

美 'KCON LA' 참가

# CJ제일제당, 비비고 체험 마케팅 1만명 방문에 시식제품 조기 소진

美 소비자 대상 K푸드 체험 확대  
김치·매운맛 등 한국 대표 맛 소개  
알파드라이브원 협업 테마존 운영  
미니완돈·김치라면 등 시식 진행  
현지 인플루언서 연계 홍보 강화

CJ제일제당의 비비고가 미국 K팝 팬을 대상으로 현지 소비자 접점 확대에 나섰다. K팝과 K푸드를 결합한 체험형 마케팅을 통해 미국 시장에서 브랜드 인지도를 높이는 전략이다.

CJ제일제당은 지난 14~16일 미국 로스앤젤레스 컨벤션센터에서 열린 'KCON LA 2026'에 비비고 체험 부스를 운영했다고 18일 밝혔다. 부스는 김치, 단짠, 매콤달달, 매운맛 등 한국 음식의 대표적인 맛을 주제로 구성했다. 방문객들이 게임과 시식을 통해 K푸드를 경험할 수 있도록 했다.

글로벌 브랜드 앰버서더인 K팝 그룹 '알파드라이브원(Alpha Drive On E)'과 협업한 테마존도 마련했다. 모션 게임을 비롯해 비비고 미니완돈, 스파이시 김치라면, K-소스 3종 등의 시식 프



KCON LA 2026\_에 마련된 비비고 부스 앞에서 관람객들이 다양한 포즈를 취하고 있다. /CJ제일제당

로그램을 운영했다. 행사 기간 부스를 찾은 방문객은 1만명을 넘어섰으며 준비한 시식 제품도 조기에 소진됐다.

CJ제일제당은 미국 현지 인플루언서들과 협업해 행사 현장 콘텐츠를 온라인으로 확산하는 데도 나섰다. 비비고는 미국에서 만두와 김치, 소스 등을 중심으로 제품군을 확대하고 있다.

CJ제일제당 관계자는 "이번 KCON

을 통해 글로벌 소비자들에게 대표 K-푸드로서 비비고만의 차별화된 맛과 경험을 전달할 수 있었다"며 "앞으로도 K-컬처와 연계한 다양한 마케팅 활동을 통해 글로벌 소비자 접점을 확대하고 대표 K-푸드 브랜드로서 비비고 입지를 더욱 강화해 나갈 것"이라고 말했다. /본문 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



metro

## “강남·명동·홍대 美 현지에 옮겨” CJ올리브영, K-뷰티 페스타 흥행

미국 입점 55개 브랜드 한자리  
1422평 행사장에 관람객 10만명  
중소·인디 브랜드 소비자 접점 확대

올리브영의 K뷰티 페스타가 미국 서부를 뜨겁게 달궜다. CJ올리브영은 지난 14일부터 16일(현지시간)까지 미국 캘리포니아주 로스앤젤레스에서 '올리브영 페스타 LA 2026'을 개최해 10만 명의 관람객을 모았다고 18일 밝혔다.

KCON LA 2026과 연계해 열린 이번 행사는 1422평 규모의 행사장에 미국 올리브영 매장에 입점한 K뷰티·라이프스타일 브랜드 55개가 참여했다.

행사는 강남, 성수, 명동, 홍대 등 서울 주요 K뷰티 거리를 재현했다. 한글 도로표지판과 버스정류장 등으로 꾸며진 공간에서 관람객들은 서울 거리를 체험했다. 행사장 중앙 '올리브영 스토어'에서는 더블클렌징 패드·세럼·선크어순으로 큐레이션된 스킨케어 제품을 체험할 수 있도록 구성했다. 퍼스널 컬러 진단 서비스 '마이 컬러 바이브'와 피부 상태 진단 서비스 '스킨스캔' 등도 운영했다. 브랜드들은 자체 부스에서 제품 시연과 체험형 강연 프로그램 '뷰티&웰스 딥 다이브'를 통해 현지 소비자와 직



올리브영 페스타 LA 2026 현장에서 현지 고객들이 페스타를 즐기고 있는 모습. /CJ올리브영

접 소통했다. 조용훈 바이트랩 대표는 "브랜드사가 실제 고객, 특히 미국 고객을 만날 기회가 많지 않은데 페스타를 통해 고객을 대면하고 우리 브랜드의 인지 경로나 관심을 확인할 수 있어 좋았다"며 "올리브영 페스타 덕분에 효율적으로 현지 고객과 접점을 넓힐 수 있었다"고 전했다.

CJ올리브영은 산업통상부·KOTRA의 '유통기업 해외진출 지원사업'의 일환으로 이번 행사가 중소·인디 뷰티 브랜드의 글로벌 성장을 지원하는 플랫폼 역할을 했다고 설명했다.

/김수정 수습기자 kcrystal@



metro

## 마뽕김, K-패션 앞세워 아프리카로 영토 확장

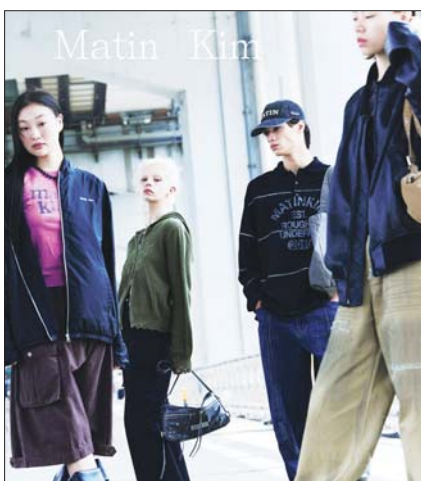
10월 중국·베트남 각각 1호점 개장  
하반기 국내 패션 최초 세네갈 진출  
해외 매장 26개로 글로벌 접점 확대

마뽕김이 중국, 베트남, 세네갈에 잇달아 매장을 열며 해외 시장 지평을 넓히고 있다.

마뽕김은 오는 10월 중국과 베트남에 각각 1호점을 열고 하반기에는 국내 패션 브랜드 최초로 세네갈에 진출한다고 18일 밝혔다. 아시아 중심의 사업 영역을 아프리카까지 확장해 해외 접점을 늘린다는 구상이다.

지난달 기준 마뽕김의 해외 매장은 26개다. 마뽕김은 2024년 10월 홍콩을 시작으로 대만과 마카오에 매장을 열었다. 지난해 일본·태국·불가리아에 이어 올해 5월 몽골까지 진출했다.

마뽕김은 국가별 상품 전략을 세분화하



마뽕김은 오는 10월 중국과 베트남에 각각 1호점을 열고 하반기에는 국내 패션 브랜드 최초로 세네갈에 진출한다고 18일 밝혔다. /마뽕김

고 있다. 중국에서는 신상품과 국내 스테디셀러 위주로 제품을 선보이고 있다. 10월 개장 시기에 맞춰 베이징·상하이 한정 모자 출시도 검토하고 있다.

베트남에서는 브랜드 로고를 전면에 내세운 제품과 현지 기후에 맞는 가벼운 소재의 의류를 주력으로 내세우고 있다. 데님 모자, 포켓백 등 잡화 군도 선보인다.

첫 아프리카 진출지인 세네갈에서는 편집형 형태의 매장을 공개할 예정이다. 반팔 티셔츠, 가벼운 외투 위주로 상품군을 구성하고 현지 반응을 살펴 사이즈와 실루엣을 조정해 나갈 계획이다.

하교하우스 관계자는 "마뽕김은 해외 고객들의 높은 관심을 바탕으로 아시아를 넘어 새로운 시장까지 활동 무대를 빠르게 넓혀가고 있다"며 "앞으로도 각 시장에서 브랜드 경쟁력을 강화하며 K-패션을 대표하는 글로벌 브랜드로 자리매김할 수 있도록 해외 사업을 적극적으로 이어갈 것"이라고 말했다.

/김수정 수습기자

## 애경산업 “냄새 잡는 베이킹소다 캡슐세제”

‘스냅이지 베이킹소다 캡슐세제’ 선풍  
세척력 30% 향상·생활악취 제거

애경산업이 다목적 세정제 브랜드 엄마의 선택에서 ‘스냅이지 베이킹소다 캡슐세제’를 출시했다고 18일 밝혔다. 이번 신제품은 세탁 보조제로 베이킹소다를 계량하지 않고 간편하게 사용할 수 있다. 평소 사용하는 세탁세제와 함께 캡슐 한 알만 넣으면 된다. 캡슐 1개는 15g으로 정량 설계됐고, 분말 형태의 베이킹소다 사용 시 발생하는 가루 흩날림 등 불편함을 줄였다.

애경산업에 따르면 자사 세탁세제 단독 사용 대비 병용 사용 시 세척력을 약 30% 향상시키는 데 도움을 주는 것으로 확인됐다.

이와 함께 100% 베이킹소다 제품인 것도 특징이다. 탄산수소나트륨 단일 성분을 처방했다. 또 약알칼리성 성분으로 산



엄마의선택 ‘스냅이지 베이킹소다 캡슐세제’ /애경산업

성 물질을 중화하는 기전을 갖춰 땀 냄새, 발 냄새 등 생활 악취를 제거할 수 있다. 끝없는 젖은 수건 냄새와 세탁 후 남기 쉬운 냄새도 효과적으로 없앤다. 인공 향료는 첨가하지 않았다.

/김수정 인턴기자

## 코스맥스, 방사광가속기로 K-뷰티 고도화

포항가속기연구소와 화장품 개발 협력  
피부전달체서 색소·모발 연구로 확대

코스맥스가 첨단 과학 인프라를 등에 업고 K뷰티 기술 고도화에 나선다. 코스맥스는 포항가속기연구소(PAL)와 첨단 과학기술 인프라를 활용한 화장품 개발 업무 협약(MOU)을 체결했다고 18일 밝혔다.

협약식은 지난 14일 경상북도 포항시 남구 포항가속기연구소에서 열렸다. 이경수 코스맥스그룹 회장과 김재영 포항가속기연구소 소장 등 양 기관 관계자들이 참석했다. 포항가속기연구소가 운영하는 포

항방사광가속기(PLS-II)는 태양광보다 100억 배 이상 밝은 빛으로 나노 수준 물질 구조를 원자 단위까지 들여다볼 수 있는 연구 인프라다. 1995년 개장 이후 30년간 국내외 연구자 약 10만 명, 연구 과제 2만 8000건 이상을 지원했고 SCI급 논문 1만 1000편 이상을 배출했다.

그동안 코스맥스는 이 방사광가속기를 활용해 리포좀, 지질나노입자, 액정에멀전 등 피부전달체 분야 기술을 쌓아왔다. 코스맥스에 따르면 2021년 약 60억원이던 피부전달체 매출은 올해 약 1000억원까지 성장할 전망이다. 관련 기술력은 2021년

과 2024년 두 차례 과학기술정보통신부장영실상 수상으로도 입증됐다.

이번 협약으로 두 기관은 협력 범위를 기초 화장품에서 자외선 차단제, 색소 화장품, 모발 제품으로 확대한다. 주요 연구 과제는 ▲리포좀 등 피부전달체 나노 구조 연구 ▲자외선 차단제·색소 화장품 적용 후 피부 및 화장품 구조 변화 연구 ▲모발 구조 연구 ▲화장품 소재 구조 연구 등 네 가지다.

이경수 코스맥스그룹 회장은 “방사광가속기 첨단 연구를 화장품 분야에 적용해 K뷰티의 과학적 토대를 탄탄히 마련하고, 글로벌 시장에서 K뷰티 프리미엄 이미지 구축에 앞장서겠다”고 말했다.

/김수정 수습기자

## 바이오협회, 정부 ‘첨단바이오’ 전략 환영

AI·바이오 융합 R&D 혁신 기대

한국바이오협회가 지난 12일 과학기술정보통신부에서 발표한 ‘미래성장동력 7대 SEED’ 중 ‘첨단바이오’ 육성 전략과 인프라 투자 계획에 대해 전폭적인 환영의 뜻을 밝혔다. 600여 개 회원사를 대표하는 한국바이오협회는 이번 발표가 국내 바이오 기업의 기술 경쟁력을 극대화하고 글로벌 시장을 선점하는 결정적 계기가 될 것이라고 평가했다.

한국바이오협회는 18일 환영문을 통해 특히 인공지능과 바이오의 융합을 기반으

로 한 연구개발(R&D) 혁신에 대한 기대감을 높였다.

협회는 “정부가 오는 2030년까지 추진하는 암 특화 인공지능(AI) 모델, 자율실�험실, 바이오파운드리 구축은 개발 기간 단축과 비용 절감이 시급한 바이오 기업들에게 가시적 단비가 될 전망”이라고 전했다.

차세대 바이오 시장의 핵심인 뇌·컴퓨터 인터페이스(BCI) 기술 육성에 대해서도 긍정적인 전망이 이어졌다. 오는 2035년 상용화를 목표로 하는 BCI 원천기술 개발은 기존 헬스케어 산업의 한계를 뛰어넘는 도전이다. /이청하 기자 mlee236@