



무신사
IPO 절차 착수
기업가치 시험대
L1

metro®

Life

한국산 흑미
'서울 메이트'
다크라거 탄생
L2



‘빨간통’ 한방삼푸의 변신... 감성·향 채워 1억병 신화 있다

메가히트 브랜드 탄생스토리

아모레퍼시픽 ‘려’

◆40년 연구 정수 ‘진센엑스’

‘려’의 뿌리는 1973년부터 시작한 아모레퍼시픽의 인삼 연구에 있다. 1972년 ‘인삼 유효성분 추출’ 특허 출원을 시작으로 116건에 달하는 인삼 관련 특허를 구축한 아모레퍼시픽은 2008년 브랜드 ‘려’를 세상에 처음 선보였다.

성장의 기틀이 된 대표 제품인 ‘자양윤모’ 라인은 농림축산식품부에서 탈모 방지 신기술(NEET) 인증을 획득한 ‘진센엑스’ 기술력을 바탕으로 시장을 집어삼켰다. 사포닌 성분을 기존 대비 10배 강화한 인삼엑스로 약해진 모근을 다지는 한편, 당대 최고 배우인 박신혜, 김성령 등을 모델로 내세워 ‘풍성하고 건강한 헤어’의 대명사로 자리매김했다.

한국 전통 ‘흑운생기’에 두피과학 결합
1973년 인삼 연구에서 시작한 한방삼푸
탈모증상 완화... 건강한 헤어 대명사로
두피고민 맞춰 4가지 맞춤 라인업 재편
모근강화·두피 장벽케어·보습 동시에

◆완전히 새로워진 혁신 포인트 3개

아모레퍼시픽은 려의 대중적 성공에 안주하지 않고 탈모 고민이 2030 세대와 여성으로 확대되는 흐름을 간파했다. 일명 ‘빨간통 삼푸’이라 불리던 려 베이직 제품군에 대대적인 혁신을 단행했다. 국민 삼푸라는 기존 명성에 부합하는 강력한 기능성과 트렌디한 감성을 불어넣기 위해 제품의 근본부터 바뀌 공개했다.

우선 소비자들의 개별적인 두피 고민에 맞춰 ‘함빛(극손상·영양)’, ‘흑운(볼륨·모근강화)’, ‘청아(답글렌징·지성)’, ‘순환(민감)’ 등 4가지 맞춤 라인업으로 정교하게 재편해 선택의 폭을 넓혔다.

그리고 전 제품에 ‘탈모 증상 완화 기능’을 탑재했다. 기존에는 탈모 전용 제품과 일반 세정 제품을 구분했었다면, 이제 어떤 제품을 선택하더라도 일상적인 삼푸만으로 탈모 증상을 관리할 수 있도록 고기능성으로 처방했다.

이와 함께 독자적인 ‘식물성 트리플콜라겐’ 기술을 적용했다. 여주 쌀 유래의 식물성 유사 콜라겐과 아모레퍼시픽의 피토사이언스 기술을 결합해 ‘모근 강화’, ‘두피 장벽 케어’, ‘두피 보습’을 동시에 이뤄내는 3단계 관리법을 완성했다. 약해진 모근에 직접적인 영양을 공급하고 두피 장벽을 단단하게 다져 근본적인 모발 건강을 끌어올리는 것이 핵심이다.

임상 결과로도 검증을 거쳤다. 아모레퍼시픽 연구소 시험 결과, 단 1회 사용만으로도 손상모 개선 효과가 확인되었으며, 잦은 염색과 펌으로 손상된 모발의 영김 해소에 드는 힘이 38%나 감소하는 명확한 리페어 효과를 입증했다.

아울러 기존의 선입견을 허문 ‘100% 달라진 감성 조향’을 구현했다. ‘려’ 하면 떠오르던 특유

한 시대를 풍미한 장수 브랜드가 변화하는 트렌드 속에서 지속 성장을 이뤄내기란 쉽지 않다. 특히 강력한 브랜드 헤리티지가 도리어 ‘올드함’이라는 프레임으로 작용할 때는 더욱 그렇다. 아모레퍼시픽의 고기능 탈모 케어 브랜드 ‘려(RYO)’는 이 난제를 보란 듯이 해결해 낸 대표적 브랜드다.

려는 한국 전통의 아름다운 머릿결을 뜻하는 ‘흑운생기(黑潤生氣)’ 미학에 아모레퍼시픽의 수십 년 두피 과학을 결합해 국내 한방 프리미엄 삼푸 영역을 개척해 왔다. 이제는 한방 브랜드에서 감각적인 디자인, 독자적인 기능성 기술, 세분화된 맞춤형 솔루션을 앞세워 2030 세대와 글로벌 시장까지 사로잡는다.



성별·원인별 맞춤케어 려 ‘루트젠’



려 ‘베이직’ 제품군.



려 ‘루트젠’ 제품군.

의 한방 인삼 향을 완전히 벗어던졌다. 글로벌 전문 조향사와 협업해 호불호 없이 은은하고 세련된 5가지 허브 및 부드러운 플로럴 소재로 향을 완전 교체했다.

◆루트젠, 여성 탈모 관리 전란

베이직 제품군이 전 연령대의 일상 속 두피 관리를 책임진다면 ‘루트젠’은 성별 및 원인별 맞춤형 케어라는 새로운 지평을 열었다.

M자 이마가 주된 고민인 남성과 달리, 여성은 가늘어지는 모발과 넓어지는 가르마, 정수리 볼륨 감소가 핵심 고민이라는 점에 착안해 개발된 루트젠 라인은 ‘모근(루트, Root)’과 ‘유전자(진, Gen)’의 개념을 결합했다. 려의 독자 기술인 ‘ROOT:GEN’과 새로 자라나는 모발을 집중 관리하는 ‘그로우 펌타이드’ 기술을 적용해 모발을 밀도 있고 힘있게 가꿔준다.

제품 구성 역시 섬세하다. 볼륨이 살아나는 삼푸, 두피까지 케어하는 트리트먼트는 물론, 팔사봉 팁으로 두피를 직접 마사지할 수 있는 두피 에센스, 내추럴 볼륨 픽서 등까지 갖춰 세정부터 스타일링까지 하나로 이어지는 통합 솔루션을 완성했다.

한방 인삼향 벗고 허브·플로럴 향 더해
성별·원인별 맞춤케어 새 지평 ‘루트젠’
세정부터 스타일링까지 통합 솔루션 완성
세련된 패키지로 젊고 정교한 인상 더해
중화권 등 글로벌서 대표제품 판매 호조

◆글로벌 프리미엄 헤어 시장 공략

국내 시장에서의 대대적인 성과는 글로벌 시장으로 빠르게 확산되고 있다. 실제로 아모레퍼시픽의 올해 2분기 해외 사업 실적을 살펴보면, 중화권 시장에서 브랜드 대표 제품 ‘자양윤모 퍼퓸’, 신제품 ‘서울선셋 오일’ 등이 판매 호조를 보이며 강력한 매출 성장을 견인하고 있다. 특히 현지 최대 이커머스 티몰에서 탈모 에센스 카테고리 상위권에 진입하기도 했다.

아모레퍼시픽은 려의 글로벌 성장에 박차를 가하며 최근에는 배우 공승연을 새로운 글로벌 앰배서더로 발탁했다. 배우 공승연이 지닌 건강하고 윤기 있는 헤어와 깨끗하고 고급스러운 이미지가 려가 추구하는 ‘근본 두피 케어를 통한 풍성한 아름다움’이라는 프리미엄 가치와 완벽히 부합한다는 평가다.

윙기 디자인 역시 과거 한방의 이미지에서 탈피해 자연 유래 성분과 고기능성을 강조하는 톤다운된 그린 색상과 현대적 그리드 레이아웃을 채택해 젊고 정교한 인상을 더했다.

아모레퍼시픽 관계자는 “탈모는 진행 후 치료보다 초기 예방이 핵심인 만큼, 2030 세대의 라이프스타일과 감성에 맞춘 세련된 디자인과 확실한 기술력으로 시장을 선도하고 있다”며 “새로운 글로벌 앰배서더 공승연과 함께 독보적인 한방 과학 기술력을 바탕으로 K-프리미엄 헤어 케어의 가치를 전세계에 널리 알릴 것”이라고 말했다.



/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

metro

메트로 한줄뉴스



▲‘아마모토 10K’ 다저스, NLDS 3차전 잡고 2승 1패...샌디에이고, 벼랑 끝 탈출
▲‘무단 이탈’ 호날두 입장문 발표 “감독이 약속 어겨...은퇴는 아냐”
/사진 뉴시스

▲‘축구의 신’ 메시, 아르헨 은퇴전서 1골 2도움... “한 시대가 막 내렸다”
▲‘국감 증인’ 박진영 “K-팝 한계 직면...민관 협력 플랫폼으로 도약해야”

▲카카오엔터, 美 애틀랜틱과 맞손...글로벌 K팝 슈퍼 IP 캔다
▲문체위서 ‘암살자(들)’ 공방...與 “창작의 자유 억압” vs 野 “제작진 속삭해야”