



외식업계
취향소비 지고
체감 가성비 부상
L1



Life

국내 바이오
CNS 영역
넓힌다
L2



꽃에서 찾은 기술... ‘하이퍼 플로라’로 피부에 꽃 피우다

메가히트 브랜드 탄생스토리

아모레퍼시픽 ‘마몽드’

1991년 탄생한 2030 화장품 브랜드
유명 여배우 브랜드 모델로 인지도▲
꽃 원료로 차별화... 브랜드 가치 높여
금은화, 장미, 무궁화 등 꽃성분 추출

아모레퍼시픽의 마몽드는 1991년 탄생했다. 마몽드는 프랑스어로 ‘나의 세계’라는 뜻이다. 아모레퍼시픽은 마몽드라는 브랜드명에 ‘나의 삶은 나의 것’이라는 브랜드 철학을 담으며 여성의 아름다움을 발명하는 데 집중했다.

1990년대 들어 여성의 사회 활동이 늘어 나면서 시대는 독립적이고 주체적인 여성을 추구했다. 마몽드도 활동적인 20~30대 커리어우먼을 적극 공략하며 신선하면서도 고급스러운 브랜드로 자리잡았다. 당시 산소 같은 여자로 알려진 이영애를 시작으로 박주미, 한가인, 박신혜 등 유명 여배우들이 브랜드 모델로 등장하기도 했다.

아모레퍼시픽은 꽃을 기반으로 한 원료 차별화를 통해서도 마몽드만의 오랜 브랜드 가치를 높여 왔다.

마몽드 ‘퍼스트 에너지 에센스&세럼’의 경우 금은화 꽃에서 찾은 유산균 발효 성분을 갖춘 제품이었다. 금은화의 모든 부위를 1년 동안 자연발효해 얻은 꽃초에는 길어진 발효 시간만큼 향산화 성분이 풍부해 피부 탄력을 개선하는 데 도움을 줬다.

마몽드 ‘로즈’ 제품군도 피부 진정, 보습 효과 등은 물론 향기로운 로즈 풍미까지 더해진 고급미로 많은 소비자 사랑을 받았다. 세계적인 장미 산지인 불가리아의 투리아 마을에서 1년에 오직 딱 30일 이른 아침에 수확한 다마스크 장미만을 담아 특별했다. 저온 초고압 추출 기법이 열로 인한 유효성분의 손상을 최소화하며 신선한 장미 에너지를 구현했다.

지성용 제품이었던 ‘포어 클린’ 제품군에는 여성조를 활용했다. 국내 경북 고령에서 친환경으로 재배한 여성조를 저온 초음파 추출법으로 가공해 기존에 추출하지 못한 여성초의 여러 유효성분을 뽑아낸 것이 특징이었다. ‘포어 클린 블랙헤드 스틱’은 신개념 클렌징 제품으로 주목받기도 했다. 100% 여성초 잎과 스크럽 알갱이가 함유되어 블랙헤드는 물론 숨겨진 화이트 헤드까지 제거할 수 있었고 부드럽고 매끈매끈한 콧등을 가꿀 수 있었다. 막대형으로 설계됐고 위시오프 타입 제형이 처방되면서 사용 편의성은 높이고 피부 자극은 줄인 것도 새로웠다.

‘무궁화 보습 장벽 크림’은 무궁화의 강력한 생명 에너지로 한층 강화된 고기능성 제품이었다. 세라마이드 성분이 피부에 무궁



- ① 마몽드 플로라 글로우 로즈 라인 마스크 3종.
- ② 브랜드 모델 원터가 ‘로즈 리퀴드 마스크’를 소개하고 있다.
- ③ 1990년대 유명 여배우 이영애가 브랜드 모델로 등장했다.
- ④ 마몽드 ‘포어 클린’ 제품군. /아모레퍼시픽



메이징 딥 민트차콜릿 클렌징밤’ 등도 화장 먹 피부를 만드는 제품으로 입소문을 타고 있다. 해당 제품들은 민트초에 AHA, PHA 부스팅 성분, 숯 성분을 추가해 피부 노폐물 관리 효과를 갖췄다.

꽃 연구로 ‘하이퍼플로라’ 기술 집약
화장품 아이템 ‘플로라 글로우 로즈’
노폐물 관리 ‘민트차콜릿 클렌징’ 등
뛰어난 제품력 바탕으로 유럽 진출도

어메이징 딥 민트차콜릿 팩 클렌저는 클렌징과 숯 스크럽, 팩 기능을 한 번에 구현한 다중 기능성 제품이다. 부드러운 세안만으로도 팩을 한 듯 매끈하고 촉촉한 피부 결을 느낄 수 있다. 피부에 롤링 할수록 제형의 컬러가 변하는 등 재미 요소가 인기를 끈다.

어메이징 딥 민트차콜릿 클렌징밤은 민트 클렌징밤에 숯 성분과 고마주 필링 성분을 더한 것이다. 숯·클레이·고마주의 3중 배합이 이뤄져 제품 도포 후 롤링을 할수록 고마주가 부드럽게 밀려나온다.

물 없이 제조 가능한 모델링 팩도 브랜드 혁신을 보여주는 제품이다. 가루와 물을 섞

어서 쓰는 일반적인 모델링 팩과 달리 물을 사용하지 않아 번거로움 없이 손쉽게 사용 가능한 것이 차별점이다.

이러한 제품력을 바탕으로 마몽드는 올해 9월 말 유럽으로 진출했다. 아모레퍼시픽은 북유럽 최대 뷰티 유통사인 ‘리코’와 파트너십을 맺고 마몽드 유통망을 확보했다. 리코는 스웨덴을 중심으로 오프라인 매장을 운영하는 동시에 디지털 플랫폼을 통해 스칸디나비아 Z세대 고객들과 소통하고 있다.

이번 북유럽 진출로 아모레퍼시픽은 스웨덴, 노르웨이, 핀란드의 오프라인 매장 33곳과 덴마크, 독일, 네덜란드, 폴란드, 오스트리아 등 5개 국가 온라인 채널에서 마몽드 제품 11종을 출시한다.

아울러 영국에서는 최근 영국 최대 드럭스토어 ‘부츠’에 입점했다. 런던 시내 주요 6개 매장을 포함한 영국 전역 47개 매장에서 먼저 선보이며 향후 매장 수를 점차 확대해 나갈 계획이다.

아모레퍼시픽은 ‘크리에이트 뉴뷰티’를 비전 슬로건으로 내세운 가운데, 마몽드가 전 세계 MZ세대를 공략하기 위한 K뷰티 포트폴리오를 강화하는 핵심 기반이 될 것으로 전망하고 있다.

아모레퍼시픽 관계자는 “경계를 넘는 다양한 시도로 다채롭고 새롭게 펼쳐질 마몽드의 미래를 지속 열어 나가겠다”고 말했다.

/이정하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

한 보습을 선사했다.

이러한 끊임없는 기술력은 현재 ‘하이퍼 플로라’ 기술력으로 집약됐다. 이른바 아모레퍼시픽이 꽃 연구를 바탕으로 완성한 혁신 성과라 할 수 있다. 꽃에서 찾은 효능 성분과 스킨케어 부스팅 성분을 결합하여 최상의 시너지 효과를 내는 스킨케어법이다.

2023년 10월부터 브랜드 재단장을 거치면서 하이퍼 플로라 기술력으로 아름다움의 경계를 깨고 각자의 방식으로 삶을 꽃 피울 수 있도록 한다는 브랜드 정체성도 재확인됐다. 브랜드 모델로 인기 아이돌 윈터를 선정하는 등 MZ세대와 함께 자신감 있는 여성상을 확산하는 데 중점을 두고 있다.

브랜드 대표 제품으로는 ‘로즈 리퀴드 마스크’를 공개하는 등 마몽드는 자신감 있는

피부 비결을 공유하고 있다.

로즈 리퀴드 마스크의 경우 어떤 순간에도 화장이 잘 먹도록 도와준다는 점이 강점이다. 로즈 펩타이드, 필링 성분인 PHA 등 차세대 소재를 함유하는 등 최신 기술력으로 개발됐다. 스킨케어 첫 단계에 사용하는 제품인 만큼 매끄럽고 균일한 피부 결을 즉각적으로 경험할 수 있다.

지난 10월 출시된 ‘플로라 글로우 로즈’ 마스크 3종도 일명 ‘화장먹(화장잘먹는)’ 필수 제품으로 최신 뷰티 유행을 이끌고 있다. 하이드로겔 마스크, 슬리핑 마스크, 볼 마스크 등으로 다양하게 구성됐다. 수분 결광 관리에 특화된 제품들로 피부 상태와 선호 제형에 따라 선택 가능하다.

‘어메이징 딥 민트차콜릿 팩 클렌저’, ‘어



▲포트2 유력한 홍명보호 내달 월드컵조추첨 청신호 /사진 뉴시스
▲LPGA 투어 시즌 최종전 20일 개막...김효주·최혜진 등 출격

▲두산 유니폼 입은 박찬호 “동경하던 팀...‘허슬 두’ 되살리겠다”
▲북한, FIFA U-17 월드컵 8강 실패...일본에 승부차기 패배

▲‘영천 완산동 고분군’서 신라 수장급 돌무지덧널무덤 3기 확인
▲천연기념물 동물 죽음, 멸실→폐사로 용어 변경