



이커머스
역직구로
할로 모색
니



Life

K-톡신
중국시장서
입지 넓힌다
L2



지퍼 한 번에 부피 '쑹~'... 짐은 줄이고, 여유 늘렸다

메가히트 브랜드 탄생스토리

브랜드 '압축 파우치'

여행이나 일상 속에서 부피가 큰 짐을 정리할 때 쓰는 '압축 파우치'는 이제 누구나 하나쯤 갖고 있는 아이템이 됐다. 국내에서 이러한 압축 파우치 시장을 처음 개척하고 대중화시킨 브랜드는 스타트업 '부스터스'가 전개하고 있는 '브랜드 (Branden)'이다.

브랜드의 시작은 여행용 압축 파우치였다. 여행을 준비할 때마다 캐리어에 넘치는 짐을 힘겹게 눌러 담는 불편을 해결하고자 압축이라는 기능을 파우치에 접목했다. 지퍼 하나로 짐 부피를 절반 가까이 줄이는 획기적인 제품력이 소비자들의 폭발적 반응을 이끌어 냈고 브랜드의 압축 파우치는 곧 여행 필수템의 하나로 자리잡았다.

국내 압축파우치 시장 개척한 브랜드 누적 판매 800만개 돌파 '베스트셀러' 캐리어 짐 줄이는 여행용으로 시작해 이불 보관 등 일상 속 불편까지 해결



히 올라오고 있으며, 인스타그램에서는 이불 압축 파우치가 '정리 꿀템'으로 소개되어 입소문을 탔다.

단순한 광고가 아닌 실제 사용자 경험을 토대로 만들어진 콘텐츠가 자발적으로 확산되면서 브랜드는 소비자와 자연스럽게 신뢰 관계를 구축했고 이는 곧 브랜드 성장의 강력한 기반이 됐다.

브랜드는 최근 다양한 콘텐츠와 채널을 통해 소비자와의 접점을 확대하며 브랜드 파워를 입증하고 있다.

지난 8월 에이앤이코리아 달라스튜디오 '네고왕'과 손잡고 진행한 협업 프로모션에서는 오픈 당일 5시간 만에 전 품목 합산 약 3만5000개 판매를 기록했으며, 행사 종료 시점에는 14만 개의 누적 판매량을 달성했다. 해당 기간에는 약 100만 명이 자사몰을 방문하는 뜨거운 반응을 불러 일으켰다.

높은 품질·내구성에 AS서비스까지 만족 높은 제품에 '정리 꿀템' 입소문 세이프라인·폴더블 가방 등 제품군 대만, 홍콩 등 해외 시장 공략 박차

이후 브랜드는 여행은 물론 일상 속 불편까지 해결한다는 새로운 미션을 설정했다. 그 결과물로 탄생한 건 이불과 두꺼운 겨울 외투의 부피를 줄여 효과적으로 보관할 수 있는 이불-아우터 전용 압축 파우치였다.

이렇듯 브랜드는 단순한 수납 도구였던 파우치를 압축이라는 개념으로 재해석해 효율적인 공간 절약 도구로 선보임으로써 일상에 꼭 필요한 생필품의 영역으로 파우치를 격상시켰다. 그 결과 압축 파우치의 원조로 독보적 입지를 구축한 브랜드는 단 3년 만에 311배의 성장세로 국내 오가너이저 시장을 선도하는 부동의 1위 브랜드로 성장했다.



브랜드 여행 압축 파우치와 계절이 지난 침구·의류를 수납할 수 있는 아우터 압축 파우치&이불 압축 파우치

현재 브랜드의 압축 파우치는 누적 판매량 800만 개, 누적 매출 1000억원을 돌파하는 베스트셀러 제품으로 자리잡으며 꾸준한 사랑을 받고 있다.

여행용 압축 파우치로 첫 발을 내딛었던 브랜드는 짐을 책임지는 파우치가 망가질 경우 여행의 즐거움 자체를 해칠 수 있다는 생각에 제품의 기능은 물론 품질에서도 결코 타협하지 않았다.

브랜드는 부피가 큰 짐을 강하게 압축해야 하는 제품 특성을 고려해 강도 높은 나일론 원단을 자체 개발하고 세계적으로 검증된 YKK 고강도 지퍼를 적용해 내구성을 최

대한으로 끌어올렸다. 정밀 봉제 기술까지 더해 품질 강화에 힘쓴 결과, 압축된 짐의 강한 압력을 견딜 수 있는 안정성을 확보할 수 있었다. 한번 구매 시 평생 쓸 수 있는 수준의 제품을 만들고자 품질에 집중해 온 노력의 결과물이었다. 실제 제품 후기에서도 "아무리 눌러 담아도 터지지 않는다"는 호평이 이어졌다.

이처럼 견고한 제품 완성도는 단순히 외형과 구조만 본뜬 유사 제품들이 넘볼 수 없는 브랜드만의 차별화된 경쟁력이 되었다. 또한 브랜드는 구매 후까지 품질을 책임지



는 A/S 서비스를 제공하며 고객들이 더욱 신뢰할 수 있는 브랜드로 자리 잡았다.

브랜드가 1000억 브랜드로 등극할 수 있던 강력한 원동력은 바로 남다른 제품력에 만족한 고객들로부터 비롯된 자발적 입소문이었다.

브랜드 초기에는 압축 파우치 사용 전후의 확연한 차이를 보여주는 'Before & After' 광고가 두드러졌지만, 지금은 소비자들이 자발적으로 생산한 후기 콘텐츠가 압도적이다. 브랜드 제품을 활용해 여행 짐을 싸는 'Pack with Me' 영상이 유튜브에 꾸준

또한 최근에는 공식물 첫 라이브 커머스 방송에서 단 1시간 만에 1억 8천만 원의 매출을 기록해 큰 주목을 받았다. 가을을 맞아 계절이 지난 침구·의류를 수납할 수 있도록 아우터 및 이불 압축 파우치로 구성된 리빙 압축 파우치를 최대 60% 할인된 라이브 전용 특가로 선보인 것이 폭발적인 고객 호응으로 이어졌다. 한 시간의 라이브 방송 직후에도 자정까지 단 3시간 만에 8700만원의 추가 매출이 발생해 당일 총 2억 7000만원의 판매고를 기록하기도 했다. 짧은 시간 내 폭발적인 구매가 이어진 성과라는 점에서 의미가 크다.

브랜드는 압축 파우치 외에도 짐을 안전하게 지켜주는 세이프 라인 가방과 짐의 양에 따라 형태를 바꿀 수 있는 폴더블·멀티패커블 가방으로 제품군을 확대하며, 여행을 넘어 일상까지 아우르는 압축·정리 솔루션 브랜드로 성장을 이어가고 있다.

또한 디지털 중심의 마케팅을 넘어 오프라인에서의 고객 경험 강화도 본격화할 계획이다. 유통 채널 확장은 물론 팝업스토어 운영, 인기 콘텐츠와 협업을 통해 소비자 접점을 늘릴 계획이다. 현재 대만·홍콩 등 아시아 주요 국가에 진출해 있는 브랜드는 해외 시장 공략에도 속도를 낼 방침이다. 현지 유통망과 협업을 통해 'Pack It Easy'라는 브랜드 철학을 해외 소비자들에게 전파한다는 전략이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



▲KPGA 해피니스 오픈 24일 개막...차기 시즌 출전권 '불꽃 경쟁'
▲수영 김영범, 전국체전서 황선우 넘고 자유형 100m 한국 신기록 /사진 뉴스시스

▲남자 기계체조 류성현, 한국 선수단 중 유일하게 세계선수권 결승행
▲'이강인 교체 출전' PSG, 레버쿠젠 7-2 완파... UCL 리그 페이즈 선두

▲빙상연맹 "'자격정지' 쇼트트랙 코치 관련 간접 강제 사건 승소"
▲'디펜딩 챔피언' OKC, NBA 개막전서 2차 연장 끝에 휴스턴 제압