

# 올영세일, 중소·신진 브랜드 맹활약... 10대·외인 매출 급증

**CJ올리브영 K-뷰티 트렌드 제시  
중소 브랜드 상품 매출 상위 차지  
“유통망 등 성장 디딤돌 역할”**

CJ올리브영이 중소 브랜드 성장에 디딤돌 역할을 하고 있다.

10일 CJ올리브영에 따르면 지난 5월 31일부터 6월 6일까지 열린 ‘올영세일’에서 국내 중소기업 브랜드의 상품들이 매출액 상위권을 차지했다. CJ올리브영은 ‘라운드랩’, ‘닥터지’, ‘메디힐’, ‘토리든’ 등이 일평균 10억원 수준의 매출을 기록했다고 밝혔다.

올해로 11년 차를 맞은 올영세일은 일 년에 네 번 열리는 올리브영 정기 세일 행사다.

올리브영이 지난 2023년에 진행한 네 번의 올영세일 기준 누적 매출액은 전년 대비 약 42% 증가해 누적 결제 건수는 2490만에 이르고, 누적 방문회원수는 온·오프라인 통합 600만명을 돌파했다.

이처럼 CJ올리브영의 올영세일이 뷰티 업계와 소비자들 사이에서 ‘K뷰티’ 최신 유행을 반영하는 대표 행사로 자리매김하고 있는 가운데, 국내 중소



올영세일 기간 올리브영 광주 타운을 찾은 고객이 K뷰티 쇼핑을 하고 있다. /CJ올리브영

기업 브랜드들이 해당 행사를 통해 올리는 매출 규모 또한 커지고 있는 것으로 풀이된다.

지난 2019년 올리브영에 입점한 스킨케어 브랜드 ‘라운드랩’의 경우, 2023년에는 올리브영에서 연 매출 1000억원을 달성한 브랜드로 이름을 올리기도 했다.

라운드랩의 CJ올리브영 입점 후 1년과 2023년 1년간의 매출을 비교했을 때 그 성장세는 무려 1000%에 이른다. 이와 관련, 라운드랩도 올리브영 입점을 계기로 매출 성장을 이뤘다는 분석을 내놓은 바 있다.

또 브랜드 대표 제품인 ‘독도 토너’가 ‘올리브영 클린뷰티’로 선정되는 등 라운드랩은 올리브영을 통해 브랜드 영향력을 강화했다. 라운드랩이 지난 2022년부터 선보이고 있는 ‘포 맨’ 제품군의 경우, 올리브영의 ‘독도 토너’를 사는 남성 고객 관련 데이터를 바탕으로 기획되기도 했다.

올리브영과 함께 성장한 대표 중소기업 브랜드로 꼽히는 ‘닥터지’도 베스 트셀러인 크림에서 선케어, 에센스, 클렌징 등으로 제품군을 확장해 성장세를 이어가고 있다.

이밖에 ‘메디힐’은 마스크팩으로,

‘토리든’은 가볍고 수분 가득한 제형의 스킨케어 제품으로 각각 브랜드 입지를 확보하고 있다.

토리든 관계자는 “브랜드 입장에서 올영세일은 큰 매출을 기록하며 브랜드를 알릴 수 있는 대표적인 소통 창구”라며 “올영세일을 통해 고객 구매 데이터, 소비성향 등을 파악해 향후 판매 전략을 짜는 데도 도움이 된다”고 전했다.

이와 함께 이번 올영세일에서는 올리브영의 핵심 소비자층이 20~30대 여성을 넘어 10대, 외국인 등으로 확대된 것으로 나타났다. 올리브영은 이번 세일 기간 매장이나 온라인몰을 찾은 10대 회원 고객수는 직전 세일 대비 약 30% 증가했다고 설명한다. 같은 기간 전국 매장을 찾은 외국인 매출 또한 78% 급증했다.

이에 대해 한 뷰티 업계 관계자는 “브랜드 입장에서 소비자가 브랜드를 직접 체험하는 경험이 중요하다”며 “올리브영을 통해 소비자 접점을 늘림으로써 매출 성장, 유통망 확보 등 성장 기반을 다질 수 있는 기회를 피하고 있다”고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## 신제품

### 애경산업 루나 멜팅 포뮬라 립 팔레트

생활뷰티기업 애경산업의 메이크업 전문 브랜드 ‘루나’가 원하는 색을 조합해 나에게 딱 맞는 입술 메이크업을 완성하는 제품을 선보인다.

애경산업은 루나가 ‘멜팅 포뮬라 립 팔레트’를 출시했다고 10일 밝혔다.

루나의 ‘멜팅 포뮬라 립 팔레트’는 6가지 색상으로 ▲투명한 ‘스파클 샴페인’ ▲연한 복숭아 색상 ‘크림 포인트’ ▲맑은 복숭아 색상 ‘멜티드 피치’ ▲차가운 느낌의 빨강 ‘체커 매트’ ▲톤을 낮춘 붉은 벽돌색 ‘진저 슈슈’ ▲생기 있는 ‘애플리쿠투스’ 등이 있다.

이번 신제품은 도톰한 수분 광택을 표현하는 ‘케어밤’, 입술에 생기를 더하는 ‘틴팅밤’, 촉촉하면서도 선명한 입술을 연출하는 ‘글로시밤’ 등 세 가지의 제형으로 이뤄졌다. /이청하 기자

### 에이피알 포맨트 시그니처 퍼퓸 코튼 366

글로벌뷰티테크 기업 에이피알의 퍼퓸&라이프스타일 브랜드 ‘포맨트’가 국내 대표 토종 향 브랜드로서 제품군 확장에 힘쓰고 있다.



에이피알은 포맨트가 브랜드 대표 제품 ‘시그니처 퍼퓸’의 신제품 ‘코튼 366 (사진)’을 출시했다고 10일 밝혔다.

에이피알에 따르면, ‘코튼 366’은 포맨트가 판타지를 주제로 새롭게 선보이는 향수다. 숫자 366은 ‘존재하지 않는 판타지’ 366일을 뜻한다.

특히 코튼 366은 알데하이드 시트러스 향의 톱노트, 스위트피와 자스민이 조화를 이루는 미들노트, 스위트 캐시미어 잔향을 기반으로 한 제품이다. 아울러 용기 하단부터 은은하게 빛나는 오묘한 보라색으로 신비로운 느낌과 고급미까지 갖췄다. /이청하 기자

### 동아제약 비타그란 비타민C 3종 기프트 세트

동아제약이 비타민C 전문 브랜드 ‘비타그란’에서 다양한 제형과 맛을 갖춘 제품을 선보인다.

동아제약은 ‘비타그란 비타민C 3종 기프트 세트’를 출시했다고 10일 밝혔다. 이번 신제품은 각각 다른 3종의 비타민C를 담고 있는 것이 특징이다.

동아제약에 따르면 비타민C 분말 레몬맛, 츄어블 라즈베리맛, 구미젤리 복숭아맛을 취향대로 골라먹고, 비타민C 하루 권장량 섭취도 가능하다.

해당 제품은 동아제약 온라인 공식몰인 ‘디몰’과 카카오톡 선물하기 등에서 만나볼 수 있다. 아울러 톡톡 튀는 오렌지 색상자와 ‘뭘 원할지 몰라서 다~준비했어’ 라는 메시지로 구성된 선물용 쇼퍼백까지 갖췄다. /이청하 기자

## “썸머 ‘아세페’ 구경하세요”

〈아모레 세일 페스타〉

**아모레퍼시픽 역대급 혜택 마련  
‘썸머 버라이어티 쇼’ 테마 운영**

아모레퍼시픽이 역대급 혜택을 갖춘 뷰티 행사를 마련했다. 아모레퍼시픽은 오는 23일까지 자사 공식 쇼핑몰인 아모레몰에서 ‘2024 썸머 아모레 세일 페스타’를 개최한다고 10일 밝혔다.

‘아모레 세일 페스타(아세페)’는 연중 최대 규모로 상·하반기에 열리는데, 이번에는 ‘썸머 버라이어티 쇼’를 주제로 꾸며졌다.

이에 따라 아모레퍼시픽은 20여 가지 아세페 한정판을 비롯해 스타벅스 베어리스타 키 체인을 담은 럭셔리 기획 세트 등을 선보인다. 트위터, 벅스 버니 등 루니톤즈 캐릭터로 구성된 바캉스 아이템 굿즈는 한정 수량으로 준비했다.

아모레퍼시픽이 농심물과 함께하는 ‘릴레이 브랜드 데이’에서는 올해의 농



아모레퍼시픽은 23일까지 ‘2024 썸머 아모레 세일 페스타’를 진행한다. /아모레퍼시픽

심 인기 상품을 담은 ‘썸썸바사 버라이어티 팩’과 여름밤 시원한 맥주에 어울리는 간식을 꾸린 ‘농맥 버라이어티 팩’을 라이브 방송 구매 고객에게 제공한다. /이청하 기자

## 지그재그, ‘9번째 생일파티’ 프로모션

특가, 쿠폰 등 참여형 이벤트 강화

카카오톡이 운영하는 스타일커머스 플랫폼 ‘지그재그’가 서비스 출시 9주년을 맞아 오는 16일까지 ‘지그재그 9번째 생일파티’ 프로모션을 진행한다 고 10일 밝혔다.

이번 행사는 특가, 쿠폰, 경품, 이벤트 등 다양한 고객 참여형 이벤트로 재미 요소를 강화했으며, 동시에 고객이 할인 혜택을 더욱 체감할 수 있도록 마

련됐다. 국내 대표 쇼핑몰부터 패션, 뷰티, 라이프 브랜드가 대거 참여한다.

메인 이벤트는 매일 9,999,999마일 리지를 응모자끼리 나눠 갖는 이벤트다. 또한 프로모션 페이지에서 9개의 선물 상자 속에 숨어있는 랜덤 마일리지를 찾는 이벤트도 있다.

이외에도 ▲9시간 타임세일 ▲99일 ▲직진배송 썸베스트, ▲라이브 특가 등 특가 코너도 다양하게 운영한다.

/최빛나 기자

## 롯데홈쇼핑, 내달 ‘벨리곰 매치랜드’ 출시

영국서 1차 출시... 9월 국내 론칭

롯데홈쇼핑은 자체 캐릭터 벨리곰 지식재산권(IP)을 활용해 캐릭터 IP를 활용한 모바일 게임을 선보인다고 10일 밝혔다.

170만 팬덤을 보유한 벨리곰은 유튜브 브 활동(2018~2022년)으로 인지도를 쌓은 후 2022년 초대형 공공전시를 계기로 팝업, 굿즈 판매 등 오프라인(2022~2024년)으로 활동을 확대하며 국내 대표 캐릭터로 성장했다.

‘벨리곰 매치랜드’는 벨리곰 SNS 구독자의 70% 이상을 차지하고 있는 1030세대의 선호도가 높은 퍼즐게임과 벨리곰의 세계관, 캐릭터 디자인이 반



벨리곰 매치랜드 /롯데홈쇼핑

영된 모바일 게임이다.

올해 7월 영국에서 1차 게임 출시를 시작으로 태국, 인도네시아에서 잇달아 선보인 이후 9월 국내 시장에 정식 출시한다. 향후 일본, 유럽, 북미 등으로 론칭 국가를 확대할 예정이다.

/최빛나 기자 vitna@

## 에스티팜-인테론, TNFR 저해제 공동연구

선택적 저해 저분자 물질 도출 계획

동아쏘시오그룹의 계열사 에스티팜이 해외 바이오텍과 협업해 신약 개발 전문성을 강화하고 있다.

에스티팜은 미국 보스턴 소재 바이오텍 기업 인테론과 종양괴사인자 수용체(TNFR) 저해제를 공동으로 연구하기 위한 계약을 체결했다고 10일 밝혔다.

양사는 2024년 6월부터 2년간 공동 연구를 진행하고 종양괴사인자 수용체(TNFR)를 선택적으로 저해하는 저분자 전임상 후보물질을 도출할 계획이다.

에스티팜에 따르면 이번 공동연구는 기존 생물학적 제제 방식에서 차별화

된 특징을 갖췄다.

종양괴사인자(TNF)는 면역 반응을 조절하는 역할을 하는데, 서로 다른 두 가지 형태의 종양괴사인자 수용체 TNFR1과 TNFR2를 통해 신호를 전달한다. 이에 따라 각각의 수용체만 선택적으로 저해하는 저분자 물질을 개발하면, 보다 안전하고 우수한 약물을 공급할 수 있다는 것이 에스티팜 측의 설명이다.

인테론은 지난 2020년 허준렬 하버드 의대 교수와 글로리아 최 매사추세츠공과대학(MIT) 교수가 공동창업한 바이오텍 기업이다. 신경생물학 및 면역학 분야 파이프라인을 통해 새로운 치료제를 개발 중이다.

/이청하 기자