

뷰티업계, ‘럭셔리 제품’ 역량 집중… 글로벌 신성장 노린다

아모레퍼시픽

설화수 등 럭셔리 브랜드 재분류

LG생활건강

더후 앰버서더 김지원 발탁

신세계백화점

‘시코르’ 대표직속 조직 신설

올해 3분기 실적 발표를 계기로 국내 대표 화장품 기업들의 희비가 엇갈린 가운데, K뷰티 성장 가능성이 ‘럭셔리’ 제품군을 중심으로 두드러지고 있다는 분석이다.

10일 국내 뷰티 업계에 따르면 아모레퍼시픽그룹 핵심 계열사 아모레퍼시픽은 올해 3분기 호실적을 기록했다.

아모레퍼시픽의 올 3분기 매출은 전년 동기 대비 9.9% 증가한 9772억원, 같은 기간 영업이익은 277.7% 증가한 652억원을 기록했다. 럭셔리 제품군은 전년 동기 대비 6.3% 늘어난 3176억원의 매출을 올렸는데, 아모레퍼시픽 전체 매출의 32.5%에 해당하는 규모다.



아모레퍼시픽은 설화수 ‘홀리데이 기프트’에 자음생크림을 비롯해 친환경 디자인 브랜드 ‘오마치’와 협업한 한지 사제 세트 및 설화수 코듀로이 파우치를 담았다. /아모레퍼시픽

또 국내 사업 매출 5345억원 내에서 비교하면 럭셔리 제품군이 차지하는 비중은 59%이다. 이 가운데 설화수와 헤라의 비중은 각각 29%, 15%인 것으로 집계됐다.

이에 대해 아모레퍼시픽은 럭셔리 브랜드를 재분류하고, 브랜드별 주요 제품군을 강화한 결과라는 분석을 내놨다. 기존 아모레퍼시픽 대표 럭셔리 브

랜드인 설화수, 헤라, 에이피뷰티에 이어 아이오페와 홀리추얼이 럭셔리 부문 매출 성장을 견인했다는 것이 회사 측의 설명이다.

특히 해외에서도 럭셔리 제품군은 높은 성과를 거뒀다.

아모레퍼시픽이 미국에서 고성장에 성공한 반면, 중국에서 고전을 면치 못했음에도 불구하고 설화수는 미국, 중

국 모두에서 판매 호조를 보였다.

LG생활건강의 화장품 사업 3분기 매출은 전년 동기 대비 2.9% 감소한 6506억원, 영업이익은 42.8% 증가한 114억원이다. 화장품 사업의 올해 3분기 매출은 소폭 줄고, 영업이익은 해외 사업 수익성이 개선되면서 두 자릿수의 증가세를 기록했다.

아쉬운 실적에도 LG생활건강이 주목하고 있는 궁중 피부과학 럭셔리 코스메틱 브랜드 ‘더후’는 성장을 지속했다. LG생활건강 화장품 사업에서 더후가 차지하는 비중은 50%에 달하는 가운데, 더후는 중국에서 경쟁력을 입증했다. 글로벌 앰버서더로 배우 김지원을 발탁하고 럭셔리 브랜드 이미지를 제고하는 등 글로벌 명품 뷰티 브랜드로서의 성장 기반을 마련했다는 것이 LG생활건강 측의 설명이다.

뿐만 아니라 LG생활건강은 올해 더후 대표 제품 ‘비젯 자생 에센스 4.0’ 재단장을 기념해 해외 인플루언서를 국내에 초청하고, 중국 유명 인플루언서와 라이브 커머스 방송을 진행하는 등 온

라인 시장에도 주력해 왔다.

이처럼 국내 대표 화장품 기업들이 럭셔리 브랜드를 앞세워 K뷰티 성장에 박차를 가하면서, 국내 화장품 유통 시장에서 거대 뷰티 편집숍으로 떠오른 CJ 올리브영도 올해 자사 온라인몰에 더후와 설화수를 잇따라 입점시켰다. 올리브영은 고급 브랜드까지 폭넓게 확보함으로써 K뷰티 전반을 아우르겠다는 방침이다.

이와 함께 국내 뷰티 업계의 원조 럭셔리 뷰티 편집숍 ‘시코르’도 다시 주목받고 있다. 시코르는 지난 2016년 정유경 신세계백화점 총괄 사장이 직접 구상한 것으로 알려졌는데, 최근 정유경 총괄 사장이 신세계 회장으로 승진하면서 시코르 총괄을 대표 직속 조직으로 신설하기도 했다.

시코르는 과거 해외 유명 브랜드 제품을 갖춰 차별화를 꾀한 바 있고, 현재는 ‘백화점 브랜드부터 루키 브랜드까지 신세계가 만든 뷰티 플랫폼’을 주제로 K뷰티 브랜드를 다수 포함하고 있다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

유통업계, 데이·수능 마케팅 분주… “마음 전하세요”

편의점, 캐릭터 협업 제품 기획
e커머스·마트, 대규모 할인 행사

유통업계가 ‘빼빼로데이’와 ‘대학수학능력시험’에 맞춰 다양한 마케팅과 할인행사를 마련하고 있다.

10일 유통업계에 따르면 편의점 CU는 곰 캐릭터 ‘리락쿠마’, 현실을 풍자하는 블랙 유머로 직장인들에게 공감을 사는 오리 캐릭터 ‘곽철이’, 커피 강아지 캐릭터 ‘몰티즈 앤 리트리버’ 등과 협업한 빼빼로 상품 40여종을 출시했다. 아울러 CU는 수능 선물로 서울대 마크가 그려진 서울대 초콜릿, 손목시계를 기획 제품으로 판매한다.

GS25는 자사 캐릭터인 ‘무무씨와 친구들’ 빼빼로를 선보인다. 캐릭터별로 오리지널, 아몬드, 크런치, 초코필드, 화이트쿠키 등 5가지 맛의 단품을 선보이며 차량용 목쿠션세트, 스티커세트 등과 함



편의점 CU 모델이 빼빼로데이 캐릭터 상품을 소개하고 있다. /BGF

께 구성한 기획상품을 준비했다.

이마트24는 고양이 캐릭터 ‘마인드 어데이 커버캣’과 협업한 기획세트 4종을 선보인다.

이마트는 수능시험일인 오는 14일까지 ‘수능·빼빼로데이’ 기획전을 열고 과자류 행사상품 2만 5000원 이상 구매 고객에게 신세계상품권 5000원을 증정한

다. 선물용 초콜릿·초코스틱과자 등 200여종은 정가보다 최대 50% 할인된 가격에 선보인다.

이마트는 수능 평균 연령대인 10~20대 고객들이 자주 구매하는 품목들을 분석해 인기 브랜드 위주로 행사상품을 선정했다. 지난해 초코스틱과자가 매출 1위를 기록한만큼 ‘롯데 뉴진스 빼빼로 기획 5종’을 준비했다. 해당 상품은 스페셜 패키지로 걸그룹 ‘뉴진스’를 활용해 소장 가치를 더했다.

세븐일레븐은 화장품 브랜드 ‘어뮤즈’와 손잡고 협업 상품을 출시하고, 인기 입술제품인 립플러가 들어있는 기획 상품 등을 판매한다.

e커머스 플랫폼, 대형마트 등도 수능과 빼빼로 데이 마케팅에 총력을 다하고 있다.

쿠팡은 오는 14일까지 ‘11·11 데이’ 테마관을 운영한다. 테마관에서는 빼빼

로 럭키박스과 샘플러 6종세트 등을 선보인다. 특히 ‘수능’ 테마관에서는 틱스스텐 보온 도시락, 해피데이 핫팩, 상상앤드 행운의 포춘 초콜릿을 만나볼 수 있다.

롯데마트·슈퍼는 버추얼(가상) 아이돌 ‘플레이브’가 포장에 담긴 빼빼로 2종을 단독 출시하고, 두 개 구매 시 플레이브의 포토카드를 증정하는 이벤트를 진행한다. 롯데하이마트는 수능 이후 졸업 선물 수요를 고려해 다음 달 노트북과 헤드셋, 키보드 등 정보기술(IT) 가전을 최대 25% 할인한다.

홈플러스는 오는 13일까지 빼빼로데이 행사를 전개한다. 빼빼로, 포키 등 막대과자 30여 종은 저렴한 가격대로 내놓고, ‘페레로로쉐’ 7종은 10% 할인한다. 빼빼로데이·수능 행사상품 2만 5000원 이상 구매 시 5000원 상품권도 증정한다. /최빛나 기자 vitna@

스마일게이트 스토브

‘요그의 서’ 정식 출시

3D 방치형 수집 RPG 장르

스마일게이트의 게임플랫폼 ‘스마일게이트 스토브’가 중국 개발사 원기스튜디오의 3D 방치형 수집 역할수행게임(RPG) 신작 ‘요그의 서’를 정식 출시한다고 10일 밝혔다.

스마일게이트에 따르면 ‘요그의 서’는 게임 이용자들이 영웅을 직접 모집하고 팀을 조합한 뒤, 사악한 괴물을 물리치는 모험을 담아낸 작품이다. 만화 그래픽으로 구현된 영웅 캐릭터 60종이 준비됐으며, 방치형 게임의 장점인 전투 편의성과 캐릭터의 빠른 성장이 특징이다.

게임 이용자들은 각 캐릭터의 역할을 조합해 자유롭게 팀을 꾸릴 수 있다. 게임 속 전장은 무작위로 생성된 관문을 통해 이어지며, 각 전투에서는 다양한 아이템을 획득할 수 있다.

/안재선 기자 wotjs4187@

SK바이오팜, 4분기 연속 영업이익 흑자

자체 신약 세노바메이트 매출 증가

SK바이오팜이 4분기 연속 영업이익 흑자를 달성하며, 사상 첫 연간 실적 흑자 전환의 기대를 높였다. 자체 개발 신약 세노바메이트의 처방 확대가 결정적인 역할을 했다.

10일 SK바이오팜에 따르면 지난 3분기 매출은 전년 동기 대비 약 51.2% 성장한 1366억원으로 시장 컨센서스를 상회했다. 영업이익은 전 분기 대비 일회성 용역 수익 감소 영향으로 약 25.7% 감소했으나 전년 동기 대비 흑자 전환을 달성하며 193억원을 기록했다.

회사측은 자체 개발해 미국 식품의약

국(FDA) 승인을 받은 뇌전증 치료 신약, 세노바메이트의 매출이 확대된 영향이 컸다고 설명했다. 3분기 미국 매출은 1133억원으로 전 분기 대비 약 8%, 전년 동기 대비 약 49.8% 성장했다. 특히 전 분기 세노바메이트의 미국 직접판매 매출이 1000억원을 돌파한 것에 이어, 3분기에도 증가하며 판매비와의 차이가 전 분기 대비 2배 이상으로 확대됐다.

SK바이오팜 관계자는 “고정비 상승 최소화 노력과 함께 세노바메이트의 빠른 미국 매출 성장 속도로 인해 앞으로 이러한 영업 레버리지 효과는 계속 확대될 것”이라고 평가했다.

/이세경 기자 seilee@

삼바, ISO ‘37301·27001·27017’ 인증

〈규범준수경영·정보보호관리·클라우드보안〉

규범준수경영시스템 첫 인증

삼성바이오로직스가 국제표준화기구(ISO)로부터 규범준수경영시스템 ‘ISO 37301’, 정보보호 관리체계 ‘ISO 27001’, 클라우드 보안관리체계 ‘ISO 27017’ 등 총 3건의 국제표준 인증을 획득했다고 10일 밝혔다.

특히 삼성바이오로직스는 이번에 처음으로 규범준수경영시스템 ‘ISO 37301’ 인증을 받아 준법 경영 역량을 인정받았다. 삼성바이오로직스는 규범준수경영시스템 인증을 획득함에 따라 지속적으로 변화하는 비즈니스 규제 환경에 더욱 효과적으로 대응할 수 있게

됐다고 설명했다.

또 삼성바이오로직스는 지난 2019년 업계 최초로 획득한 정보보호 관리체계 ‘ISO 27001’ 인증 및 2022년 획득한 클라우드 보안관리체계 ‘ISO 27017’ 인증을 갱신했다.

글로벌 의약품 위탁개발생산(CDMO) 업계에서 ‘ISO 27001’과 ‘ISO 27017’을 모두 획득한 기업은 삼성바이오로직스가 유일하다.

삼성바이오로직스는 이번 글로벌 ISO 국제표준 3종 동시 획득으로 글로벌 고객사들의 신뢰를 한 층 더 강화할 수 있게 될 것으로 기대하고 있다.

/이청하 기자

디스커버리 익스페디션

‘켈리패딩’ 화보 공개

에프엔에프의 아웃도어 브랜드 ‘디스커버리 익스페디션’이 브랜드 대표 모델 고윤정과 함께 한 ‘켈리 구스다운 패딩’ 화보(사진)를 공개했다고 10일 밝혔다.

이번 ‘켈리 구스다운’ 제품군에는 후드에 탈부착할 수 있는 유령산 여우 털 장식과 지퍼와 똑딱이형 이중 여밈 디자인 통해 고급스러움을 더했다. 또한 발수, 방풍, 생활방수가 가능한 기능성 소재를 사용했으며, 목 부분에는 벨보아 소재를 적용했다. /안재선 기자

