
Comfort and Moisture

토니모리, 컬러렌즈 '토니아이'

토니모리가 컬러렌즈 브랜드 '토니아이 (TONY-i)'를 론칭했다. '토니아이'는 아이 메이크업과 매칭되는 자연스러운 컬러와 섬세한 패턴의 컬러렌즈다. 독특한 개성으로 자신감을 표현하고자 하는 뷰티 리더들을 겨냥했다. 43%의 우수한 함유율로 찬바람이 부는 건조한 계절기에도 편안하게 착용할 수 있으며, 언제 어디서나 개성을 드러낼 수 있는 완벽한 메이크업 룩을 완성해준다. '토니아이'는 전국 렌즈타운 80개 매장에서 11월 중순부터 판매가 시작했다.



베네피트, 보-잉 케이크리스 컨실러

베네피트(benefit)의 다양한 피부 결점을 강력 커버해주는 '보-잉 케이크리스 컨실러 (Boi-ing Cakeless Concealer)', 크림미하고 가벼운 텍스처로 멍침 없이 피부에 고르게 밀착되며, 소량만으로도 피부 결점을 한번에 커버해 준다. 또한 24시간 지속력 의 롱웨어 포뮬러와 워터프루프 제품으로 하루 종일 무너지지 않아 매끈한 피부를 연출할 수 있다.



정생물 레드 리미티드 에디션

메이크업 아티스트의 30년 노하우를 담은 정생물의 뷰티 브랜드 '정생물'의 레드 리미티드 에디션. 정생물의 베스트셀러인 '에센셜 스킨 누더 쿠션'과 '리파잉 아이샤도우 더블', '하이 틴트드 립 라커'의 3종으로 구성됐다. 2019년 테마는 'Red Fine'으로 이번 에디션은 디자인은 메이크업 아티스트가 표현하는 결, 광의 느낌을 화려한 빛으로 표현했다.

NEW

COMPANY & TOPIC



**아미코스메틱,
'2019 굿디자인 어워드' 수상**

글로벌 화장품 전문 기업 아미코스메틱 (Ami Cosmetic Co., Ltd) 브랜드 비알티씨(BRTC), 씨엘포(CLIV)가 2019 굿디자인 어워드에서 3 품목 굿디자인으로 선정되어 10년 연속 굿디자인에 수상 기록을 세웠다. BRTC 비타민 캡슐 시리즈와 씨템앰플 2 품목은 굿디자인 KIDP원장상(한국 디자인 진흥원장상) Bronze Prize에 수상하였으며, CLIV 2ml 앰플 3종 세트가 우수 디자인으로 선정됐다.



**코리아나 프리엔제,
2019 펜타워즈서 수상**

코리아나화장품의 더마코스메틱 브랜드 '프리엔제'가 영국 런던에서 열린 '2019 펜타워즈' 시상식에서 '브론즈 어워드 (Bronze Award)'를 수상했다. 코리아나의 출품 브랜드인 '프리엔제'는 재활용의 용이성을 높였을 뿐만 아니라, 창의적이고 설득력 있는 디자인으로 표현한 부분을 인정받아 럭셔리 부문 카테고리에서 수상했다. '펜타워즈'는 글로벌 패키지 디자인을 대상으로 평가하는 디자인 국제공모전이다.

**메디힐, 베스트브랜드상
2019 롱스 LOVE H&B AWARDS**

엘앤피코스메틱의 글로벌 마스크팩 브랜드 메디힐이 지난 15일 개최된 헬스앤뷰티 스토어 롱스(LOHB's)의 '2019 롱스 LOVE H&B AWARDS'에서 '올해의 베스트 브랜드(Best Brand of the Year)'상을 수상했다. '롱스 LOVE H&B AWARDS'는 롱스가 지난 2017년부터 매년 매출액과 전년 대비 성장률 등을 고려해 가장 높은 성적을 보인 우수 협력사를 선정하는 행사다.



COLLABORATION



아모레퍼시픽, 민간 공동 기술개발 투자기금 조성 동참

아모레퍼시픽은 중소기업의 기술경쟁력과 연구개발(R&D) 투자기반을 강화하는 데·중소기업 상생협력을 위한 '민간 공동 기술개발 투자기금 조성 협약'에 참여했다. 민간 공동 기술개발 투자협약 기금은 대·중견기업, 공공기관 등이 중소기업과 동반 성장 하기 위해 대·중소기업·농어업 협력재단에 출연하는 상생기금이다. 이번 협약으로 아모레퍼시픽은 2020년부터 3년 동안 총 15억 3천만 원을 출연하고 정부와 협력기업의 출연금, 부담금 등을 더한 총 사업규모 50억 원으로 사업을 수행한다. 조성되는 기금은 협력기업과 공동으로 발굴한 화장품 용기, 자동화 설비 개발 등에 사용된다.

휴먼코스메틱 × 휴먼피부과

휴먼코스메틱(주)는 휴먼피부과와 화장품 분야에 피부질환의 근본적인 원인을 파악하고, 인체적용 시 가장 적합한 제형을 공동 개발해 국내에서 경쟁력 제고에 적극 나선다. 국내 대표적인 화장품 OEM/ODM 전문기업 휴먼 코스메틱(주)는 H-peptide를 기술기반으로 한 신소재 개발을 위해 휴먼피부과와 업무협약 체결했다. 이번 협약의 주요 내용은 휴먼코스메틱(주)의 신소재 개발 사업을 비롯해 피부 유형별 맞춤형 화장품 개발, 피부과적 테스트 프로그램 개발, 화장품의 임상 테스트 프로그램 개발 등 기타 화장품 관련 신규사업 등이다.





제주 TP, 화장품 원료 산업화 협의체 본격 가동

제주도와 제주테크노파크는 청정자원 화장품 원료의 산업화 인프라 구축과 천연화장품 원료 및 소재산업 육성을 위한 '화장품 원료 산업화 협의체'를 구성하고 본격적인 활동을 시작한다. 화장품 원료 산업화 협의체는 전국의 화장품 및 화장품 원료 소재 관련 기업, 대학, 연구기관, 공공기관 등 60여 개 회원사가 참여하고 있다. 제주 TP는 화장품 원료 산업화 협의체를 통해 청정자원 화장품 원료 산업화지원센터 활성화를 적극 나설 계획이다.



코웰패션, 참존 인수

코웰패션이 공시를 통해 화장품 시장 진출 및 사업 다각화를 위해 화장품 제조 판매기업 참존의 지분 100%를 250억 원에 인수하기로 했다. 참존을 인수하는 코웰패션은 2012년 글로벌 브랜드와 협력해 베트남, 중국 등의 생산 공장에서 언더웨어, 골프, 스포츠 의류 등을 생산, 시장에 출시하고 있는 기업으로 종합 패션 전문회사로의 도약을 준비 중이다.



콜마스크, 제이준 인천공장 합병

한국콜마의 마스크팩 제조 전문 자회사 콜마스크가 제이케이엠 인천공장을 흡수 합병한다. 제이케이엠은 제이준 코스메틱이 인천공장을 물적 분할해 만든 자회사로 지난 7월 콜마스크가 320억 원에 지분 100%를 인수한 바 있다. 이번 합병으로 콜마스크와 제이케이엠 조직을 일원화함으로써 관리 효율성 제고와 생산성 향상을 기대할 수 있게 됐다.



에스티로더, 닥터자르트 인수

닥터자르트·DTRT의 모회사 해브앤비가 글로벌 화장품 기업 에스티 로더 컴퍼니즈에 인수된다. 이번 인수는 에스티 로더가 아시아 기반의 뷰티 브랜드를 인수한 첫 번째 사례다. 모든 인수 절차는 12월에 마무리 될 예정이다.



코스맥스 × 뉴스킨코리아

글로벌 화장품 연구·개발·생산(ODM) 기업 코스맥스와 뉴스킨 코리아가 미국, 아세안, 유럽 등 글로벌 시장에서의 신제품 개발과 업무 협력에 관한 양해각서(MOU)를 체결했다. 양사는 향후 할랄(HALAL) 화장품으로 제품 라인업을 확대하고, 아시아와 미주, 유럽, 아프리카에 이르기까지 시장을 확장해 나간다. 이와 관련, 글로벌 시장의 피부 톤과 컬러에 맞는 글로벌 파운데이션 라인도 론칭할 예정이며 다양한 국가와 인종에 맞는 파운데이션 라인도 곧 선보일 계획이다.

TECHNOLOGY



뷰애드, 특허기술 적용 '비타민' 개발

뷰애드가 비타민C의 안정성을 향상하면서 피부 투과율을 높이는 항산화 화장품 조성물 개발에 성공했다. 이와 함께 관련 특허를 공식 등록했다고 밝혔다. 특허 내용은 '비타민C를 함유하는 안정화되고 피부 투과율이 높은 화장품 조성물'이다. 뷰애드는 이번 특허 등록 기술을 적용해 '비타민(VITAWIN)'이라는 브랜드로 비타민-C 세럼을 개발, 상용화했다. 특허 기술이 적용된 제품은 '비타민 비타민-C 세럼 세트'로 판매된다.

EVENT & CAMPAIGN



라이크아임파이브, 위기가정 아동 지원

'로희 엄마' 유진이 크리에이티브 디렉터로 참여한 친환경 화장품 '라이크아임파이브(Like I'm Five)'가 총 1천만 원 상당의 물품 후원을 통해 2년 연속 '좋은 이웃 폴리마켓'에 참여한다. 굿네이버스가 개최하는 '좋은 이웃 폴리마켓'은 상품을 사는 사람도, 파는 사람도 기부에 참여할 수 있는 프로젝트로 수익금의 30% 이상을 기부하는 연말 캠페인이다. 2017년 서울에서 시작해 전국적인 릴레이로 진행되며 올해로 3번째를 맞는다.

바닐라코 3rd 제로 프로젝트

바닐라코(BANILA CO)의 '제로 프로젝트'의 세 번째 협업 브랜드는 유러피안 친환경 브랜드 '소울드랍(souldrops)'. 헝가리에서 탄생한 브랜드다. '한 컵의 세제, 자연과 향기를 담다'라는 컨셉으로 안전한 자연 유래 성분을 사용하며, 전 제품에 동물실험을 진행하지 않는 등 친환경 라이프 트렌드를 선도하고 있다. 또 세계적 디자인 어워드에서 10여 회 수상한 아이টে이다.

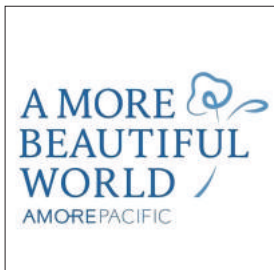


CAMPAIGN



동아제약, '파티온' 캠페인 공개

동아제약이 가수 겸 배우 설현과 함께한 '파티온' 론칭 광고 캠페인을 공개했다. 이번 캠페인에서 건강한 아름다움과 발랄한 매력으로 많은 이들에게 사랑받는 설현이 '노스카 리페어'의 특징을 액티브하게 표현해냈다. 동아제약은 새롭게 선보인 캠페인을 통해 피부에 영향을 줄 수 있는 일상 속 자극들을 소재로 하여 여성들의 공감을 이끌어낼 수 있도록 했다. 특히 2030 여성들의 일상을 통해 피부 스트레스의 원인과 이를 케어한다는 광고 메시지를 효과적으로 전달했다.



아모레퍼시픽, 하반기 아리따운 물품 나눔 기탁

아모레퍼시픽그룹이 2019년 하반기 '아리따운 물품나눔'을 통해 사랑의 열매 사회복지 공동모금회에 16.5억 규모의 아모레퍼시픽그룹 화장품과 생활용품 등을 기탁했다. 상반기에 이어 진행된 이번 하반기 아리따운 물품나눔은 아모레퍼시픽그룹 총 15개 브랜드에서 16.5억 원 규모의 제품을 기부하며 전국 사회복지시설 1,500여 곳에 따뜻한 마음을 전했다.

토니모리, 아토피바이오틱스 기부천사 캠페인 실시

스트리트 컬처 브랜드 토니모리가 유산균 발효용해물과 화장품용 접목시킨 '아토피바이오틱스(ATOBIOTICS™)' 라인을 출시와 함께 '아토피바이오틱스 기부천사 캠페인'을 전개한다. 11월 11일부터 12월 24일까지 아토피바이오틱스 라인 중 판매 제품 1개 당 1,004원의 기부금이 적립된다. 적립된 기부금은 국제개발협력 NGO인 지파운데이션을 통해 미혼모들에게 오는 12월 25일 크리스마스에 전달될 예정이다.





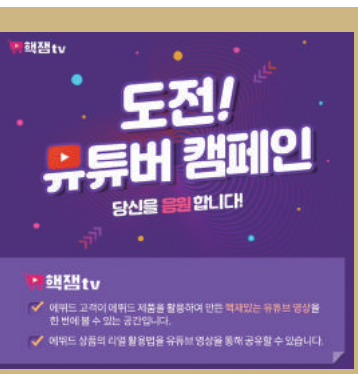
마녀공장, 마녀의 욕실 팝업 스토어

자연주의 기능성 화장품 마녀공장이 '퓨어 & 딥 클렌징 폼' 출시를 기념, 올리브영 강남점 2층에서 '마녀의 욕실' 팝업 스토어를 오픈했다. 회사 측에 따르면 클렌징이 주로 이뤄지는 '욕실'을 콘셉트로 퓨어 클렌징 라인의 메인 컬러인 노란색을 포인트로 사용해 방문객들이 브랜드 감성을 고스란히 느낄 수 있게 구성됐다. 풍성한 거품 연출물들이 공간 전체 곳곳에 구성되어 세련되면서 아기자기한 느낌의 팝업스토어는 신제품 구매는 물론, 클렌징에 대한 다양한 정보와 즐길 거리를 얻을 수 있도록 전시, 체험, 이벤트 등이 가능한 복합 문화 공간으로 운영됐다.

RECRUIT

에뛰드 하우스 '뷰티즌 클럽'

글로벌 메이크업 브랜드 에뛰드하우스가 미래의 스타 뷰티 크리에이터를 양성 프로그램 '뷰티즌 클럽'을 모집한다. 에뛰드하우스와 함께 '나만의 뷰티 영상' 콘텐츠로 스타 뷰티 크리에이터를 육성하는 프로그램의 참가자는 2개월간 뷰티 크리에이터 활동에 필요한 메이크업 노하우, 영상 촬영, 기획, 편집, 디자인, 채널 브랜딩 등에 대한 체계적 교육을 받을 수 있다. 참가 자격제한은 없으며 모집은 오는 12월 8일까지.



에뛰드하우스 '핵점 TV', 유튜브 지원

에뛰드 하우스의 론칭한 고객 리얼 영상 콘텐츠 허브 '핵점 TV'에서 12월 16일 부터 12월 22일까지 유튜브 활동 지원금 100만 원과 500만 원 상당의 유튜브 광고를 집행하고, 에뛰드하우스 라이브 방송 '특점 TV' 출연 기회를 제공한다. 이 이벤트는 일주일간 응원 투표를 통해 '도전! 주간 유튜버'에 선정된 총 5명 중 투표를 통해 왕중왕 1명을 선정, 진행될 예정이며, 12월 27일(금) 왕중왕 1인이 선정된다. 에뛰드하우스 '핵점 TV'는 에뛰드하우스 제품을 활용해 만든 유튜브 영상을 한 번에 볼 수 있는 공간이다.

EVENT

PUBLIC WELFARE



프리메라, 2019 렛츠 러브(Let's Love)

프리메라가 소비를 기적으로 바꾸는 선순환 캠페인 '렛츠 러브'의 일환으로 '2019 망고 버터 컴포트링 한정판'을 출시했다. 렛츠 러브 캠페인은 망고 씨앗 구입부터 기부까지, 선순환을 실천하는 프리메라의 사회공헌 캠페인이다. 프리메라는 2019년 기준 총 7,700여 그루의 망고 나무를 기부했다. 프리메라는 한정판 출시를 기념해 12월 말까지 백화점 및 플래그십 스토어에서 판매된 수만큼 인도 자우이 소녀들에게 연필을 기부할 예정이다.

앰플엔, 펩타이드샷 앰플 공병 인증 이벤트

코리아나화장품의 더마코스메틱 브랜드 '앰플엔'은 '펩타이드샷 앰플 공병 인증 이벤트'를 실시했다. 11월 30일까지 공식 온라인몰인 '코리아나 몰'에서 진행되는 이번 공병 인증 이벤트는 다 쓴 '펩타이드샷 앰플' 공병 사진을 찍은 뒤 후기와 함께 해당 이벤트 페이지에 등록하면 참여가 완료된다.



FASHION NEWS

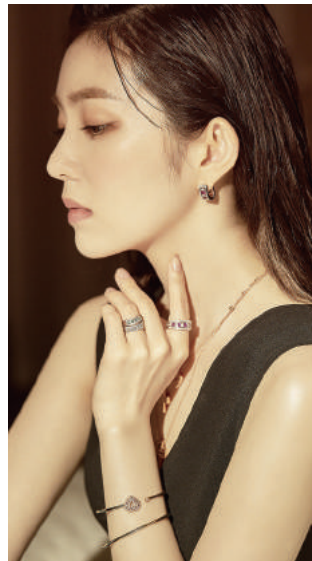


무자크 × 청하

패션랜드가 전개하는 여성 영캐주얼 브랜드 '무자크 (Muzak)'가 전속모델 '청하'와 함께한 2019 F/W 겨울 화보를 공개했다. 공개된 무자크 겨울 화보에서는 모던한 감성을 담은 페미닌 한 스타일부터, 영한 감성이 느껴지는 트렌디 캐주얼 룩까지 다채로운 스타일을 아우른다.

다미아니 × 레드벨벳 아이린

100년 전통 이탈리아 주얼리 브랜드 다미아니는 레드벨벳 아이린과 벨 에포크 컬렉션을 영상과 화보로 소개했다. 벨 에포크 컬렉션은 창립 95주년을 기념해 새로 출시한 제품이다. 우아함을 강조한 벨 에포크 컬렉션은 르네상스 시대의 찬란함을 기반으로 미래 혁신을 나타내는 것으로 화보 속 아이린은 가을 색감을 담은 스타일링으로 선보였다.



**베스띠벨리
2019 Winter Styling**

신원의 여성복 브랜드 '베스띠벨리'가 2019 겨울 화보에서 세련되면서 모던한 감성을 담은 겨울 패션을 선보였다. 또한 브랜드 고유의 고급스러운 이미지에 현대적인 감각이 더해진 트렌디한 분위기를 담아냈다. 체크 패턴의 코트를 원피스 형태로 착용해 페미닌 무드의 데일리 코디와 캐주얼한 패딩에 레더 스커트를 매치해 편안하면서도 스타일리시한 겨울 데일리 룩이다.

CAMPAIGN



**마이클 코어스,
2019 홀리데이 캠페인**

'PARTY AND PLAY'라는 주제로 80년대의 매혹적인 감성을 현대적이고 세련되게 재현한 이번 마이클 코어스의 홀리데이 신제품. 애시드 워시 (acid wash) 그레이 컬러와 베리 컬러의 톡톡 튀는 개성을 강조, 다양한 캐주얼 아이템을 선보이며 브랜드의 차별화를 강조했다. 애니멀 프린트, 지브라 스팅글, 깃털 자수 등이 어우러진 홀리데이 시즌 제품들은 다양한 촉감을 강조하며 화려한 장식들이 더해져서 풍부한 매력을 보여준다.

에블린 × 크리에이터 리리영

'한국의 리한나'라 불리는 크리에이터 리리영과 함께한 에블린의 FW 화보. 에블린이 출시한 '에블린 × 디즈니 빌런 컬렉션'을 리리영만의 느낌으로 재해석했다. 디즈니의 대표 빌런 캐릭터인 말레피센트, 우술라, 크루엘라 3가지 캐릭터가 컨셉이다.



COLLABORATION



나이키 × 지드래곤

나이키가 농구 코트에서 스트릿까지 패션과 문화의 대표 아이콘 에어 포스 1과 한국을 대표하는 가장 영향력 있는 아티스트 지드래곤이 협업한 '에어 포스 1 파라-노이즈 (AF1 PARA-NOISE)'. 패션, 뮤직, 아트, 문화, 스포츠 등 지드래곤이 지적 호기심을 가지는 모든 커뮤니티를 기반으로 만들어졌다. 나이키 에어 포스 1 파라-노이즈는 에어 포스 1의 클래식한 디자인과 지드래곤의 브랜드 PEACEMINUSONE의 시그니처인 데이지 꽃을 가미해 제품을 모던하게 재해석했다. 국내 소비자들을 위해 특별히 코리아 한정판 제품도 출시된다.



방탄소년단 × 케이스티파이

케이스티파이(CASETIFY)가 방탄소년단과 컬래버레이션 한 액세서리 컬렉션. 온라인에서 출시됐다. 전 세계에서 동시에 런칭되는 이번 컬렉션은 글로벌 아티스트로서 방탄소년단과의 콜라보레이션을 기념하며 발매된 것. 이번 방탄소년단 × CASETIFY 컬렉션은 세계적인 가수 할시(Halsey)가 피쳐링으로 참여한 방탄소년단의 '작은 것들을 위한 시(Boy With Luv) feat. Halsey'에서 영감을 받아 디자인됐다.



엘레세 × 뽀빠로

스포츠 브랜드 엘레세는 뽀빠로 캐릭터 '뽀빠로 프렌즈'와 콜라보한 에디션을 출시했다. 엘레세는 국민과자리 자리 잡은 뽀빠로를 캐릭터 화한 뽀빠로프렌즈를 활용한 의류와 양말을 완성했다. 한눈에 뽀빠로가 떠오르는 캐릭터를 엘레세 로고와 합쳐 귀여운 분위기를 내도록 유도했다.

CONTRACT



메종 마르지엘라 × 존 갈리아노

OTB그룹의 프랑스 패션 하우스 메종 마르지엘라(Maison Margiela)가 크리에이티브 디렉터 존 갈리아노(John Galliano)와의 계약을 연장했다. 실제로 메종 마르지엘라의 매출은 그의 합류 이후 두 배로 증가했다. 최근 5년간 백과 스니커즈 등 액세서리 라인이 잇따라 출시되며 액세서리 사업은 전체 매출의 60%까지 성장했다.

DONATION

아카이브앳크, 릴레이 기부 캠페인

코오롱 FnC의 가방 브랜드 '아카이브 앳크'는 다양한 아티스트들과 함께 'CSR앳크 크루'를 구성해 'Learn and Share' 릴레이 기부 캠페인을 진행한다. 서울 권의 아티스트와 협업해 고객이 클래스를 체험하고 클래스 수업료는 '사회복지 공동모금회'에 전액 기부하는 형식이다. 릴레이 기부 캠페인으로 12월 12일에는 세라믹 디자인 스튜디오 이악크래프트 (IAAC Crafts)가 함께하는 도자기 워크숍, 1월에는 콩티 드 툴레아(향초, 디퓨저 소품 겸 카페)의 클래스가 진행된다.





Meet Future Dream

삶은 한바탕의 꿈. 한하의 감동을 담아 행복 바이러스를 전하고 싶은 날, 브리즈가 추천하는 12월의 공연.



맨 끝줄 소년(2019 SAC CUBE)

예술의 전당 자유소극장 2019. 10. 24. ~ 2019. 12. 01.

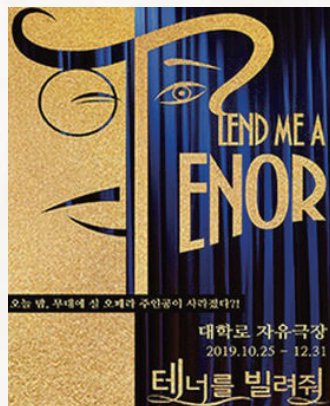


예술의 전당 대표 연극으로 자리매김한 '맨 끝줄 소년'이 흡입력과 스릴을 더해 다시 돌아왔다. 스페인 극작가 후안 마요르가의 동명 희곡을 원작으로, 내성적이지만 글쓰기에 재능이 있는 소년 클라우디오와 그의 잠재력을 알아본 문학교사 헤르만이 빛나는 갈등을 그린다. 헤르만은 클라우디오의 능력을 발전시키려 그를 자극하지만, 클라우

디오가 점차 글을 통해 현실과 허구를 오가는 윤리적인 줄타기를 하면서 관객은 각 인물의 심리 갈등에 빠져든다. 철학적인 주제를 다루면서도 빠른 전개와 배우들의 완성도 높은 연기가 돋보이는 작품이다.

테너를 빌려줘(Lend me a Tenor)

대학로 자유극장 2019. 10. 25 ~ 2019. 12. 29.



'테너를 빌려줘'는 미국 공연을 앞두고 대책 없이 만취한 이탈리아 테너 가수 티토의 기절로 인해 벌어지는 좌충우돌의 이야기들을 그린 연극이다. 시종일관 노래와 대사가 뒤섞여 뮤지컬과 연극과 오페라 공연의 경계를 오간다. "연극배우, 뮤지컬 배우, 성악가, 성우 등 여러 직업을 가진 배우들이 무대에 올라, 거기에 작은 오해로 시작된 소동이 코믹한 분위기로 펼쳐진다. 배우들의 열연과 열창이 무대를 가득 채우며 눈과 귀를 만족시킨다.

엄마의 레시피(The original)

후암 스테이지 2019. 10. 24. ~ 2019. 12. 01.



대만 작가 리중시의 수세(守歲)가 원작으로 연출가 임대일이 한국 상황에 맞게 등장인물과 배경 등을 각색한 작품이다. 수세란 설날 그림날을 자지 않고 밤을 새우면서 설을 지킨다는 뜻이다. 이야기는 명절을 맞이해서 홀로 살고 있는 할머니 집으로 딸과 손녀가 찾아오면서 시작한다. 음식을 준비하고 딸과 손녀를 맞는 할머니. 하지만 할머니가 치매로 인해 예상하지 못한 일들이 벌어진다. 가족이란 의미와 가치 그리고 여성의 삶에 대한 깊은 성찰에 이르게 되는 작품이다.



잇츠 홈쇼핑 주식회사(욕쟁이 할매 홈쇼핑 습격사건)

대학로 굿씨어터 2019. 11. 01. ~ 2020. 03. 01.



신나는 먹방으로 돌아온 '홈쇼핑 주식회사' 시즌2가 신나는 먹방으로 돌아왔다. '잇츠 홈쇼핑 주식회사'는 55년의 청국장 노하우로 손님기 끊이지 않는, 찰지고 구수한 옥드립의 할매가 손녀를 위해 그녀의 홈쇼핑 라이벌 쇼호스트와 한판 승부를 벌인다. 2018년 박미선, 홍현희, 김나희 등 화려한 출연진들로 대학로 무대를 화려하게 장식했던 버라이어티쇼 '홈쇼핑 주식회사'의 업그레이드 버전이다. 보기만 해도 푸짐한 먹방으로 김영옥, 장동민, 조혜련 등 한층 강력해진 캐스팅으로 대학로 무대를 먹방의 소용돌이에 빠져들게 한다.

위 윌 락유(We Will Rock You)

잠실종합운동장 위 윌 락유 로열씨어터 2019. 12. 17. ~ 2020. 02. 20.



영국의 전설적인 록밴드 '퀸'의 음악으로 이루어진 뮤지컬 '위 윌 락유(We Will Rock You)'. 퀸의 주옥같은 명곡 24곡을 짜임새 있게 스토리텔링해서 만든 작품이다. 세상의 변화를 도모하며 혁명을 주도하는 '갈릴레오', '스카라무슈'와 세상을 통제하는 '킬러 퀸'의 대립이 중심을 이룬다. '위 윌 락유(We Will Rock You)'는 영국의 각본가 '벤 엘튼'의 작품이다. '위 윌 락유'는 2002년도에 런던

에서 초연을 올린 이후, 전 세계 순회 투어 17개국에서 1,500만 명 이상이 관람한 작품이다.

아이다(AIDA)

블루스퀘어 인터파크 홀 (구 삼성전자 홀) 2019. 11. 16. ~ 2020. 02. 23.



'아이다'는 뮤지컬보다는 이탈리아 작곡가 주세페 베르디의 비극적 오페라로 널리 알려져 있다. 이집트 속국으로 전략한 누비아의 공주 아이다와 이집트 장군 라다메스의 사랑을 그린 작품이다. 나라를 잃었다는 이유로 공주에서 천민으로 전략한 아이다는 사랑하는 라다메스의 비극적인 죽음을 목도해야 하는 존재다. 팝의 거장 엘튼 존과 뮤지컬 음악 작사가 팀 라이스, 디즈니 시어트리컬

그룹이 함께 해 현대적인 뮤지컬로 탄생했다.

랭보

예술 24 스테이지 1관 (구 대명 문화공장 1관) 2019. 09. 07. ~ 2019. 12. 01.



뮤지컬 '랭보'는 천재적 재능을 가졌지만 비운의 시인으로 불리는 '아르튀르 랭보'와 시인의 왕이라 불리며 당대 프랑스 최고의 시인으로 인정받은 '폴 베를렌느'. 그리고 랭보의 친구이자 이 둘의 삶을 지켜보는 소년 '들라예'가 각자의 방식으로 꿈을 찾는 이야기를 그리고 있다. 세 사람의 노래와 시, 그리고 미지의 세계를 찾아 떠나는 이들의 여정을 통해 우리가 찾고자 하는 진정한 행복과 인생의 의미를 알아간다. 뮤지컬 '랭보'는 국내 창작 초연 뮤지컬 중 최단기간 해외 진출이라는 성과를 이뤄냈다.

생의 의미를 알아간다. 뮤지컬 '랭보'는 국내 창작 초연 뮤지컬 중 최단기간 해외 진출이라는 성과를 이뤄냈다.

보디가드 (BODYGUARD)

LG아트센터 2019. 11. 28. ~ 2020. 02. 23.



휘트니 휴스턴의 주옥같은 명곡으로 이뤄진 뮤지컬 '보디가드'가 3년 만에 귀환했다. 스토크의 위험을 받고 있는 당대 최고의 팝스타와 보디가드의 러브스토리를 다루며 전 세계적으로 센세이션을 불러일으킨 영화 '보디가드'(1992)가 원작이다. 원작인 영화를 바탕으로 한 '무비컬'인 동시에 팝의 디바 휘트니 휴스턴의 명곡 15곡을 더한 '주크박스 뮤지컬'이기도 하다. CJ ENM이 글로벌 공동

프로듀싱으로 참여해 2012년 영국 웨스트엔드 초연 이후 2016년도에 아시아 최초로 국내에 첫 선을 보였다.

메모리 인 드림(Memory in dream)

해오름 예술극장 2019. 11. 08. ~ 2020. 01. 19.



남편의 갑작스러운 죽음으로 깊은 슬픔에 빠진 아내가 삶의 의욕을 놓아버린 채 지난날 추억 속에 자신을 가두면서 벌어지는 이야기. 남편의 죽음이 자신과의 다툼으로 인해 발생되었다는 죄책감 시달리르는 아내는 과연 절망의 끝에서 다시 희망을 바라볼 수 있을까? 캘리포니아 출신 텍시기사 겸 밴드 리더이자 앨리스의 남편인 이든 역에는 오의식·박은석·김선호가 캐스팅됐다. 이든의 아내인 앨리스 역에는 강연정, 서예화가 출연한다

남편의 갑작스러운 죽음으로 깊은 슬픔에 빠진 아내가 삶의 의욕을 놓아버린 채 지난날 추억 속에 자신을 가두면서 벌어지는 이야기. 남편의 죽음이 자신과의 다툼으로 인해 발생되었다는 죄책감 시달리르는 아내는 과연 절망의 끝에서 다시 희망을 바라볼 수 있을까? 캘리포니아 출신 텍시기사 겸 밴드 리더이자 앨리스의 남편인 이든 역에는 오의식·박은석·김선호가 캐스팅됐다. 이든의 아내인 앨리스 역에는 강연정, 서예화가 출연한다

빅 피쉬(BIG FISH)

예술의 전당 CJ 토월극장 2019. 12. 04. ~ 2020. 02. 09.



1998년 출간된 다니엘 월러스 소설을 원작인 뮤지컬 '빅 피쉬'는 여러 버전의 대본 중 브로드웨이와 런던 공연의 좋은 점만을 결합시킨 완성도 높은 대본을 바탕으로 국내 무대에 초연된다. 제작사 CJ ENM이 뮤지컬 '킹키부츠'와 '보디가드'에 이어 선보이는 글로벌 공동 프로듀싱 작품이다. 가족을 위해 위대해질 수밖에 없었던 허풍쟁이 아버지 '에드워드'의 삶을 오가는 이야기로 관객들

에게 '인생' 그 자체의 박찬 메시지를 전할 뮤지컬 '빅 피쉬'는 일상 속에 숨겨진 작은 판타지를 상상하게 하는 재미 또한 선사할 예정이다.



12 December

알파걸을 위한 뷰티 운세 Reflect on your mind

사랑으로 인해 많은 상처를 받은 사람이
진짜 연애에 성공할 수 있는 것처럼,
한해 동안의 나자신을 리얼하게 돌아보는 시간.
모든 약점을 장점으로 승화시킬 수 있는 힘이 필요하다.



01 염소자리 (12월 22일~1월 19일)



새로운 감정으로 연연해하지 마세요

일은 열심히 하는데 마무리가 실행치 않아 의욕이 저하될 조짐이네요. 바로 나설 것이 아니라 과거의 경험을 토대로 신중하게 접근하세요. 이익이 되지 않는다면 가차 없이 등을 돌리는 냉정함도 필요하겠네요. 새로운 감정에 얽매어 일을 질질 끈다면 손해 볼 수 있으니까요. 물론, 함께 가야 하는 사람들에게는 논리보다 공감능을 이끌어 내야 해요. 작은 것에도 철저함을 보이길. 직장에서는 상사뿐 아니라, 소홀히 한 동료나 후배가 없는지 잘 살펴보세요.

02 물병자리 (1월 20일~2월 18일)



새로운 것에 도전해 보세요

구설수로 고생했다면 불평불만을 늘어놓기 전에 먼저 자신을 돌아보세요. 남의 이런저런 이야기에 끌려 다니거나 벼랑 끝에 놓이게 된 건 다른 누구의 탓이 아닌, 바로 당신 탓이니까요. 그러나 지난시절 겪었던 난관이 차츰 풀리며 중순 이후 당신을 기쁘게 할 일이 많아지겠네요. 문화센터나 동호회, 인터넷 모임 등을 통해 정보를 모으고 다양한 시도로 새로운 삶을 기획해 보는 것이 좋습니다. 애정운도 높아져서 사랑 때문에 웃을 수 있는 타이밍이에요. 팽팽한 긴장감으로 그를 당신의 포로로 만드세요.

03 물고기자리 (2월 19일 ~3월 20일)



혼자 있는 시간을 잘 견뎌주세요

불필요한 적이 생기기 쉬운 한 달입니다. 신중하게 처신하세요. 타인에 대해 비판하는 것은 좋지만 정작 당신의 결정을 놓고 있는 건 아닌지 점검해 보세요. 상대에 대해 잔소리와 훈계는 애정에서 우러난 행동이지만 오해받기 십상이므로 일단 참으세요. 누군가가 부탁해 올 때 책임질 수 없는 일이면 확실히 거절하세요. 이것저것 다 받아들이면 나중에 감당할 수 없는 상황에 직면할 수 있으니까요. 커플은 상대방의 정점을 칭찬해 보는 건 어떨까요?

04 양자리 (3월 21일~4월 19일)



자기자신을 칭찬해 보세요

이달은 자신감과 무모함이 교차하는 시기이므로 잘 모르는 일이나 새로운 일에 대해 성급히 도전하지 마세요. 오히려 그동안 해왔던 일들에 대해 재정적으로 보상을 기대해 보세요. 당신이 지금 할 일은 열심히 일한 자신에게 상을 주기 위해 소망을 하는 것이예요. 머릿속에 갖고 싶은 것들을 생각해 보면, 기분이 좋아질 거예요. 직장에서는 동료들에게 따뜻한 말을 건네려고 의식적으로 노력해 보세요. 오래된 연인은 상대에 대한 말투와 행동을 조심하세요.

05 황소자리 (4월 20일~5월 20일)



자존감을 한껏 높여주세요

이달의 황소자리는 자존감이 높아지는 시기네요. 그럴 듯한 제안이 들어오더라도 실리를 따져 보게 되고요. 조금씩 자기 자신을 높여보고 싶어 지는 것은 당연한 일이에요. 당신이 그동안 가치를 두었던 것이 바뀔 수도 있으며, 맛있고 예쁜 것에 대한 탐닉도 높아지므로, 지름신을 주의하세요. 친구들 몇몇은 좋지 않게 말할 지도 몰라요. 하지만, 대부분은 부러움에 그런 것이니 귀담아듣지 말고 지금은 즐기세요. 커플은 두 사람이 함께 할 미래에 대해 진지한 대화를 나눠주세요.

06 쌍둥이자리 (5월 21일~6월 21일)



당신의 능력에 대해 믿어보세요

이번 달에는 워커홀릭이 되지 않도록 특별히 조심하세요. 남들과 똑같은 시간에 똑같이 일처리를 해야 된다는 고정관념을 버려보면 어떨까요? 핵심을 파악했다면 주저하지 말고, 이것저것 동시에 멀티 태스킹도 해보세요. 도리어 능력이 올라 두 마리 토끼를 잡을 수도 있지 않을까요? 다만 허풍으로 주변인들을 속하게 만들거나, 기대하게 만드는 것은 금물. 솔로는 누군가에게 베푸는 작은 호의가 큰 연인으로 다가올 수 있어요.

07 게자리 (6월 22일~7월 22일)



나의 생각을 남에게 알려주세요

남을 의식하지 말고 적극적으로 자기의 의견을 개진해 보세요. 상대방의 핵심을 정확히 캐치할 수 있을 정도로 감정이 차분해지는 시기거든요. 그러나 사적인 관계에 있어서는 조금 조심할 필요가 있어요. 특히 연인과의 문제에 있어서 당신의 마음속에 있는 의문에 대해 집중해 보세요. 지속되고 있는 관계가 오래도록 계속되기를 바라는지 아니면 단순히 의무감에서 비롯된 것인지 하는 것인지 확실하게 정하는 게 좋아요. 한발 물러서기보다는 적극적으로 자신의 생각을 정립해서 행동으로 옮겨보세요.

08 사자자리 (7월 23일~8월 22일)



보다 자신 있게 밀고 나가보세요

사사로운 감정에 얽매이기보다는 보다 큰 그림을 그려 보세요. 그 일을 추진하는데 당신의 기분을 거슬리게 하거나 흔들리게 만드는 일이 생길지도 모르지만 크게 구애받지 않아도 좋습니다. 다만 그럴듯한 겉모습에 신경 쓰다가 내실을 챙기지 못할 수 있으니 실리를 따져보세요. 직장에서는 누가 아군이고 적군인지 잘 헤아려 보세요. 커플은 상대방에게 허황된 말을 늘어놓지 않도록 조심하세요. 솔로는 너무 전전긍긍하지 말고 용기 있게 대치해 보세요.

09 처녀자리 (8월 23일~9월 22일)



스트레스 지수가 높아져요

이번 달에는 직장 내에서 승진을 하거나, 책임 있는 일을 맡게 되어 신경 써야 할 일이 부쩍 늘을 듯하네요. 함께 하는 사람들과 의견을 맞추는 일이 쉽지 않지만, 너무 남의 생각과 행동에 대해서까지 신경을 쓰지 마세요. 통제가 간섭이 되면 불평을 들을 수 있으므로 조심하세요. 주변의 눈치를 살피다가 무리하지 않도록 컨디션 조절에도 신경 쓰길. 직장에서는 책상 위에 놓인 물건의 배치를 다시 해 보세요. 커플은 상대방에 대한 절대적인 이해가 필요해요. 솔로는 호감 가는 대상에게 자주 연락해 보세요.

10 천칭자리 (9월 23일~10월 23일)



긴 호흡으로 긴장을 푸세요

이번 달에는 질투와 사랑의 이분법 사이에서 고민이 생길 시기네요. 상대방이 주는 스트레스를 얼마나 잘 감당해 내느냐가 이달의 운수를 좌우하게 되네요. 겉으로는 평온해도 문제가 감지된다면 처음부터 잘 생각해 보아야 해요. 채고 따지는 건 싫지만 우왕좌왕하게 되기 쉬우니 결단력도 필요하고요. 일단 결단을 내렸다면 확실하게 실행에 옮기세요. 직장에서는 처신에 주의하되, 행동은 자연스럽게 하세요. 커플은 자신의 의견만을 밀어붙이지 않도록 주의하길.

11 전갈자리 (10월 24일~11월 22일)



타인과 함께 힘을 모으세요

이달의 전갈자리는 초순부터 활발하게 움직이세요. 게으르면 손해니까요. 타인에 대한 배려를 통해 운이 열리게 돼요. 함께 프로젝트를 추진해 가는 동료 덕분에 이미지가 올라가고 좋은 일이 생길 거예요. 좋은 마부는 부리는 말을 잊지 않는다는 말을 기억하세요. 잘 안 되는 일에 대해 집착을 버리지 못하면 상대와 당신 모두가 피해를 입을 수 있으니 자를 건 분명히 자르세요. 솔로는 감정에 치우쳐 성급하게 고백하지 않도록 신중하세요.

12 사수자리 (11월 23일~12월 21일)



집중도를 높이고 결과를 기다리세요

욕심을 버리고 한 가지만 집중해 보세요. 구체적인 결과가 나오기 전까지 말을 아끼고 다른 사람들의 조언은 참고만 하세요. 의도를 비껴가고 실망으로 눈앞이 흐려지더라도 조용히 미소를 지어보세요. 운명의 여신이 드라마틱한 반전 드라마를 계획할 테니까요. 직장에서 다른 이의 아이디어에 관심을 보여주세요. 뒷사람에게 칭찬을 아끼지 않으면 처세에 도움이 된답니다. 남의 땀에는 절대 한눈팔지 마세요. 연인의 말에는 무조건 맞장구쳐 주길.



White Set

Black Set

20
TOMNTOMS
02

TOMNTOMS

TOMNTOMS

2020 PLANNER

Quarterly Notebook Planners 2020 탐앤탐스 플래너 본 이미지는 연출되었으므로 실제와 다를 수 있습니다.

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